

واقع تنمية الصناعة الغذائية في الجزائر وافاق تطويرها في مطلع 2025 دراسة قياسية حالة الجزائر .
The reality of developing the food industry in Algeria and the prospects for its development in early 2025 A standard case study of Algeria.

خلف الله بن يوسف¹ ، زبير عياش² ، Benyoucef KHLFFALLH¹ , Zoubeir AYACHE²

¹ المركز الجامعي آفلو ، benyoucef02@yahoo.fr

² مخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين، جامعة أم البواقي ، zoubeirayache@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2020/12/ 31

تاريخ القبول: 2020/12/ 16

تاريخ الاستلام: 2020/09/ 10

ملخص :

تهدف هاته الدراسة إلى توضيح واقع الصناعة الغذائية في الجزائر في ظل تحرير التجارة الدولية ، والية تنمية الصناعة الغذائية في الجزائر ووضع إستراتيجية هادفة للنهوض بهذا القطاع والذي يعتبر ثاني قطاع بعد قطاع المحروقات تم الاعتماد على التحليل الإحصائي باستخدام برنامج 25SPSSV في تحليل الاستبيان ، حيث تم وضع استبيان الكتروني حول تنمية الصناعة الغذائية في الجزائر وافاق تطويرها سنة 2025 وتحقيق التنمية الاجتماعية.

وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج والتي تكمن في ضرورة الاندماج في الاقتصاد الدولي وتحرير التجارة لتحقيق أهداف الصناعة الغذائية في الجزائر والنهوض بها مستقبلا.

كلمات مفتاحية: صناعات غذائية ، تنمية صناعية. ، إستراتيجية صناعية ، تجارة دولية .

تصنيف JEL L66 , F13 L06

Abstract:

This study aims to clarify the reality of the food industry in Algeria in light of the liberalization of international trade, the mechanism of development of the food industry in Algeria and develop a targeted strategy for the advancement of this sector, which is the second sector after the hydrocarbons sector. Electronic questionnaire on the development of the food industry in Algeria and prospects for development in 2025 and achieve social development. The study reached some results, which lies in the need to integrate into the international economy and trade liberalization to achieve the objectives of the food industry in Algeria and the advancement in the future.

Keywords: Food industry; industrial development ; industrial strategy ; international trade

Jel Classification Codes: : L66 , F13, L06

Résumé:

Cette étude vise à clarifier la réalité de l'industrie alimentaire en Algérie à la lumière de la libéralisation du commerce international, le mécanisme de développement de l'industrie alimentaire en Algérie et de développer une stratégie ciblée pour l'avancement de ce secteur, qui est le deuxième secteur après le secteur des hydrocarbures. Questionnaire électronique sur le développement de l'industrie agroalimentaire en Algérie et les perspectives de développement en 2025 et réaliser le développement social.

L'étude a abouti à certains résultats, qui résident dans la nécessité de s'intégrer dans l'économie internationale et la libéralisation des échanges pour atteindre les objectifs de l'industrie alimentaire en Algérie et l'avancement dans le futur

Mots-clés: Industrie alimentaire; développement industriel; stratégie industrielle; commerce international.

Codes de classification de Jel: : L66, F13, L06

1. مقدمة:

تعتبر التنمية الاقتصادية احد الأهداف التي تسعى كافة المجتمعات إلى تحقيقها ، وباعتبارها الركيزة الأساسية للرفاهية ، والتقدم الاجتماعي ، ولئن ركزت المجتمعات على القطاع الفلاحي لتحقيق تنميتها الاقتصادية ، فإن الثورة الصناعية في اوروبا غيرت هذا الواقع ، وجعلت من الصناعة أهم قطاع إنتاجي يمكن الاعتماد عليه في بناء اقتصاد عصري. فالتوجه الجديد نحو الاعتماد على القطاع الصناعي في جهود التنمية الاقتصادية ، انتقل من اوروبا إلى باقي دول العالم بفضل الاحتكاك الفكري ، وتحول إلى صراع بين الدول حول من يملك القدرة على التصنيع بشكل اكبر ، وبلغ هذا الصراع أشده إبان الحرب العالمية الباردة بين المعسكرين الشيوعي ، والليبرالي ، بشأن التفوق الصناعي والسيطرة على الاقتصاد العالمي وإدراكها منها بأهمية القطاع الصناعي في تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة ، وانخرطت غالبية الدول المستقلة بعد نهاية الحرب العالمية الثانية في مسار التنمية الصناعية ، عبر انتاج استراتيجيات صناعة مختلفة من بينها الصناعات الثقيلة مرورا بالصناعات الغذائية وباعتبار الجزائر إحدى هذه الدول فإنها لم تشكل الاستثناء ، وسارت في نفس نهج نظيرتها من الدول الحديثة الاستقلال ، وانخرطت في مساعي بناء اقتصاد صناعي كلف أموالا ضخمة ، وانتهى إلى نتائج دون الآمال المعهودة عليه حين بنائه ، بسبب الأخطاء الجسيمة المرتكبة في اختيار الفروع الصناعية ، التي يمكن أن تشكل قاطرة التنمية الصناعية ، إضافة إلى الاعتماد على تكنولوجيا لم يكن التحكم فيها بالنظر إلى المستوى العام لتكوين اليد العاملة.

- إشكالية البحث: رغم الجهود المبذولة في سبيل إعادة القطاع الصناعي الوطني خصوصا الصناعات الغذائية إلى طريق النمو إلا أن النتائج المحققة لحد الآن تبقى دون المستوى المطلوب ، والدليل على ذلك عجز هذا القطاع على تحقيق معدلات نمو مرتفعة رغم استفادته من ظروف مواتية خلال السنوات الأخيرة بفضل برامج الإنفاق الحكومي الموسع الذي شمل أساسا مشاريع البناء والتعمير ، ما وفر حجم فعال من اجل تطوير الصناعة الغذائية في الجزائر إلى مساعي تحريك الآلة الإنتاجية في اتجاه تلبية الاحتياجات وتحقيق معدلات نمو مرتفعة، غير أن الأمور سارت في اتجاه معاكس عبر تلبية هذا الطلب المتزايد بالجوء إلى الاستيراد ، مما جعل فاتورة الواردات تتزايد بمتتالية هندسية.

والإشكالية المطروحة هي :

بناء على ما سبق يمكن طرح الإشكالية الآتية :

- ما هي آليات ومكانيزيمات تنمية الصناعات الغذائية في الجزائر في ظل التحولات الاقتصادية الدولية؟ وماهي الاستراتيجيات المحكمة في تطوير الصناعة الغذائية في الجزائر مطلع 2015 وبالخصوص المؤسسة قيد الدراسة مؤسسة "béfaa" ؟

- فرضيات البحث: من خلال الإشكالية المطروحة سوف نعالج هاته الإشكالية باستخدام عدة فرضيات لدراسة العلاقة بين واقع الصناعة الغذائية في الجزائر وما اثر البيئة التنافسية الدولية كعنصر عائق لتنمية الصناعة الغذائية في الجزائر ويمكن صياغة الفرضية التالية: تمتلك الجزائر قدرات كبيرة للهوض بقطاعها الصناعي حيث من المتوقع أن تساعد التحولات الاقتصادية على استغلالها بشكل امثل وكإستراتيجية محكمة من اجل تنمية الصناعات الغذائية في الجزائر ومواجهة التنافسية الدولية في مجال الصناعة بشكل عام.

- الأدوات القياسية للبحث: في الدراسة والإشكالية المطروحة سوف نتطرق من خلال ربط الجانب النظري بالتطبيقي بحيث سيتم الاعتماد المصادر الأولية للتأكد من مصداقية البيانات الأولية والمتمثلة في الهيئات الرسمية ، سواء الوطنية أو العالمية ، كما تم استخدام طرق النمذجة القياسية في الكشف عن مدى قدرة فرع الصناعات الغذائية على الاستفادة من الانفتاح الاقتصادي للجزائر كتطبيق عملي ، وذلك باستخدام البرمجة الإحصائية في الاقتصاد القياسي spss تستخدم في الدراسة التطبيقية لمحاولة بناء نموذج يفسر تأثير الصناعات الغذائية في الجزائر ، بالمتغيرات الناتجة عن الانفتاح الجزائر على فضاءات التجارة الحرة الإقليمية والدولية ، والتنبؤ بالأفاق المستقبلية لهذا الفرع الصناعي .

- الخطوات الإجرائية للبحث: في هاته الخطوة سوف نتطرق إلى الجانب النظري بالتطرق إلى تشخيص البيئة العامة للنشاط الاقتصادي في الجزائر ، واقع القطاع الصناعي ، ومقترحات لإثراء الإستراتيجية الصناعية في الجزائر.
- أما الشق التطبيقي فسوف يكون حول واقع الصناعة الغذائية في الجزائر والأهمية الاقتصادية لفرع الصناعة الاقتصادية وأهمية الصناعات الغذائية ضمن نسيج النشاط التحويلي.
- وإتباع منهجية التحليل الإحصائي كنموذج الدراسة ومناقشة النتائج.
- الخطوات الهادفة للورقة البحثية :
- تقييم تجربة الجزائرية في مجال الصناعة الغذائية ، وإبراز أهم نقاط ضعف السياسات الصناعية المنتهجة سابقا ؛
- تحليل واقع القطاع الصناعي في الجزائر ، عبر إبراز قدرته على خلق الثروة والقيمة المضافة للاقتصاد الوطني ؛
- تحديد الفروع الصناعية التي يمكن لها أن تشكل قاطرة النمو الاقتصادي في السنوات السابقة وفي ظل التحديات الاقتصادية الدولية السائدة ؛
- التنبؤ بمدى قدرة الفروع الصناعية الرئيسية ، على الاستفادة من التغيرات الناتجة عن انضمام الجزائر إلى فضاءات التجارة الحرة الدولية .

2.- المحور الأول : أساسيات حول الصناعة الغذائية في الجزائر ؛

1.2 مفهوم الصناعة الغذائية :

حتى وان تعددت التعاريف المتعلقة بنشاط الصناعات الغذائية إلا أنها تلتقي في مجموعة من النقاط كما تبنيه مجموعة من التعاريف الموالية :

التعريف الأول : الصناعة الغذائية هي التطبيق العملي للعمل ، والتكنولوجيا ، بهدف إعداد ، تصنيع ، وحفظ ، وتسويق المواد الغذائية ، باستخدام نتائج وأسس العلوم الأخرى في تصنيع الأغذية ، لزيادة عمرها التخزيني ، والمحافظة على قيمتها الغذائية ، وجودتها. (مزاوهر، 2007، صفحة 17)

التعريف الثاني : الصناعة الغذائية هي العلم الذي يبحث في تصنيع الخامات النباتية ، والحيوانية ، الزائدة عن الاستهلاك الطازج ، وتحويلها إلى صور أخرى من المنتجات الغذائية ، بحفظها من الفساد أطول مدة ممكنة ، لاستخدامها في مواسم غير مواسم أو استهلاكها في أماكن غير أماكن إنتاجها ، بحيث تبقى صالحة الاستعمال من الوجهة الصحية ، والحيوية. (فراج، 1997، صفحة 6)

التعريف الثالث: الصناعة الغذائية هي الفرع الذي يقوم بتحويل الخامات الزراعية وفقا لمواصفات محددة ، لهذا تعمل هذه الصناعات على بقاء المنتجات الغذائية صالحة للاستعمال مدة ممكنة ، بفضل طرق التحويل ، والحفظ ، والتصبير ، والتكيف ، والاستعمال تماشيا مع الشروط الجيدة للمستهلك ، والتي يفرضها التطور الحضاري. (الكريم، 1998 ، صفحة 214)

من خلال التعاريف السابق يمكن القول أن الصناعة الغذائية هي فرع من فروع الصناعة التحويلية الذي بتحويل

مخرجات قطاعات الزراعة ، تربية الحيوانات، الصيد إلى منتجات بالأساس إلى الاستهلاك البشري دون غيره

كما تجدر الإشارة إلى أن الصناعة الفلاحية هي فرع اشمل من الصناعة الغذائية ، فهي تشمل أيضا تحويل المواد المتأتية

من القطاع الفلاحي ، الصيد ، والغابات إلى منتجات غير غذائية كالوقود الحيوي ، الأنسجة الصناعية الحيوية ، أعلاف الحيوانات... الخ

2.2 مبررات وجود الصناعة الغذائية :

يمكن إجمالاً توضيح أهم مبررات وجود تنمية صناعية في مجموعة من النقاط يمكن تلخيصها في النقاط التالية :

(الخير، 2010 ، صفحة 6) انعدام التوافق الزمني بين الإنتاج والاستهلاك ، الإنتاج موسمي ، والاستهلاك سنوي ؛

➤ وجود التقلبات العشوائية في الإنتاج الفلاحي ، بالنظر لارتباطه بعوامل مناخية ؛

➤ عدم صلاحية بعض المنتجات الزراعية للاستهلاك المباشر، وضرورة خضوعها لتغيرات فيزيائية ، وكمائية ، لتصحيح صلاحية للاستهلاك ؛

➤ ضمان استمرار التشغيل على مدار السنة ، بتجمع الإنتاج الموسمي ، وتخزينه ، ثم معالجته على مدار السنة ،

➤ الرغبة في المضاربة ، والاستفادة من تقلبات أسعار المواد الغذائية ، نتيجة شح العرض خارج الموسم محليا ودوليا.

3.2 أهمية قيام الصناعات الغذائية:

تكمن أهمية تنمية الصناعات الغذائية في مجموعة كبيرة من النقاط تتعلق أساسا بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة من مخرجات القطاع الأفلاحي ، وتحويلها لمنتجات تلبي حاجة الأفراد من الغذاء داخل المجتمع ، بالإضافة إلى نقاط أخرى يمكن إبرازها من خلال النقاط التالية (عمارة، 2006، صفحة 99)

➤ إبراز الظروف المثلى لخزن الغذاء ؛

➤ حفظ المواد الأولية عندها توفرها إلى وقت تحويلها ؛

➤ إيجاد الأغذية الكافية لإطعام السكان ؛

➤ تسخير التكنولوجيا لتطوير غذاء الإنسان ؛

➤ رفع المستوى الصحي للإنسان ؛

➤ تسهيل حصول الإنسان على حاجته بسرعة وببسر ؛

➤ توفير مناصب العمل ، ورفع مستوى المعيشة ؛

➤ زيادة القيمة الغذائية للسلع الفقيرة بإضافة الأملاح المعدنية ، والفيتامينات.

4.2 وظائف الصناعات الغذائية :

تضطلع الصناعات الغذائية بعدة وظائف ذات أهمية بالغة في حياة الفرد وترقية المجتمع ، وكذا بالنسبة للاقتصاد

الوطني ، وهو ما يمكن تلخيصه في النقاط التالية :

➤ وظيفة السلامة الغذائية ؛

➤ وظيفة الحفظ ؛

➤ وظيفة التغذية ؛

➤ وظيفة الملائمة للاستخدام ؛

➤ التنوع ؛

➤ مراعاة القدرة الشرائية .

5.2 أهداف الصناعة الغذائية :

إن تركيب الأهداف المرجوة من تطوير وتنمية الصناعات الغذائية تختلف من بلد لآخر ، غير أنها تتلقى في جوهرها حول

مجموعة من الأهداف والنتائج المرجوة ، يمكن إبرازها من خلال النقاط التالية :

➤ تقليص فاتورة استيراد الغذاء ؛

➤ تحليل الخامات الزراعية إلى سلع غذائية، ذات قيمة عالية ؛

➤ الاستفادة من المحاصيل التي لا تجد سوق رائجا وقت نضوجها ؛

➤ التوسع في الإنتاج ، وإمكانية التصدير ؛

➤ دعم اقتصاديات الريف ، والمساعدة على تثبيت الساكنة .

تعتبر الصناعات الغذائية أكبر قطاع صناعي في الجزائر خارج المحروقات ، حيث تمثل 50% إلى 55% من الناتج الداخلي

الخام الصناعي ، كما يتسم هذا الفرع بسيطرة القطاع الخاص على ملكية آلاته الإنتاجية ، ببلوغ مساهمته في القيمة المضافة لهذا القطاع 87% ، سنة 2014 ، 12.6% للقطاع العام.

3. محددات المقدرة التنافسية للصناعات الغذائية في الجزائر ومستقبل الصناعة الغذائية في الجزائر مطلع 2025

1.3 حجم النشاط والكفاءة الإنتاجية:

إن كبر حجم المنشأة الصناعية يكسبها بعض المزايا المتعلقة بالتكاليف (Cost Advantages) بسبب الوفورات التي يمكن تحقيقها في مجالات الإنتاج وخصوصاً عند وجود عناصر إنتاجية ثابتة في المدى الطويل، وفي المشتريات الكبيرة من المواد الأولية والمصحوبة عادة بالخصومات التجارية، وفي تكاليف أنشطة البيع والتسويق وعمليات البحث والتطوير. وتكسب مثل هذه الوفورات المنشآت الصناعية الكبيرة مزايا تنافسية في السعر لا تتحقق لمنافسها من المنشآت الصغيرة (Bhavani & S, 2001, p. 67)

ومن حيث الكفاءة الفنية (Technical Efficiency)، فإن المنشآت الكبيرة تتمتع بقدرة أكبر على اجتذاب والاحتفاظ بذوي الكفاءات العالية في المجالين الإداري والفني بسبب سلم أجورها المرتفع نسبياً مقارنة بالمنشآت الصغيرة (Nilsson, 1999, p. 112). إذن، يمكن القول بأن المنشآت الصغيرة غالباً ما تكون أقل حظاً من منافسها الكبار في محاولة الوصول إلى حد الإنتاج الممكن (Potential Production Frontier) وتحقيق الكفاءة الفنية باستخدام تركيبة العناصر الإنتاجية المناسبة. أما من حيث الكفاءة التوزيعية (Allocative Efficiency)، فإن المنشآت الصناعية الصغيرة التي تستخدم في العادة تقنيات إنتاجية ذات كثافة عمالية - كما هو الحال في الدول النامية - تعد أقرب لتحقيق الكفاءة التوزيعية من مثيلاتها من المنشآت الكبيرة ذات الكثافة الرأسمالية. وذلك لأن البلدان النامية تتصف بالوفرة النسبية لعنصر العمل، والذي يجعل من سعره منخفضاً نسبياً.

وتظهر الدراسات السابقة والمتوافرة حول موضوع الكفاءة الإنتاجية النسبية للصناعات الصغيرة نتائج متباينة وخصوصاً تلك المتعلقة بالكفاءة الفنية، لكن العديد من الدراسات أكدت استفادة المنشآت الكبيرة من وفورات الحجم الكبير في الإنتاج والتسويق وأنشطة البحث والتطوير، وتعزز بذلك من مقدراتها التنافسية في أسواق بلدانها المحلية وفي الأسواق العالمية.

2.3 التكنولوجيا

تتطلب المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية سواء في السعر أم في جودة السلع ومحتواها التكنولوجي الاستمرار ببذل الجهود لتحسين وتطوير التقنيات الإنتاجية للمنشأة الصناعية لإبقاء إنتاجية عناصر إنتاجها في مستوى مرتفع يمكنها من الاستمرار في البقاء (Paper, 1994, p. 30)، وهذا يتطلب توجيه بعض استثمارات المنشأة نحو أنشطة البحث والتطوير. إلا أن اهتمام المنشآت الصناعية الصغيرة بالإنتاج على أنشطة البحث والتطوير يعد محدوداً. ويعود ذلك إلى ضعف ميزانيات تلك المنشآت من جهة، ولأن الأرباح المتأتية من مثل تلك الأنشطة غير مؤكدة وتحتاج إلى أفق تجاري بعيد الأمد من جهة أخرى. كما أن اهتمام المؤسسات الصناعية في البلدان النامية بأعمال البحث والتطوير أقل من ذلك في البلدان المتقدمة. ومن ناحية أخرى، فإن استخدام المنشآت الصناعية الصغيرة لتقنيات عمالية تقلل من فرصها في الاستفادة من التقدم التكنولوجي المتجسد في المدخلات الرأسمالية كالآلات والسلع الرأسمالية الوسيطة، مما يجعلها أرضية غير خصبة لاستيعاب الوسائل التكنولوجية الحديثة وتبنيها.

وعلاوة على ما تم ذكره، فإن القطاعات التي تكون فيها الصناعات الصغيرة فاعلة هي غالباً ما تكون القطاعات التقليدية التي تنتج سلعاً ضرورية وبسيطة، ومثل هذه القطاعات هي الأقل حاجة للتطور التكنولوجي وبذلك لا تكون واعدة في تحقيق معدلات نمو مرتفعة.

3.3 المقدرة التجارية (Commercial Viability):

إن المؤسسات التجارية التي تسعى دوماً للمحافظة على حصصها في الأسواق المحلية والخارجية تخصص ميزانيات خاصة للإعلان ولإقامة شبكات توزيع لمنتجاتها (Tybout, 2001, p. 155) ولإيجاد روابط تجارية مع شركاء محليين وأجانب.

إن ضعف ميزانيات المنشآت الصناعية الصغيرة تضعف قدرتها في المحافظة على حصصها في الأسواق المحلية أمام منافسيها من الشركات الكبيرة المحلية والأجنبية، وتجعل من الصعب عليها الوصول إلى الأسواق الخارجية. إضافة لذلك، فإن محدودية التسهيلات الائتمانية المتاحة للمنشآت الصغيرة تسهم في إضعاف مقدرتها التجارية وخصوصاً في الأسواق الخارجية.

تظهر الدراسات التي تعرضت إلى موضوع تنافسية قطاع الصناعات الصغيرة في بعض البلدان النامية أن هذا القطاع يواجه صعوبات جمة في الوصول إلى الأسواق العالمية إلا في بعض الحالات الضيقة عند إنتاج بعض السلع الخاصة، التي لا يحتاج إنتاجها إلى حجم كبير. وأظهرت تلك الدراسات أيضاً ضعف هذا القطاع النسبي في مجال الكفاءة الإنتاجية وفي تبني تقنيات حديثة للإنتاج، وفي مقدراته التجارية.

4. تحليل النتائج:

سنقوم في هذه الدراسة الميدانية بالتطرق لأثر تطبيق إستراتيجية تنمية الصناعة الغذائية في الجزائر بتنمية الصناعات الغذائية مطلع 2025 .

1-4 مجتمع الدراسة وعينته

يشتمل مجتمع الدراسة على مجموعة من العاملين في مؤسسة فرع بيضا للصناعة الغذائية البسكويت التركية – ولاية الجزائر والبالغ عددهم (100)، وبسبب صغر حجم مجتمع الدراسة قام الباحث بتوزيع الاستمارات كلها (100) إستبانة على مجتمع الدراسة تم استرداد (80) إستبانة بنسبة استجابة بلغت (80%)، أستبعد منها (20) إستبانة لعدم صلاحيتها، فيما تم اعتماد (80) إستبانة صالحة لغايات التحليل الإحصائي تشكل في مجموعها من مجتمع الدراسة.

2-4 أداة الدراسة

قام الباحثين بالاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية للدراسة، حيث تم تطوير الأداة لقياس أثر إستراتيجية الصناعة الغذائية على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع الصناعي للصناعات الغذائية "béfaa" بولاية الجزائر حيث شملت أداة الدراسة على فقرات إستبانة إستراتيجيات الصناعة الغذائية (الجذب، التطوير، المحافظة، والتعاقب الوظيفي) وأبعاد الميزة التنافسية (الجودة، الكفاءة، الإبداع، التميز، والاستجابة) وكيفية تحقيق التنمية الاجتماعية والميزة التنافسية من خلال العينة المستهدفة للدراسة.

جدول (1): معامل كرونباخ ألفا لقياس أداة الدراسة

| المتغير | عدد الفقرات | معامل الثبات (كرونباخ ألفا) |
|--|-------------|-----------------------------|
| إستراتيجيات الصناعة الغذائية | 20 | 0.907 |
| إستراتيجية الإنتاج والتوزيع | 5 | 0.912 |
| إستراتيجية تطوير التسويق | 5 | 0.915 |
| إستراتيجية المحافظة على التنوع | 5 | 0.910 |
| إستراتيجية التصنيع | 5 | 0.914 |
| تحقيق الميزة التنافسية والتنمية الاجتماعية | 25 | 0.917 |
| ميزة الجودة في المنتج | 5 | 0.918 |
| ميزة الكفاءة في اعداد المنتج | 5 | 0.925 |
| ميزة الإبداع في المنتج | 5 | 0.930 |
| ميزة الاستجابة للفرص والتحديات | 5 | 0.930 |
| ميزة التميز للمؤسسة | 5 | 0.927 |
| المقياس الكلي | 45 | 0.923 |

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج "25Spsv"

التحليل الإحصائي واتخاذ القرار :

وتضمنت أداة الدراسة على ثلاثة أجزاء شملت: الجزء الأول: المعلومات الشخصية مثل الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، الخبرة الوظيفية، والمركز الوظيفي. الجزء الثاني: شمل على إستراتيجيات الصناعة الغذائية في الجزائر؛ إستراتيجية الجذب الفقرات (1-5)، إستراتيجية التطوير الفقرات (6-10)، إستراتيجية المحافظة الفقرات (11-15)، إستراتيجية التعاقب الوظيفي الفقرات (16-20). الجزء الثالث: شمل على أبعاد الميزة التنافسية: الجودة الفقرات (21-25)، الكفاءة الفقرات (26-30)، الإبداع الفقرات (31-35)، الاستجابة الفقرات (36-40)، والتميز الفقرات (41-45). وأمام كل فقرة من هذه الفقرات خمسة خيارات وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي تبدأ من رقم (1) لا أوافق بشدة حتى الرقم (5) أوافق بشدة.

كما أن المقياس الكلي لأداة الدراسة يتصف بدرجة عالية الثبات بلغ (0.923)، في حين أن مقياس إستراتيجيات الصناعات الغذائية الكلي يتصف بدرجة عالية من الثبات (0.907)، وأن إستراتيجية الإنتاج والتوزيع (0.912)، وإستراتيجية التسويق (0.915)، وإستراتيجية المحافظة الصناعة الغذائية (0.910)، وإستراتيجية التعاقب الوظيفي (0.914) تتصف بدرجة عالية من الثبات، بينما مقياس الميزة التنافسية الكلي يتصف بدرجة عالية من الثبات أيضاً (0.917)، كما دلت النتائج على أن أبعاد الميزة التنافسية: الجودة (0.918)، والكفاءة (0.925)، والإبداع (0.930)، والاستجابة (0.930)، والتميز (0.927) كلها تتصف بدرجة عالية من الثبات.

3-4 عرض نتائج الدراسة

1.3.4 خصائص عينة مجتمع الدراسة

جدول (2): التكرارات والنسب المئوية لخصائص عينة الدراسة ن=80

| النسبة المئوية | التكرار | المتغير | |
|----------------|---------|--------------------------------|----------------|
| 82.5 | 65 | ذكر | الجنس |
| 17.5 | 15 | انثى | |
| 34.2 | 33 | 20 – 29 | العمر |
| 31.7 | 22 | 30 – 39 | |
| 24.2 | 20 | 40 – 49 | |
| 10 | 5 | أكثر من 50 سنة | |
| 38.3 | 46 | ثانوي فما أقل | المؤهل العلمي |
| 51.7 | 24 | ليسانس | |
| 10 | 10 | دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه) | |
| 13.3 | 10 | أقل من 5 سنوات | الخبرة |
| 49.2 | 40 | 6 – 11 | |
| 11.7 | 20 | 12 – 17 | |
| 25.8 | 10 | أكثر من 18 | |
| 10.8 | 15 | مدير / مساعد مدير | المركز الوظيفي |
| 34.2 | 15 | رئيس قسم (تسويق ، توزيع) | |
| 55 | 50 | مرؤوس | |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج " SpssV25"

التحليل الإحصائي واتخاذ القرار :

يبين الجدول رقم (2) نتائج خصائص عينة مجتمع الدراسة حيث يتبين أن غالبية عينة الدراسة هم من الذكور ويمثلون ما نسبته (82.5%) من مجتمع الدراسة الكلي، كما أن غالبية العاملين في المؤسسة المدروسة هم من ذوي الأعمار الشابة ويمثلون ما نسبته (34.2% و 31.7%) للفئات العمري (20-29) و(30-39) على التوالي.

أما من يحملون مؤهلاً علمياً عالياً يشكلون نسبةً جيدةً (10%) وهنا يندرج تحتها قدرة هؤلاء على لعب درواً بارزاً بأن يكونوا حلقة وصل فعالة بين كافة شرائح العاملين لتبادل المعلومات والمعارف. أما من حيث المركز الوظيفي، فنلاحظ أن الغالبية من عينة الدراسة (مجتمع الدراسة) هم من الموظفين العاملين يمتازون بين رئيس قسم ومساعدو رؤساء ما يمثلون ما نسبته (34.2%) وممن هم في سلك القادة (10.8%)، وبالتالي فهذه المهارات تكون كفيلة بخلق بيئة عمل تتحقق بها أهداف المؤسسة .

2.3.4 التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة

ما مستوى تطبيق إستراتيجيات الصناعة الغذائية "béfaa" ؟

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإستراتيجيات تحقيق إستراتيجية الصناعة الغذائية مطلع 2025

| المتغير | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | مستوى التطبيق |
|----------------------------------|---------------|-------------------|---------------|
| إستراتيجية الإنتاج والتوزيع | 3.85 | 0.63 | عالية |
| إستراتيجية تطوير التسويق | 3.78 | 0.58 | عالية |
| إستراتيجية المحافظة على التصنيع | 3.91 | 0.86 | عالية |
| إستراتيجية الفرص والتحديات | 3.69 | 0.98 | عالية |
| إستراتيجيات إدارة الصناعة الكلية | 3.77 | 0.71 | عالية |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي واتخاذ القرار:

يشير الجدول رقم (3) إلى نتائج تحليل البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة مجتمع الدراسة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بإستراتيجيات تنمية الصناعات الغذائية: إستراتيجية التسويق، المحافظة على التصنيع، إستراتيجية الفرص والتحديات، حيث يشير المدى (1-2.50) إلى درجة ضعيفة و(2.51-3.50) درجة متوسطة بينما (3.51-5.00) درجة قوية. يلاحظ من نتائج هذا الجدول أن إستراتيجيات تنمية الصناعات الغذائية جاءت بدرجة عالية. كما أن إستراتيجية المحافظة على التصنيع جاءت بالمرتبة الأولى بوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.86) وبدرجة عالية من التطبيق في المؤسسة، وتعتبر هذه النتيجة طبيعية حيث أن إدارة المؤسسة تسعى لضم الكفاءات البشرية المؤهلة والمحافظة عليها لأنها تعتبر رأس مالها الفكري يصعب التخلي عنه بسهولة، وجاءت إستراتيجية التصنيع في مؤسسة بيضا تعتبر مهمة في السوق الجزائرية ، إستراتيجية الفرص والتحديات، في المراتب الثانية والثالثة والرابعة على التوالي وبأوساط حسابية وإنحرافات معيارية (3.85) (0.63)، (3.78) (0.58)، (3.69) (0.98) وبمستويات تطبيقية عالية. وهذا بدوره يؤكد على أن ممارسات القيادة في المؤسسة المدروسة تعمل باتجاه تبني وتطبيق إستراتيجيات لإدارة تنمية الصناعة وتطويرها نحو الأفضل، ولما لها من أهمية وأثر في تحقيق تفوق متميز على جميع المنافسين.

ما مستوى توافر الميزة لتحقيق الابعاد الاجتماعية في المؤسسة المدروسة ؟

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد تحقيق التنمية الاجتماعية

| المتغير | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | مستوى التطبيق |
|------------------------|---------------|-------------------|---------------|
| الجودة للمنتج | 3.96 | 0.97 | عالية |
| الكفاءة للمنتج | 3.72 | 0.58 | عالية |
| الإبداع للمنتج | 3.84 | 0.73 | عالية |
| مواجهة الفرص والتحديات | 3.66 | 0.81 | عالية |

| | | | |
|-------|------|------|-------------------------------|
| عالية | 0.88 | 3.78 | التميز في المنتج |
| عالية | 0.82 | 3.69 | ابعاد تحقيق الميزة الاجتماعية |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي :

يشير الجدول رقم (4) إلى نتائج تحليل البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة مجتمع الدراسة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بالميزة التنافسية وأبعادها الخمسة: الجودة، والكفاءة، والإبداع، والإستجابة، والتميز، ويلاحظ من نتائج هذا الجدول أن مستوى توافر الميزة التنافسية لدى مؤسسة "béfaa" جاءت بدرجة عالية أيضاً. كما أن بعد الجودة جاء بالمرتبة الأولى بوسط حسابي (3.96) وإنحراف معياري (0.97) وبدرجة عالية من التطبيق بالمؤسسة، وتعتبر هذه النتيجة حتمية إذ أن هذه المؤسسة قد حصلت مؤخراً على الإعتمادية والجودة العالمية الأيزو وحصولها عليها إنما نابع من تطبيق معايير الجودة والسلامة العامة ضمن عملياتها الصناعية. فيما حل بعد الإبداع في المرتبة الثانية بوسط حسابي وإنحراف معياري (3.84) (0.73)، وبعد التميز في المرتبة الثالثة بوسط حسابي وإنحراف معياري (3.78) (0.88)، وفي المرتبة الرابعة بعد الكفاءة بوسط حسابي وإنحراف معياري (3.72) (0.58) وأخيراً بعد الإستجابة في المرتبة الخامسة بوسط حسابي وإنحراف معياري (3.66) (0.81) على التوالي وبمستويات توافر وتطبيق عاليين. وهذا بدوره يؤكد أن إدارة المؤسسة لديها إستراتيجية تركز على جودة الخدمات المقدمة لعملائها، وهذا يتطلب بدوره استثمار في العنصر البشري فردية عالية، خاصة من ناحية التعامل والتقديم، كما أنها سعت إلى تحقيق ميزة تنافسية عن غيرها من المؤسسات المنافسة من حيث الكفاءات والبنى التحتية والخدمات والإستراتيجيات المتبعة.

4.4 إختبار فرضيات الدراسة :

الفرضية الرئيسية الأولى القائلة "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإستراتيجيات الصناعة الغذائية على تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة "béfaa".

جدول (5): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر إستراتيجيات تحقيق مساهمة الصناعة الغذائية في تحقيق الميزة التنافسية و التنمية الاجتماعية

| الميزة التنافسية/ التنمية الاجتماعية | | | | إستراتيجيات الصناعة الغذائية في الجزائر |
|--------------------------------------|----------|----------|----------|---|
| مستوى الدلالة | قيمة (T) | قيمة (β) | قيمة (B) | |
| 0.001* | 3.150 | 0.125 | 0.044 | إستراتيجية الإنتاج والتوزيع |
| 0.003* | 2.018 | 1.238 | 0.225 | إستراتيجية تطوير التسويق |
| 0.004* | 2.906 | 0.575 | 0.300 | إستراتيجية المحافظة على التصنيع |
| 0.000* | 2.073 | 0.823 | 0.473 | إستراتيجية الفرص والتحديات |
| 0.621 | | | | قيمة (R ²) |
| 50.094 | | | | قيمة (F) |
| 0.000* | | | | مستوى الدلالة |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي :

يبين لنا الجدول رقم (5) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر إستراتيجيات الصناعة الغذائية في الجزائر كمتغير مستقل في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها الخمسة مجمعةً كمتغير تابع. حيث يتبين من الجدول أن متغير إستراتيجيات إدارة المواهب يُفسر ما نسبته (62.1%) من التباين في متغير تحقيق الميزة التنافسية، وأن قيمة (F) المحسوبة (50.094) هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) وهي بذلك دالة إحصائياً، وهذا يعني وجود أثر لإستراتيجيات إدارة المواهب في تحقيق الميزة

التنافسية، كذلك تشير نتائج التحليل الجزئي إلى أن أكثر إستراتيجيات إدارة المواهب تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية هي إستراتيجية الإنتاج والتوزيع حيث كانت قيمة $\beta = 0.125$ ، $T = 3.150$ ، في حين جاءت كل من إستراتيجية المحافظة على التصنيع ($\beta = 1.238$ ، $T = 2.906$) وإستراتيجية الفرص والتهديدات ($\beta = 0.823$ ، $T = 2.073$) وإستراتيجية تطوير المواهب ($\beta = 0.05$) وبناءً عليه يتبين قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإستراتيجيات الصناعة الغذائية في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة "béfaa".

الفرضية الفرعية الأولى القائلة "يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الصناعة الغذائية على بعد الجودة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة "béfaa".

جدول (6): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لإختبار أثر إستراتيجية الصناعة الغذائية على بعد الجودة للمنتج

| نتيجة الفرضية | قيمة (R ²) | مستوى الدلالة | قيمة (F) | قيمة (β) | مستوى الدلالة | قيمة (T) |
|---------------|------------------------|---------------|----------|------------------|---------------|----------|
| قبول الفرضية | 0.744 | 0.000* | 66.185 | 1.006 | 0.000* | 6.063 |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي واتخاذ القرار:

يبين الجدول رقم (6) أن متغير إستراتيجية الصناعة الغذائية قد فسر (0.744) من التباين في بعد الجودة، وأن تطبيق إستراتيجية الصناعة الغذائية المؤسسة المدروسة لها تأثير معنوي إيجابي في بعد الجودة من أبعاد الميزة التنافسية وهذا ما توضحه قيمة (F) المحسوبة والبالغة (66.185) والتي هي أكبر من القيمة الجدولية لها وعند مستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وهي دالة إحصائياً، ويدهم هذه النتيجة قيمة $\beta = 1.006$ ، $T = 6.063$. مما تقدم يتبين قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الصناعة الغذائية على بعد الجودة من أبعاد الميزة التنافسية .

الفرضية الفرعية الثانية القائلة "يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الصناعة الغذائية على بعد الكفاءة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة "béfaa".

جدول (7): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لإختبار أثر إستراتيجيات التصنيع على بعد الكفاءة في اعداد المنتج

| نتيجة الفرضية | قيمة (R ²) | مستوى الدلالة | قيمة (F) | قيمة (β) | مستوى الدلالة | قيمة (T) |
|---------------|------------------------|---------------|----------|------------------|---------------|----------|
| قبول الفرضية | 0.892 | 0.000* | 28.189 | 1.122 | 0.000* | 5.156 |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي :

تشير نتائج الجدول رقم (7) أن سياسة تطبيق إستراتيجيات الصناعة الغذائية في مؤسسة "béfaa". لها تأثير معنوي وإيجابي في بعد الكفاءة من أبعاد الميزة التنافسية، ويتجلى ذلك في قيمة (F) المحسوبة والبالغة (28.189) وهي بذلك أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، ويدهم هذه النتيجة قيمة كل من (T) و (β) والبالغتين (5.156) و (1.122) وهي قيم معنوي عند مستوى (0.05). وإعتماداً على ما سبق، فإنه يتبين قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي نصت على وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لإستراتيجيات هادفة لتطوير الصناعة الغذائية في بعد الكفاءة من أبعاد الميزة التنافسية في مؤسسة "béfaa".

الفرضية الفرعية الثالثة القائلة "يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الصناعة الغذائية على بعد الكفاءة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة "béfaa".

جدول (8): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لإختبار أثر إستراتيجيات التصنيع على بعد الإبداع للمنتج

| نتيجة الفرضية | قيمة (R ²) | مستوى الدلالة | قيمة (F) | قيمة (β) | مستوى الدلالة | قيمة (T) |
|---------------|------------------------|---------------|----------|----------|---------------|----------|
| قبول الفرضية | 0.761 | 0.000* | 6.826 | 0.193 | 0.000* | 2.245 |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي:

تظهر نتائج الجدول رقم (8) أن إستراتيجية التصنيع لها تأثير معنوي وإيجابي في بعد الإبداع من أبعاد الميزة التنافسية ويتبين ذلك من خلال قيمة (F) والبالغة (6.826) والتي هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، ومما يدعم هذه النتيجة أيضاً قيمة (T) و(β) والبالغتين (2.245) و(0.193) وهي بذلك ذات دلالة معنوية عند مستوى (0.05). ويوضح من النتائج أعلاه في الجدول أن (76.1%) من المزيد من الإبداع والتغيرات في الإبداع إنما تعود إلى تبني وتطبيق إستراتيجيات لإدارة لتطوير الصناعة الغذائية في المؤسسة المدروسة. "béfaa"

ومما تقدم، فإنه يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة والتي تشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإستراتيجيات الصناعة الغذائية في بعد الإبداع كأحد أبعاد الميزة التنافسية وتحقيقها لمؤسسة "béfaa". الفرضية الفرعية الرابعة القائلة "يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الصناعة الغذائية على بعد الميزة التنافسية لمؤسسة "béfaa".

جدول (9): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لإختبار أثر إستراتيجيات التصنيع على بعد الفرص والتهديدات

| نتيجة الفرضية | قيمة (R ²) | مستوى الدلالة | قيمة (F) | قيمة (β) | مستوى الدلالة | قيمة (T) |
|---------------|------------------------|---------------|----------|----------|---------------|----------|
| قبول | 0.554 | 0.000* | 11.452 | 0.985 | 0.000* | 8.256 |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي:

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (9) أن إستراتيجية التصنيع تأثير معنوي وإيجابي في بعد الفرص والتهديدات لرغبات وتطلعات الزبائن كأحد أبعاد تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة "béfaa". ويتمثل ذلك بقيمة (F) والبالغة (11.452) وهي بذلك أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05)، وما يدعم هذه النتيجة أيضاً أن (T) و(β) والبالغتين (8.256) و(0.985) وهي قيم معنوية عند مستوى (0.05). ويلاحظ أن إستراتيجيات إدارة الاستثمار في راس مال البشري قد فسرت ما نسبته (55.4%) من بعد الإستجابة لمتطلبات ورغبات الزبائن كأحد أبعاد تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسة. وتأسيساً على ما تقدم، فإنه يصار إلى قبول الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإستراتيجيات إدارة المواهب في بعد الإستجابة لدى المؤسسة المدروسة.

جدول (10): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لإختبار أثر إستراتيجيات التصنيع على بعد التميز في المنتج

| نتيجة الفرضية | قيمة (R ²) | مستوى الدلالة | قيمة (F) | قيمة (β) | مستوى الدلالة | قيمة (T) |
|---------------|------------------------|---------------|----------|----------|---------------|----------|
| قبول الفرضية | 0.487 | 0.000* | 18.424 | 1.992 | 0.000* | 2.345 |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي:

يظهر الجدول رقم (10) أن إستراتيجية الصناعة الغذائية وإيجابي في بعد التميز كأحد أبعاد الميزة الاجتماعية وهذا ما بينته قيمة (F) المحسوبة والبالغة (18.424) والتي هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى (0.05)، ويدعم هذه النتيجة قيمة كل من (T) و(β) والبالغتين (2.345) و(1.992) وهي قيم ذات معنوية عند مستوى (0.05). ويلاحظ من نتائج الجدول أن (48.7%)

من التميز والتغير بإتجاه التميز في الخدمات لدى المؤسسة ترجع إلى فعالية تطبيق إستراتيجيات إدارة المواهب لديهم. وبناءً على هذه النتائج فإنه يتم قبول الفرضية الفرعية الخامسة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الصناعة الغذائية على بعد التميز لتحقيق الميزة التنافسية كأحد أبعاد تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة " béfaa "

جدول (11): نتائج تحليل الإنحدار المتدرج لأثر أبعاد إستراتيجية التصنيع في تحقيق التنمية للصناعة الغذائية في الجزائر مطلع 2025

| الميزة التنافسية | | | | إستراتيجيات الصناعة الغذائية في الجزائر | |
|------------------|----------|----------|----------------|---|------------------------------------|
| مستوى الدلالة | قيمة (T) | قيمة (B) | قيمة (R^2) | قيمة (F) | |
| 0.000* | 7.721 | 0.643 | 0.692 | 89.125 | إستراتيجية الانتاج والتوزيع |
| 0.000* | 4.356 | 0.962 | 0.741 | 110.895 | إستراتيجية تطوير التسويق |
| 0.004* | 7.241 | 0.427 | 0.639 | 99.211 | إستراتيجية المحافظة على التصنيع |
| 0.002* | 5.933 | 0.372 | 0.664 | 76.478 | إستراتيجية الفرص والتحديات للصناعة |

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج "25SpssV"

التحليل الإحصائي:

يتبين من الجدول رقم (11) نتائج تحليل الإنحدار المتدرج لمفرقة المتغيرات الأكثر أهمية في تحقيق الميزة التنافسية من خلال أبعادها الخمسة المبحوثة. ويتبين لنا أن إستراتيجية تنمية الصناعة الغذائية كانت من أكثر المتغيرات تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية حيث فسر هذا المتغير ما نسبته (74.1%) من التغير في تحقيق الميزة التنافسية وبلغت قيمة (F) المحسوبة (110.895) وهي أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى (0.05)، في حين حل متغير إستراتيجية تطوير التسويق المرتبة الثانية من حيث الأهمية في تأثيره على تحقيق الميزة التنافسية فقد فسر هذا المتغير ما نسبته (69.2%) من المتغير التابع، وكانت قيمة (F) المحسوبة (89.125) وهي بذلك أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى (0.05) ومن ثم تلاها متغيري إستراتيجية التعاقب الوظيفي وإستراتيجية المحافظة الانتاج والتوزيع وكانت قيمة (F) المحسوبة لكليهما (76.478) و(99.211) على التوالي وهما عند مستوى دلالة (0.05)، ويوضح لنا الجدول أن متغيرات إستراتيجيات إدارة الصناعة الغذائية في المؤسسة الأكثر تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية بدلالة قيمة (T) والتي هي عند مستوى دلالة معنوية ($P \leq 0.05$)

5. خاتمة:

من خلال دراسة : فرص تنمية الصناعة الغذائية في الجزائر في ظل حرية التجارة الدولية وأفاق الإستراتيجية الصناعية في الجزائر نجد أن الاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في هذا الفرع في تطور مشتملا ، وخاصة في السنوات الأخيرة وذلك نظرا لإدراك المتعاملين الاقتصاديين أهمية هذا الفرع نظرا لحجم السوق الجزائري ، غير أن المؤسسات تتميز بالتبعية للخارج فيما يتعلق بالمواد الأولية رغم أن الجزائر لها من الإمكانيات الفلاحية ما يسد حاجة هذه المصانع من المواد الأولية وذلك نتيجة عدم وجود إستراتيجية لتوجيه الإنتاج الفلاحي .

فالصناعة الغذائية الجزائرية تواجهها الكثير من التحديات لتفعيل دورها ومساهمتها في تحقيق التنمية الاجتماعية ، وأنها بحاجة ماسة إلى اعتماد جملة من التدابير الاستعجالية حتى يضمن لها النمو الايجابي والمستدام ، ويستدعى ذلك إحداث تعديلات على خصائص إستراتيجية تنمية الصناعة الغذائية والارتقاء إلى المستوى المطلوب الذي بلغته الشركات الكبرى العالمية وفك ارتباطها بالأسواق الدولية وتعزيز التكامل بين مختلف شعب الصناعات الغذائية .

ومن اجل تحقيق استقرار الصناعة الغذائية نحتاج إلى انتظام التمويل وتقليص المخاطر الناتجة عن تغيير الأسعار وعدم استقرار الأسواق والمشاكل المرتبطة بضعف استراتيجة الصناعة الغذائية في الجزائر.

1.5 نتائج الدراسة: توصلنا من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مستوى "béfaa". إلى:

أن نتائج الدراسة الميدانية بينت أن هناك مستويات عالية لدى مؤسسة "béfaa". في تبني وتطبيق إستراتيجيات الصناعة الغذائية والكفاءة والمؤهلة العاملة في المؤسسة إذ بلغ الوسط الحسابي (3.77) وإنحراف معياري (0.71).

أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك اهتمام كبير وتطبيق عملي لأبعاد الميزة التنافسية في إدارة عمليات المؤسسة إذ بلغ الوسط الحسابي (3.69) والإنحراف المعياري (0.82).

بينت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإستراتيجيات الصناعة الغذائية في أبعاد تحقيق الميزة التنافسية المتمثلة بالجودة، والكفاءة، والإبداع، والإستجابة، والتميز. وهذا راجع إلى اهتمام ووعي المؤسسة بضرورة توفر وإدارة عناصرها الموهوبة وقدرتهم على تحويل المؤسسة إلى مستويات متميزة من الإنتاج والأداء، وخصوصاً أن مؤسسة "béfaa". قد حصلت على الجودة العالمية للأيزو وبذلك حصل على الاعتراف بأنه قد طبق كافة الأمور المتعلقة بالجودة وخدمات التميز تميزها عن غيرها من المؤسسات

أظهرت نتائج الدراسة أن متغير إستراتيجية الصناعة الغذائية هي الأكثر تأثيراً في تحقيق الميزة الاجتماعية لدى المؤسسة، وذلك بسبب التطورات الحاصلة في عالم التكنولوجيا الحديثة وزيادة المعارف، مما يستوجب إنتباه إدارة المؤسسة على ضرورة التعلم والتدريب المستمرين الكافيين لكسب المعارف والمهارات التي تتطلبها طبيعة العمل في هذه المؤسسة.

كما جاءت إستراتيجية الصناعة الغذائية في المرتبة الثانية من حيث التأثير في تحقيق الميزة الاجتماعية والتنافسية خصوصاً إذا علمنا أن الكثير من المؤهلين والمبدعين في المجال الصناعي يبحثون عن تحقيق طموحاتهم وتلبية رغباتهم وتقديرهم من قبل المؤسسة كما أن هناك طلب ومنافسة شديدة من قبل الآخرين عليهم لميزتهم التنافسية وقدرتهم على تطوير عملياتها، كذلك قدرتهم على تحقيق إستراتيجيات المؤسسات التي ترتقي بنظم عملها بناءً على متطلبات العصر الحديث.

2-5 توصيات الدراسة: بناء على نتائج الدراسة نقوم بتقديم بعض التوصيات نوجزها فيما يلي:

- يجب على المؤسسة محل الدراسة (والمؤسسة الجزائرية بشكل عام) أن تهتم بخلق مناخ عمل مناسب للأفراد والاستثمار في رأس مال البشري بها؛

- تحسين بيئة الأعمال والقضاء على الحماية الملكية للصناعة وتجنب البيروقراطية؛

- توجيه السياسة المالية نحو تشجيع الفروع الصناعية التي تشكل قاطرة النمو الاقتصادي؛

- تعزيز ثقافة الاستثمار في الصناعة الغذائية وإعادة التوجيه في قانون الاستثمار 49/51 من اجل تشجيع الاستثمار

الأجنبي

- العمل على توجيه التجارة الخارجية للدول الإفريقية والدول العربية

- الاهتمام بتكوين مخزون الاستثمار في الصناعات الغذائية، عن طريق زيادة الإنفاق على رأس المال البشري، بما يضمن

تحقيق اعلي مستويات من الأداء وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

- ضرورة استقطاب الأموال المكتنزة في البنوك والبورصات وتشكيل الاندماج من اجل النهوض بمستقبل الصناعة

الغذائية؛

- التكامل بين قطاع المحروقات وقطاع الصناعة الغذائية من اجل تحقيق أهداف الاقتصاد على المستوى الكلي،

- إعادة النظر في العقار الصناعي وإنشاء شركات مساهمة تسير التطورات الحديثة التي يشهدها العالم؛

- دمج وزارة الطاقة والصناعة في وزارة واحد لضمان اكبر تنسيق للصناعة في الجزائر؛
- العمل على اتخاذ أساليب جديدة لتطوير الصناعة الغذائية والعمل على تحرير التجارة الخارجية ؛
- تشجيع الشراكة العربية البيئة والعمل على تنمية الصناعة وتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة؛
- العمل على وضع دورات تدريبية وتطوير البنية الرقمية لتطوير وتنمية مستقبل المؤسسات الناشئة في مجال الصناعة الغذائية وهذا ما تسعى اليه الجزائر .

6. قائمة المراجع:

- Bhavani, T., & S, T. (2001). Determinants of Firm-Level Export Performance. A Case Study of Textile Garments and Apparel Industry," Journal of International Trade and Economic Development, 65-92.
- Nilsson, L. (1999). Two-Way Trade Between Unequal Partners: The EU and the Developing Countries. Review of World Economics, 102-127.
- Paper, P. R. (1994). The World Bank. Washington, D. C, 23-44.
- Tybout, J. (2001). Plant and Firm - Level Evidence on "New" Trade Theories. NBER Working Paper.
- أيمن سليمان مزاهره. (2007). الصناعات الغذائية بدولة الامارات العربية المتحدة بين الواقع وتحقيق الامن الغذائي،. مجلة افاق اقتصادية.
- شيماء سراج الدين انور عمارة. (2006). دور التجمعات الزراعية الصناعية في تحقيق التنافسية للصادرات الغذائية . اطروحة دكتوراه: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، مصر .
- عز الدين فراح. (1997). الصناعات الغذائية في المصانع والمنازل والمدارس ، دار الفكر العربية. ، مصر ، القاهرة .
- عيون عبد الكريم. (1998). جغرافيا الغذاء في الجزائر. المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر .
- مبلود زيد الخير. (2010). الصناعة الغذائية ، البديل المأمول قبل النفاذ وبعده. الملتقى الدولي حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .

7. ملاحق : مخرجات ونتائج spss

ملحق رقم (01) نتائج اختبار معامل "ألفا كرونباخ "

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,912 | 5 |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,907 | 20 |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,910 | 5 |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,915 | 5 |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,917 | 25 |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,914 | 5 |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| 0.918 | 5 |

Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,930 | 5 |

Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,925 | 5 |

Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,923 | 45 |

Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,927 | 5 |

ملحق رقم (02) البعد الأول استراتيجية ادارة الصناعة الغذائية في مؤسسة "béfaa"

| | | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 |
|------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | Valide | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| | Manquant | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Moyenne | | 3,8523 | 3,8756 | 3,9143 | 3,6903 | 3,7762 |
| Ecart type | | ,63852 | ,58470 | ,86544 | ,98544 | ,71544 |

ملحق رقم (03) البعد الثاني : ابعاد تحقيق الميزة التنافسية والاجتماعية لتنمية الصناعات الغذائية

| | | s1 | s2 | s3 | s4 | s5 | S6 |
|------------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|
| N | Valide | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| | Manquant | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Moyenne | | 3,9631 | 3,72564 | 3,8456 | 3,6651 | 3,7802 | 3,9698 |
| Ecart type | | ,63852 | ,58470 | ,73145 | ,81234 | ,88436 | ,82569 |