

سبل تحسين تنافسية القطاع الصناعي في الجزائر

د. بودرامه مصطفى

جامعة سطيف-1

Abstract	ملخص
<p>This study aims to clarify the ways to improve the competitiveness of the industrial sector in light of the intensification of competition as a result of the process of trade liberalization, the study is important in demonstrating how to achieve industrial competitive advantage by knowing the reality of Algerian industry in some indicators of global competitiveness.</p> <p>Keywords: Competitive advantage, competitiveness, value chain, quality, resource theory, the industrial added value.</p>	<p>تهدف هذه الدراسة إلى توضيح السبل الكفيلة بتحسين تنافسية القطاع الصناعي في ظل اشتداد حدة المنافسة نتيجة عملية الانفتاح التجاري، وتتبع أهمية الدراسة في تبيان كيفية تحقيق ميزة تنافسية صناعية وذلك بمعرفة واقع الصناعة الجزائرية في بعض مؤشرات التنافسية العالمية.</p> <p>الكلمات المفتاحية: الميزة التنافسية، القدرة التنافسية، سلسلة القيمة، الجودة، نظرية الموارد، القيمة المضافة الصناعية.</p>

مقدمة

تتعرض المؤسسات الصناعية الجزائرية لمنافسة شديدة على المستوى المحلي والعالمي، حيث تواجهها العديد من التحديات التي تحتم عليها استعمال وسائل وآليات، واستراتيجيات حديثة، لكي تتماشى مع الظواهر المستجدات التي أفرزتها العولمة الصناعية وعملية الانفتاح على الأسواق العالمية، علما أن عولمة الصناعة تدفع إلى ضرورة الإبداع والابتكار والتطوير في ظل اشتداد حدة المنافسة؛ وذلك نتيجة فتح الحدود الوطنية للمبادلات التجارية والمالية ورؤوس الأموال الأجنبية، علما أن معظم الصناعات العالمية تتجه نحو صناعات المعرفة، والتقنيات العالية، الشيء الذي يجعل الميزة التنافسية للمؤسسة الصناعية الجزائرية في الظروف الاقتصادية الحالية تكمن في الإبداع والتقليد، والمؤسسة التي لا تعرف استخدام طاقاتها الإبداعية لا تستطيع الاستجابة لرهانات السوق.

من خلال ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال السؤال التالي:

• ماهي سبل تحسين تنافسية القطاع الصناعي في الجزائر؟

أما أهداف البحث فيمكن حصرها في النقاط التالية:

- معرفة القطاعات الصناعية التي تساهم في القيمة المضافة الصناعية.

- إبراز أسباب ضعف القدرة التنافسية في الجزائر.
- محاولة معرفة مكانة الصناعة الجزائرية في بعض مؤشرات التنافسية الدولية.

1. مفهوم الميزة التنافسية:

لقد ظهر مفهوم الميزة التنافسية- تحديدا- في أواخر السبعينات من القرن الماضي وبداية الثمانينات، وأصبح التحدي الكبير الذي يواجه المسيرين في المؤسسات هو كيفية تحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، ومن أجل تحقيق ذلك لا بد من مراعاة العوامل التالية:⁽¹⁾

- قدرة المؤسسة على خلق عوامل الإنتاج اللازمة لصناعة معينة، والتي تستند إلى مهارات بشرية عالية وإلى قاعدة علمية قوية.
- التركيز على خلق عناصر الإنتاج المتخصصة، مثل ربط البحث والتعليم بصناعة إستراتيجية معينة؛
- ظروف الطلب المحلي؛ حيث إنه كلما تميز الطلب بحساسية الجودة كلما أعطى للمؤسسات خبرة ودفعا قويين للتجديد والابتكار؛
- وضع الأهداف التي تقود إلى استمرارية الاستثمار.

ومفهوم الميزة التنافسية للصناعة يمثل عملية ديناميكية تتغير عبر الزمن، فالصناعة لا تولد ناضجة ومكتملة القدرة على المنافسة، وإنما تمر بعدة مراحل حتى تبين قدرتها التنافسية، وتمثل محددات الميزة التنافسية للصناعة في تخفيض تكاليف الإنتاج، رفع جودة المنتج، البحث والتطوير، التسويق حيث إن كسب أجزاء من السوق لا يمكن الحصول عليه إلا بتحسين الميزة التنافسية، كما أن توافر موقع مميز ومواد خام وعمالة ماهرة يدعم الميزة التنافسية للصناعة.

وأما الميزة التنافسية فتعرف بأنها « قدرة المؤسسة على عرض منتجات عالية الجودة بنفس تكاليف المؤسسات المنافسة أو بقيمة مساوية لأقل التكاليف أو بمقارنة امتيازات المؤسسة بالنسبة لغيرها، وأخذ وضعيات متميزة في المنافسة تسمح بتحقيق آداءات اقتصادية عالية على المدى الطويل»⁽²⁾.

وتُعرف التنافسية على أنها «إمكانية تقديم منتج ذي جودة عالية وبسعر مقبول من طرف المستهلك»⁽³⁾.

«

أما القدرة التنافسية للمؤسسة فقد عرفها " T.Bertrand " بأنها: «قدرة المؤسسة على تحقيق كفاءات مساوية أو تفوق كفاءات المنافسين ومصادرها الأساسية: التكاليف، والجودة، والإنتاجية، والإبداع، وسرعة التفاعل، ورد الفعل»⁽⁴⁾. وأما القدرة التنافسية للدولة فقد عرفها المجلس الأوربي في

اجتماعه ببرشلونة في سنة 2000 على أنها القدرة على التحسين المستمر لمستوى المعيشة، وتوفير مستوى عمالة مرتفع والحفاظ على التماسك الاجتماعي⁽⁵⁾.

وفي غالب الأحيان تشير الميزة التنافسية إلى المجالات التي يمكن للمؤسسة أن تنافس فيها غيرها بطريقة أكثر فعالية، وبهذا فهي تمثل نقطة قوة تنسم بها المؤسسة دون منافسيها في أحد أنشطتها الإنتاجية، أو التسويقية، أو التمويلية، أو فيما يتعلق بمواردها وكفاءتها البشرية، فالميزة التنافسية تعتمد على نتائج فحص وتحليل كل من نقاط القوة والضعف الداخلية، إضافة إلى الفرص والمخاطر المحيطة والسائدة في بيئة المؤسسة مقارنة بمنافسيها⁽⁶⁾.

وفي إطار تحليله للنشاطات الداخلية للمؤسسة المستولة استراتيجيا عن خلق القيمة وبالتالي عن الميزة التنافسية وفق أسلوب سلسلة القيمة (le Chain de Valeur) يرى M. Porter أن الموارد البشرية مسؤولة عن خلق القيمة، وأن تسييرها يؤثر على الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال تنمية الكفاءات وتحفيز المستخدمين، وبالتالي تعد عاملا حاسما في تطوير الميزة التنافسية، وإن الطلب الأجنبي الكبير على العمالة المتخصصة من قبل المؤسسات الدولية و تقديمها إغراءات كبيرة لاستقطابهم نحو الخارج مشكلة أخرى في وجه الدول النامية.

وفي إطار هذا السياق تجدر بنا التفرقة بين التنافسية والمنافسة؛ حيث إن هناك فرقا مفاهيميا مهما بين المصطلحين، إذ يمكن اعتبار المنافسة كمفهوم توضيحي، يسمح لنا بوصف الحالة الخاصة بالأعمال، ويتعلق الأمر هنا بهيكل السوق، وهذا الأخير يكون في حالة المنافسة التامة عند توفر البعد الأمامي المتمثل في تواجد عدد كبير من المؤسسات⁽⁷⁾، كما أن دراسة المنافسة تسمح بتقييم الوضع التنافسي للمؤسسة، بالإضافة إلى تقديم معطيات عن أهم خصائص كل مؤسسة على حدى، وتقييم نقاط القوة و نقاط الضعف لكل منها.

2- محددات الميزة التنافسية القومية:

1.2 - نموذج بوتر لتحويل الصناعة في الدول المتقدمة:

في إطار الثورة التكنولوجية قدم "بوتر" نظريته المناسبة لتحديد العوامل اللازمة لخلق بيئة أعمال تنسم بالتنافسية وتطوير حزمة من التوصيات وإجراءات التنافسية التي يتوجب على الدول اتباعها في إطار دعمها للتنافسية، والفكرة الأساس في هذه المنهجية هي التحليل الديناميكي لدراسة الميزة التنافسية التي تحققها الشركات في الصناعات العالمية وكيفية الحفاظ عليها من منطلق أن المنافسة تقوم بين الشركات وليس بين الدول في الأسواق العالمية، ويعتمد بناء الميزة التنافسية في نظرية "بوتر" على أربعة محددات رئيسة هي⁽⁸⁾:

- ◆ شروط متعلقة بجودة عوامل أو مدخلات الإنتاج.
 - ◆ شروط متعلقة بجودة ظروف الطلب؛
 - ◆ الصناعات الداعمة والمتصلة المغذية ومدى ترابطها وانتشارها؛
 - ◆ المناخ اللازم لتفعيل منافسة إستراتيجية المنشأة وهيكلها ومنافسيها؛
- إضافة إلى ما سبق هناك نوعان من المحددات المكتملة هي:
- دور الحكومة: حيث تقوم بدور فعال كمنظم للنشاط الاقتصادي وخالق للبيئة المؤسسية والتشريعية، وتعد سياستها الملائمة ذات أهمية كبيرة لجذب الاستثمارات الأجنبية.
 - دور الصدفة: مثل ظهور اختراع جديد أو التقلبات العالمية الفجائية في الطلب وأسواق رؤوس الأموال والحروب والأوبئة، حيث تخلق فجوات تسمح بحدوث تغيرات في المزايا التنافسية للدول التي لها القدرة على تحويل هذه الصدفة إلى ميزة تنافسية.
- وقد حاول "مايكل بورتر" أن يبرهن أن التكلفة المنخفضة والتميز يمكن اعتبارهما بمثابة إستراتيجيتين أساسيتين لخلق القيمة وتحقيق المزايا التنافسية في مجال صناعي معين.
- وهناك أربعة عوامل تدخل في بناء المزايا التنافسية هي:⁽⁹⁾
- الكفاءة: الكفاءة = المخرجات/المدخلات؛ حيث كلما كانت الشركة أكثر كفاءة كلما قل مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، وإن أهم مكونات الكفاءة للكثير من الشركات يتجسد في إنتاجية الموظف ذلك العنصر الذي يقاس عادة بالمخرجات بالنسبة لكل موظف.
 - الجودة: إن توفير منتجات عالية الجودة يزيد من قيمة هذه المنتجات في أعين المستهلكين، وهذا يسمح للشركة بفرض أسعار عالية، ويؤدي إلى خفض التكلفة نتيجة زيادة الإنتاجية وتتضمن الجودة ثلاثة عناصر هي:⁽¹⁰⁾
- المطابقة: وتعني مطابقة المنتج للمعايير المتعارف عليها، إضافة إلى الخصائص الموضوعية المتعلقة بالزبون والتي يمكن قياسها.
 - الاستجابة: وتعني إرضاء متطلبات الزبائن، تطلعاتهم واحتياجاتهم، سواء كان ضمنية أو ذاتية.
 - الصلاحية: ويقصد بها محافظة المنتج على خصائصه عبر الزمن، من حيث المطابقة والاستجابة.
- التجديد: يمكن تعريف التجديد على أنه شيء جديد أو حديث يتعلق بطريقة إدارة الشركة أو المنتجات التي تنتجها، ويشمل التجديد على كل تقدم يطرأ على أنواع المنتجات وعمليات الإنتاج ونظم الإدارة والهياكل التنظيمية.

- الاستجابة لحاجات العميل: لتحقيق هذا العامل بشكل متفوق يتعين على الشركة أن تكون قادرة على أداء المهام بشكل أفضل من المنافسين في إشباع احتياجات عملائها. وحسب "بورتر" هناك استراتيجيتين يمكن أن تعتمد عليهما المؤسسات الصناعية لتحقيق الميزة التنافسية هما:

*-تخفيض التكاليف: تحقق المؤسسة ميزة تنافسية من خلال تخفيض التكاليف إذا كانت تستطيع أن تقدم القيمة نفسها للمستهلك بأسعار أقل من المنافسين، وقد يرجع انخفاض التكلفة إلى تحقيق اقتصاديات الحجم، أو امتلاك تكنولوجيا معينة أو مصادر للمواد الخام غير متوفرة لدى المنافسين.

*- تمييز المنتج: وذلك عندما تقدم المؤسسة منتجا متميزا مختلفا عما يقدمه المنافسون.

إلا أن مدرسة (Harvard) عابت على "porter" في ربطه الأفضلية التنافسية بالتوقع فقط وإغفال الطاقات الكامنة للمؤسسة كمصدر للتفوق التنافسي، فبالرغم من تطور الفكر الاستراتيجي وتطبيقه في المؤسسات الأوروبية والأمريكية لم يحقق التفوق التنافسي أمام المؤسسات اليابانية، وإن كان "porter" قد قدم تفسيراً في سر التفوق الياباني بالفعالية التشغيلية التي أفرزها تطبيق أدوات تسييرية مثل: Outsourcing, Benchmarking, Reengineering⁽¹¹⁾.

كما تجاهل هذا المدخل الفرص الهائلة التي تنشأ من التحالفات مع عملاء/ موردين/ منافسين.

2.2- نموذج أوستين لتحليل الصناعة وقوى التنافس بالدول النامية: إن نموذج التنافس الخماسي الذي قدمه بورتر يعتمد بدرجة كبيرة على أسواق وصناعات الدول المتقدمة، لذلك قام الاقتصادي "Austin.J.E" (*) بتعديله حتى يمكن اعتماده في تحليل الصناعة وظروف التنافس بالدول النامية، وفي هذا الإطار قام بإجراء تعديلين هما⁽¹²⁾:

-**التعديل الأول:** إضافة عنصر آخر يتمثل في تصرفات الحكومة باعتبارها قوة كبرى، فهي تؤثر على هيكل الصناعة وديناميكتها، وذلك باعتبارها القوة السادسة لذا يكون من الممكن لمؤسسات صناعة معينة تحقيق ميزة تنافسية من خلال استجاباتها لتصرفات الحكومة، ومن هنا فإن هذه الأخيرة يكون لها تأثير على بيئة التنافس في الدول النامية.

-**التعديل الثاني:** إضافة إلى العوامل البيئية لما لها من تأثير في تشكيل هيكل الصناعة وديناميكيات التنافس، فالعوامل الاقتصادية السياسية الثقافية والديمقراطية تؤثر على قوى التنافس الخمس وعلاقتها؛ فشدة المزاومة والقوة التفاوضية لكل من الزبون والمورد تهديدا للداحلين الجدد وتهديدا للمنتجات البديلة

3.2- نظرية الموارد: حسب هذه النظرية فإن الميزة التنافسية يجب البحث عنها داخل المؤسسة، وبالتالي يجب عليها أن تركز على مواردها بدل الاهتمام بالصناعة، ولقد أظهرت أن الامتياز التنافسي للمؤسسات

يعتمد أساسا على موارد متاحة، عكس أطروحات بورتر الذي يرى أن هذا الامتياز يعتمد على التكلفة أو على التنوع، وقد عرف المفكر الاقتصادي "B. wernerfelt" الموارد بأنها « كل ما يسهم في نقاط القوة والضعف للمؤسسة، وبالتالي فإن موارد المؤسسة تتكون من مجموعة الأصول الملموسة أو غير الملموسة التي ترتبط بصفة دائمة بأنشطتها بحيث تتضمن تلك الأصول، بالإضافة إلى الخبرة الفنية للأفراد والإجراءات التنظيمية الفعالة كل من رأس المال والمنتجات والتكنولوجيا والعلامة التجارية » (13).

وتتمثل الموارد في: المعدات الرأسمالية، المصانع، الممتلكات، الإمكانيات المالية والمادية، الإمكانيات البشرية، براءات الاختراع، أما الميزة التنافسية فإنها ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها إستراتيجية معينة للتنافس.

وبالتالي تراهن المؤسسة على خلق ميزة تنافسية اعتمادا على مواردها الداخلية التي ليس بمقدور منافسيها تقليديها، وحتى يمكن اعتبار الموارد مصدرا للميزة التنافسية يتطلب منها أن تتصف بخصائص أهمها: مساهمتها في خلق القيمة، وأن تكون فريدة أو نادرة أو مميزة عن ما يملكه المنافسون الحاليون والمحتملون للمؤسسة، كما يجب ألا تكون الموارد قابلة للتقليد من قبل المنافسين إضافة إلى عدم إمكانية استبدالها بمورد مماثل.

وأخيرا فإن أحد العوامل المهمة في تكوين الميزات التنافسية هو قدرة الحكومة على أن تهيئ مناخا مؤسسيا عالميا لصناعاتها الوطنية من خلال المشاركة في الاتفاقيات الدولية الثنائية والإقليمية.

3-العوامل المؤثرة في القدرة التنافسية الدولية على مستوى الصناعة:

- الابتكار التكنولوجي والقدرة التنافسية للدولة في التجارة العالمية: حيث تعتبر الكفاءة التكنولوجية النسبية أو المهارات التكنولوجية الفريدة بمثابة حجر الأساس للقدرة التنافسية علما أن نجاح الصناعات اليابانية يعتمد على تطوير المنتجات التي تقدمها السوق.

- اقتصاديات الحجم والقدرة التنافسية: إن عملية الإنتاج بكميات كبيرة من المنتجات يؤدي إلى تخفيض التكاليف الثابتة للوحدة، مما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية للمنتج في الأسواق المحلية والعالمية.

- الحصة السوقية والقدرة التنافسية: حيث إن الشركات الصناعية التي تمتلك أنظمة تسويقية متطورة تستطيع أن تنافس بكفاءة وذلك باستخدام بحوث التسويق والاهتمام بجودة المنتج واختيار قنوات التوزيع المناسبة وتوفير خدمات ما بعد البيع والاهتمام بمواعيد التسليم.

- دور الإنتاجية في تحديد القدرة التنافسية الدولية: حيث إن تحسين الإنتاجية يساهم في تفيض الأسعار ورفع الأجر الحقيقي، علما أن زيادة الإنتاجية سوف يؤدي إلى تخفيض أسعار المخرجات للصناعة.

4-مكانة الصناعة الجزائرية في بعض مؤشرات التنافسية:

يمكن عن طريق مؤشر الميزة النسبية الظاهرة (RCA) Revealed Comparative Advantage Index للدلالة على إمكانية وجود تنافسية لسلعة معينة أو فرع نشاط معين، ويبين هذا المؤشر اتجاه الدول للتخصص في تجارة السلع التي لها فيها ميزة نسبية خاصة بعوامل الإنتاج، علما أن بورتر في سنة 1995 أنشأ مقياسا للتنافسية مستندا إلى الميزة النسبية الظاهرة. واعتمادا على دراسة الانكساد الخاصة بمؤشر الميزة النسبية الظاهرة للجزائر خلال سنة 2003 استنتجت أنه من بين 207 منتج للجزائر هناك 8 منتجات فقط لها فيها ميزة نسبية؛ لأن نتيجتهم أكبر من الواحد، أما 199 منتج ليست لها فيها ميزة، ورغم الإصلاحات التي قامت بها الجزائر فإنها لم تستطع الرفع من تنافسية المؤسسات الصناعية، وكانت النتائج مثلما يوضحه الجدول الموالي.

جدول رقم 1: تصنيف عدد المنتجات حسب RCA

البيان	Rca>1	Rca<1	المجموع
A	7	65	72
B	1	35	36
C		20	20
D		36	36
E		43	43
المجموع	8	199	207

Source: Unctad, 2003, available in the site: <http://www.unctad.org>

a: سلع المواد الأولية. B: سلع كثيفة اليد العاملة والموارد. c: سلع كثيفة العمل ومنخفضة مستوى التكنولوجيا. D: سلع كثيفة العمل ومتوسطة التكنولوجيا. e: سلع كثيفة العمل ومرتفعة التكنولوجيا. إذن من خلال الجدول يتبين أنه من خلال 72 منتج أولي هناك 7 فقط ميزتها النسبية الظاهرة أكبر من الواحد؛ أي بنسبة حوالي 10% من مجموع السلع الأولية وهي نسبة ضعيفة، وهناك منتج واحد كثيف اليد العاملة والموارد من 36 منتجا من نفس الصنف بنسبة حوالي 3%، وهي نسبة لا تكاد تذكر وباقي السلع ليست لها ميزة نسبية، وبالتالي صعوبة تصريفها في الأسواق الخارجية. واعتمادا على دراسة اليونيدو لقياس التجارة البينية للقطاع الصناعي والأداء الصناعي التنافسي باستخدام مؤشر *Intra-Industry Trade* والذي يعبر عن نسبة التجارة داخل الصناعة الواحدة وعن

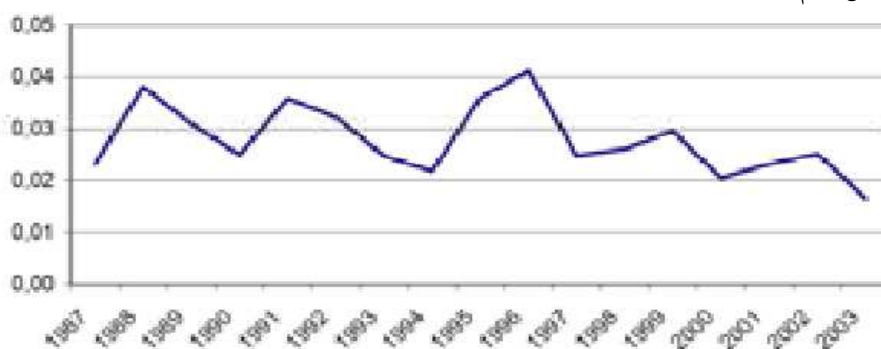
درجة التخصص في صناعة معينة، وبالتالي القدرة على اقتحام أسواق جديدة نتيجة هذا التخصص في ظل العولمة الصناعية، ويقاس هذا المؤشر بدرجة التجارة داخل الصناعة i بالمقارنة مع إجمالي التجارة في نفس الصناعة، وذلك اعتمادا على الرقم القياسي لـ Grubel والذي يعطى بالعلاقة:

$$IIT_{it} = 1 - [| (X_{ij} - M_{ij}) | / (X_{ij} + M_{ij})]$$

حيث إن X_{ij} و M_{ij} يمثلان صادرات الجزائر من الصناعة i إلى الدولة j ، ومستوردات الجزائر من الصناعة i من الدولة j على التوالي، فإذا كان $M_{ij} = X_{ij}$ كانت التجارة الكلية هي تجارة الصناعة الواحدة، وبالتالي هذا المؤشر يصبح يساوي الواحد، وقيمة هذا المؤشر بين الصفر والواحد.

ويشكل هذا المؤشر في الاتحاد الأوروبي -الذي يعتبر أكبر قوة تجارية- حوالي 60% من تجارته (14)، وإذا أسقطنا هذا المؤشر على الصادرات الجزائرية حسب الانكساد فإننا نجد أنه قد انخفض من 0.04 سنة 1996 إلى أقل من 0.02 في سنة 2003 وهذا الضعف لا يعني الجزائر فقط وإنما كذلك الدول الفقيرة في ناتج القطاع الصناعي، واعتماد عليه يمكن القول أنه لا يوجد هناك تكامل أفقي للصناعة الجزائرية مع الاقتصاد العالمي، وللمزيد من التوضيح فإن الشكل الموالي يبين تطور هذا المؤشر للجزائر.

شكل رقم 1: تطور مؤشر Intra-industry trade خلال الفترة 1987-2003



Source: *Intra-industry trade of Algeria*, available in the site:

<http://www.unctad.org>.

من خلال الشكل يتبين أن قيمة هذا المؤشر متذبذبة، فمنذ سنة 1996 بدأت تسلك اتجاهها متناقصا وفي سنة 2010 بلغ قيمة المؤشر 0.02 وهي قيمة لا تعبر عن الإمكانيات الحقيقية، رغم هذا فالقطاع الذي يستطيع أن يخلق تنوع الصادرات هو قطاع المحروقات بسبب ارتفاع أسعار البترول وعليه لا بد من الاهتمام بالصناعة البتروكيمياوية لأنها مفتاح الحصول على القيمة المضافة.

وأما إذا نظرنا إلى التنافسية فإن عدد القطاعات التي تحقق تنافسية قد انخفضت من 10 قطاعات إلى 6 قطاعات، والقطاع المهم هو الكحول ثم الفينول حسب إحصاءات الانكساد، وهذا يعكس هشاشة البنية

التنافسية، والضعف الملاحظ على الإنتاج الصناعي وقلة تنوعه؛ فحجم صادرات هذا القطاع لا تشكل إلا نسبة ضئيلة جدا من إجمالي الصادرات، وهو مؤشر لا يدعو إلى التفاؤل لأن المشكل هيكلية بالدرجة الأولى، يضاف إلى ذلك قلة تنوع هذه الصادرات، وضعف مساهمة القيمة المضافة فيها، وهذا ما يجرنا إلى دراسة القيمة المضافة الصناعية .

– القيمة المضافة الصناعية *MVA*: بلغت مساهمة الجزائر بالقيمة المضافة الصناعية للدول النامية بنسبة 0.4% سنة 1995 ثم بنسبة 0.3% سنة 2000 وانخفضت إلى 0.2% سنة 2005، وبالتالي هناك تأثير سلبي للعوامة الصناعية لأن القيمة المضافة الصناعية تنخفض من فترة إلى أخرى، ومرد هذا إلى المشاكل التي يتخبط فيها النسيج الصناعي بصفة عامة.

أما مقارنة بدول شمال إفريقيا فقد بلغت نسبة مساهمة الجزائر 17.9% من القيمة المضافة الصناعية لدول شمال إفريقيا سنة 1995، وبنسبة 13.8% سنة 2000 وبنسبة 11.3% لسنة 2005، وبذلك تلعب الجزائر دورا غير كبير في القيمة المضافة الصناعية لبلدان شمال إفريقيا، والجدول الموالي يؤكد ذلك.

جدول رقم 2: تطور نسبة مساهمة القيمة المضافة الصناعية الجزائرية

Type	Year	In North Africa 's total	In the Developing countries 'stotal
MVA (share in %)	1995	17.9	0.4
	2000	13.8	0.3
	2005	11.3	0.2
	2010		

Source: www.unido.org/data/unido/stats/staworld5.cfm?c=alg

بعد أن تبين ضعف مساهمة النسيج الصناعي في تحقيق القيمة المضافة، وأن أثر العوامة الصناعية كان سلبيا لأن القيمة المضافة الصناعية تنخفض من فترة لأخرى، فما هي الصناعات التي تسهم في القيمة المضافة الصناعية إذن؟.

للإجابة على التساؤل المطروح لابد من التطرق إلى هيكل القيمة المضافة الصناعية، والذي تساهم فيه 6 صناعات، هي: (الغذائية والمشروبات، التبغ والدخان، تكرير البترول والفحم، منتجات غير معدنية، منتجات معدنية مصنعة، محركات السيارات) من إجمالي 22 صناعة بأكثر من 78% في هيكل القيمة الصناعية المضافة سنة 1995، والتي ارتفعت ارتفاعا طفيفا إلى نسبة 80% سنة 2005 ثم بلغت 90% سنة

2010؛ وهذا يرجع إلى ارتفاع القيمة المضافة الصناعية لتكرير البترول والغاز وصناعة المنتجات غير المعدنية (نستنتج أن التعديل الهيكلي الصناعي لم يكن فعالا بدرجة كافية حيث لم يغير من الأهمية النسبية المعطاة لتلك الصناعات).

تمثل إسهام الصناعات الغذائية والمشروبات نسبة 32.2% من هيكل القيمة الصناعية المضافة لسنة 1995، وهي الصناعة التي انخفضت مساهمتها بشكل كبير حيث بلغت 19.2% سنة 2005، في حين تمثل تلك الصناعة نسبة 20.1% من هيكل القيمة المضافة الصناعية لدول شمال إفريقيا سنة 2005، لتستعيد عافيتها فيما بعد حيث بلغت مساهمتها نسبة 45.66% من إجمالي الصناعة في سنة 2010 وبالتالي هي قطاع واعد يجب الاعتماد عليه.

وساهمت صناعة التبغ والدخان بنسبة 7.2% من هيكل القيمة الصناعية المضافة لسنة 1995، وقد انخفضت إلى نسبة 4.3% سنة 2005، بينما ساهمت بنسبة 2.9% في القيمة المضافة الصناعية لبلدان شمال إفريقيا سنة 2005.

ساهمت صناعة تكرير البترول والفحم بنسبة 11.2% في هيكل القيمة المضافة الصناعية لسنة 2005 والتي حافظت عليها في سنة 2010 في حين بلغت النسبة 7.9% سنة 1995 وهي الصناعة التي ارتفعت مساهمتها بشكل مقبول، تمثل تلك الصناعة 8.3% في هيكل القيمة المضافة الصناعية لبلدان شمال إفريقيا سنة 2005.

ساهمت صناعة المنتجات غير المعدنية بنسبة 25% لسنة 2005، بينما مثلت 15.3% لسنة 1995 وبالتالي فهي قد ارتفعت بشكل كبير بنسبة زيادة تقدر بـ 10%، لكنها في سنة 2010 بلغت نسبة مساهمتها 16.3% وهي نسبة غير مقبولة.

بلغت القيمة المضافة لصناعة المنتجات المعدنية المصنعة نسبة 13.7% في هيكل القيمة المضافة الصناعية لسنة 2005 محققة زيادة بنسبة 4% مقارنة بسنة 1995، في حين تمثل تلك الصناعة 5.3% من القيمة المضافة الصناعية لبلدان شمال إفريقيا، بينما في سنة 2010 حققت قفزة نوعية وأصبحت مساهمتها 19.26% في القيمة المضافة الصناعية.

وأما صناعة المحركات والسيارات ساهمت بنسبة 6.3% في هيكل القيمة المضافة الصناعية لسنة 2005 محققة زيادة بنسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 0.4% مقارنة بسنة 1995.

مما سبق يتضح جليا أن الصادرات السلعية تتركز أساسا في مادة أولية هي النفط، أما نسبة باقي الصادرات الصناعية فهي متدنية وبممكننا إرجاعه للأسباب التالية:
✓ فشل إستراتيجية سياسة إحلال الواردات التي كانت متبعة.

- ✓ عدم توافر البنية المؤسسية اللازمة للتصدير؛ من حيث مؤسسات التسويق المعنية بتوفير المعلومات عن الأسواق، وانعدام الدراسات الخاصة بأذواق واحتياجات الزبون الأجنبي.
- ✓ لم يحسّن القطاع العام الصناعي إمكاناته بسبب مشاكله المتراكمة رغم محاولة إصلاحه، وضعف جهازه الإنتاجي على توفير الكميات اللازمة محليا، بينما القطاع الخاص لم يؤد الدور المنوط به، إذ بقي ينتج بكميات محدودة دون بحث عن الأسواق الخارجية .
- ✓ عدم إيلاء بناء قاعدة تكنولوجية وطنية وانعكس ذلك على عدم تطوير المؤسسات الصناعية.
- ✓ محدودية منافسة الصناعة الجزائرية في الأسواق الدولية نتيجة قلة جودتها أو ارتفاع سعرها بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج الناتجة عن استيراد المواد الأولية من الخارج وبالعملة الصعبة.
- ✓ غياب التنسيق الجيد بين الوكالات التجارية وغرف التجارة والصناعة عبر العالم من جهة والمصدرين من جهة ثانية حول إيجاد أفضل السبل الكفيلة بتصدير المنتجات الوطنية إلى الخارج، علما أنه انتقل عدد المصدرين من 280 مؤسسة جزائرية مصدرة في سنوات الثمانينات إلى 40 مؤسسة مصدرة سنة 2010.
- ✓ المنافسة غير التزيهة للمستوردين الذين يعملون على التخلص من حدود التعريفات الجمركية هذا من جهة، وإلى استيراد السلع الصناعية الأقل جودة والتي يتم إنتاجها؛ مثلا في الصين وتايوان حسب المواصفات التي يملئها جشع المستورد، من أجل تخفيض ناحية التكلفة دون احترام المواصفات الفعلية من جهة أخرى، وعدم قدرة الدولة على التحكم في النشاط الموازي الذي كثيرا ما يعيق المنافسة ويعيق نشاط نمو الوحدات الإنتاجية.
- ✓ وإذا تتبعنا تطور القيمة المضافة الصناعية عبر المراحل الزمنية فإنه يتبين أنها انخفضت بين سنتي 1992 و1995 بثلاث نقاط، وبين سنتي 1995 و2000 انخفضت كذلك بثلاث نقاط ثم بقيت نسبتها ثابتة بمعدل 6% خلال المدة 2000-2005، وبالتالي ضعف مساهمة القيمة الصناعية في القيمة المضافة الإجمالية وهذا يرجع إلى طبيعة المشاكل المتنوعة التي تواجه هذا القطاع فمقارنة بالمكسيك بلغت القيمة المضافة الصناعية حوالي 20% خلال متوسط الفترة 1992-2005، أما في دولة ماليزيا فقد بلغت حوالي 28% للفترة نفسها(15) ، وبالتالي لا يمكن للقطاع الصناعي الجزائري أن يؤدي دورا كبيرا في قيادة دفعة التنمية في الجزائر بسبب انخفاض تنافسيته وضعف القدرة التنافسية للدولة ككل؛ حيث تعتبر المؤسسة أو الصناعة ذات قدرة تنافسية إذا استطاعت الحفاظ على استمرارية متحصلاهما عبر الزمن، أو زيادة حصتها السوقية ومتحصلاهما بشكل قابل للاستمرار، وتعد الإنتاجية والجودة أهم مصدرين للميزة التنافسية على مستوى المؤسسة لان تحسن الإنتاجية يخفض التكاليف وبالتالي يمكن زيادة ربحية المشاريع أو بخفض الأسعار أو الاثنين معا بما يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية.

ويمكن قياس تنافسية المؤسسة من خلال عدة مؤشرات أهمها الربحية ومعدلات نموها عبر فترة من الزمن، إضافة إلى إستراتيجية المؤسسة واتجاهها لتلبية الطلب في السوق الخارجي من خلال التصدير أو عمليات التزويد الخارجي وبالتالي قدرة المؤسسة على تحقيق حصة أكبر من الوفاء الإقليمي و العالمي. وإن توفير البيئة التنافسية يعتبر شرط ضروريا لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الجزائرية، ويمكن متابعة تنافسية الاقتصاد الجزائري من خلال عاملي الابتكار ودرجة تطور التجارة كالأتي:

الجدول رقم 3: تنافسية بعض دول المغرب العربي اعتماد على عوامل الابتكار والتطور حسب تقرير التنافسية لسنتي 2008-2009 و 2010-2011.

البيان	السنوات	درجة تطور التجارة	الابتكار
الجزائر	المرتبة من 133 دولة (2008)	132	113
	المرتبة من 139 دولة (2010)	108	107
تونس	المرتبة من 133 دولة (2008)	40	27
	المرتبة من 139 دولة (2010)	42	31

Source: Klaus Schwab, the Global Competitiveness Report 2010-2011, World Economic Forum, p86, p328.

✓ من خلال بيانات الجدول نلاحظ تحسن طفيف في تنافسية الاقتصاد الجزائري في ميدان درجة الابتكار ودرجة تطور التجارة، وهذين المؤشرين هما نقاط قوة الاقتصاد التونسي، ولتنمية الابتكار داخل المؤسسة لابد من الحصول على المعايير الدولية فقد بلغ عدد المؤسسات الجزائرية المتحصلة على شهادة الايزو 9000 ما يقدر ب135 مؤسسة إلى غاية 2004، و3 مؤسسات متحصلة على شهادة مطابقة المنتج (علامة تاج الجزائرية) (16)، ثم ارتفع عدد المؤسسات بعد ذلك علما انه ما بين سنتي 2002 و2008 هناك 450 مؤسسة تحصلت على الايزو (17)، وازداد عدد المؤسسات بعد ذلك بوتيرة متسارعة فوصل إلى 1000 مؤسسة من أصل 300 ألف مؤسسة ناشطة في الاقتصاد الوطني، رغم ذلك تبقى قليلة وتحتاج إلى إجراءات أكثر تفعيل للوقوف في وجه المنافسة الشرسة (18).

ويمكن إيجاز أهم أسباب ضعف القدرة التنافسية في الجزائر إلى:

- انخفاض حجم الموارد المخصصة للبحث والتطوير.
- اختلال الأنظمة التعليمية لجميع المستويات الدراسية، وارتكاز نظم التعليم على الكم وليس الكيف.
- قلة الاهتمام بمعايير الجودة والتنوع وعدم القدرة على مسايرة التطور العالمي في ميدان التكنولوجيا المستخدمة.

- - ضعف الارتباط بالصناعة؛ فمعظم الأبحاث الجامعية لا تقوم بأبحاث تطبيقية ذات ارتباط محتمل بالاستخدام التجاري، ورغم أن الجامعات تمتلك القدرة والأفراد المؤهلين لتلبية الاحتياجات المحددة بالصناعة .
- - تتميز الصناعة الجزائرية عامة بانخفاض إنتاجية العامل فيه، والسبب يرجع إلى التوظيف العشوائي الذي يزيد عن الطاقة في الفترات السابقة.
- بناء على ما سبق تعد تنمية الصادرات غير البترولية أفضل وسيلة لدفع النمو الاقتصادي، والقطاع الصناعي يمكنه تحقيق ذلك عن طريق تنمية روابطه الخلفية والأمامية، فهناك الكثير من الصناعات يمكن لها أن تعمل كقاطرة للنمو مثل المنسوجات والكيماويات والمنتجات الوسيطة في قطاع البترول، كما يمكن الاعتماد على الصناعات الصغيرة والمتوسطة وتفعيل دورها كثيرا في جانب المناولة.

5- سبل تحسن تنافسية القطاع الصناعي في الجزائر:

على ضوء ما تقدم يمكن صياغة السبل التالية:

السيبل الأول: على المؤسسات الصناعية أن تقوم بإعداد خططها لإجراء التغيرات في بيئتها الداخلية بما يتناسب مع تغيرات البيئة الخارجية.

السيبل الثاني: لا بد على المؤسسة الصناعية أن تطبق إدارة الجودة الشاملة والتي من بين أهدافها:

- خفض التكاليف بتقليل نسبة التلف والأخطاء والتكرار.

- تحقيق مستوى مقبول من الجودة.

- زيادة الأرباح بزيادة المبيعات والحصة السوقية.

- رفع مستوى رضا الزبائن.

- زيادة مستوى مشاركة العمال في عملية اتخاذ القرارات.

السيبل الثالث: يجب على المؤسسات الصناعية أن تقوم بإنشاء إدارة الفحص البيئي والتغير خاصة وأنه أصبحت جد ضرورية في ظل الظروف السائدة في البيئة الخارجية؛ حيث تتمكن هذه الإدارة من عملية معرفة التهديدات والفرص التي تفرزها البيئة.

السيبل الرابع: لا بد من الاهتمام بتطوير المعارف وذلك باقتناء التجهيزات الجديدة والتحكم في تقنيات استعمالها ثم محاولة تطوير البرامج الموجودة.

السيبل الخامس: ضرورة إنشاء أقطاب تكنولوجيا والتي تهدف إلى تعميم ثقافة الذكاء الاقتصادي وتنمية أساليب معالجة المعلومات، والعمل على تطوير القاعدة التكنولوجية وذلك بالعمل على توفير ما يستلزم البحث العلمي من موارد بشرية ومالية ومادية، وتشجيع الإبداع والابتكار، وخلق الكفاءات القادرة على توليد التقانة الملائمة من خلال التركيز على عنصري البحث العلمي والتطوير عن طريق ربط التعليم العالي بالصناعة في مجال الموارد البشرية، ويتم ذلك بالارتباط بعقود أبحاث Contract Research وضرورة ربط إدارات البحث والتنمية في المؤسسات الصناعية بالجامعات، ولابد من مواكبة التطور التكنولوجي الذي أدى إلى تغيير نمط العلاقة التعاقدية بين العامل ورب العمل؛ حيث أدت ثورة المعلومات والاتصالات إلى شيوع أنماط جديدة من التعاقدات أثرت بشدة على أسلوب أداء سوق العمل وأصبح هناك مزيد من الاعتماد على العمالة التي تعمل من منازلها لحساب المنشآت الصناعية.

السيبل السادس: لابد من إعادة هيكلة الجهاز الإنتاجي عن طريق تخصص الصناعة الجزائرية في المنتجات التي تتمتع فيها الدولة بميزة نسبية، وتدريب الأيدي العاملة الفنية نحو هذه القطاعات، وتوجيه الاستثمارات الأجنبية نحو باقي الصناعات ومنحها حوافز طبقاً لأهمية الاستثمار وتعتبر الجزائر سوقاً واسعة للسيارات فهي تستورد جزء كبيراً منها وبالتالي وجب التحول نحو إنتاجها أو على الأقل تجميعها والتركيز على الصناعات كثيفة العمالة نحو: تجميع الأجهزة والأدوات، وتشجيع الصناعة النسيجية التي تعتبر قطاعاً واعداً فحسب تقرير مكتب الخبرة Booz Allen and Hamilton في سنة 2003 الذي شخص هذا القطاع بتكليف من وزارة الصناعة ومن بين الإيجابيات التي توصل إليها أن الصناعة النسيجية القطنية تتميز بانخفاض تكلفتها مصنوعة من أحسن القطن، ولرفع تنافسية هذا القطاع لابد تخصيص مبلغ مالي قدره 120 مليون دج كاستثمار متراكم حتى سنة 2010، وأنه لابد من الاستفادة من السوق الأوروبية في هذا القطاع علماً أن أكثر من 90% من إجمالي إنتاج دولتي تونس والمغرب يتم امتصاصه من طرف السوق الأوروبية في هذا القطاع (19).

السيبل السابع: ضرورة قيام شركات بين القطاع العام والقطاع الخاص أولاً علماً أن الشراكة بين القطاعين العام والخاص ستخفف الأعباء عن الدولة، وتسمح برفع مستوى الإنتاجية والفعالية، فضلاً عما تتيحه من فرص تعجيل تنفيذ المشروعات وترشيد الإنفاق، بجانب حث متعاملي القطاعين على تسيير أفضل لأنشطتهم وتحمل تبعات أي مخاطر متوقعة، وذاك مرهون بتشريعات تحدد بدقة طرائق تنفيذ هذه الشراكة، وخلق تنسيق ثنائي بعيداً عن مخططات التأهيل وإعادة الهيكلة التي استنفذت المليارات دون جدوى، ثم ثانياً جذب مستثمرين من دول الاتحاد الأوروبي والدخول معهم في شركات إستراتيجية للاستفادة من خبراتهم وتجاربهم في تطوير الصناعة المحلية من جهة وللإستفادة من شبكات التوزيع التي

يتملكونها أو يعرفونها بصورة أفضل في دول الاتحاد الأوروبي، وإن الشراكة بالنسبة للمؤسسات الصناعية الجزائرية ظاهرة جديدة، بينما هي من الأساليب المعتادة للتوسع بالنسبة للمؤسسات الأجنبية وتعتبر وسيلة لتأهيل المؤسسات الصناعية الجزائرية في وقت قصير وبتكلفة أقل، خاصة بعد إمضاء الجزائر على اتفاق الشراكة الأوروبية المتوسطية.

خاتمة

على ضوء هذه الدراسة نستطيع القول بأن توفير البيئة التنافسية يعتبر شرط ضروريا لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الصناعية الجزائرية.

تشير كل المؤشرات الخاصة بالتنافسية القطاعية أن عدد القطاعات التي تحقق تنافسية هي في انخفاض وهذا يعكس هشاشة البنية التنافسية، والضعف الملاحظ على الإنتاج الصناعي وقلة تنوعه، وبالتالي محدودية منافسة الصناعة الجزائرية في الأسواق الدولية نتيجة قلة جودتها أو ارتفاع سعرها بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج الناتجة عن استيراد المواد الأولية من الخارج وبالعلة الصعبة، أضف إلى ذلك المنافسة غير التريهة للمستوردين الذين يعملون على التخلص من حدود التعريفات الجمركية واستيراد السلع الصناعية الأقل جودة.

ومن هنا يأتي التأكيد على ضرورة تحسين تنافسية القطاع الصناعي الجزائري عن طريق ربط إدارات البحث والتنمية في المؤسسات الصناعية بالجامعات، ومحاولة تطبيق إدارة الجودة الشاملة، أضف إلى ذلك جذب مستثمرين أجانب والدخول معهم في شراكات إستراتيجية للاستفادة من خبراتهم وتجاربهم في تطوير الصناعة المحلية. ويجب على المؤسسات الصناعية أن تقوم بإنشاء إدارة الفحص البيئي والتغير والتي أصبحت ضرورية في ظل الظروف السائدة في البيئة الخارجية؛ حيث تمكن هذه الإدارة من عملية معرفة التهديدات والفرص التي تفرزها البيئة ومحاولة التأقلم معها.

الهوامش

(1) - علي الشربيني، أين الإدارة العربية من الميزة التنافسية؟، أخبار الإدارة، نشرة فصلية تصدر عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد 16، مصر، 1996، ص1.

(2) - M. Porter, l'avantage concurrentiel, Dunod, Paris, 2000, p8.

(3) - R. Percerou, entreprise: gestion et compétitivité, édition economica, Paris, 1984, p53.

(4) - T. Bertrand et autres, organisation et gestion de l'entreprise, les éditions d'organisation, Paris, 1998, p360.

- (5) - Debonneuil Michelle et Fontagné Lionel, compétitivité, conseil d'analyse économique, paris, 2003, p13.
- (6) - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية، مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، 1999، ص 27.
- (7) - Alain Bienaymé, les nouvelles approches de la concurrence, édition economica, Paris, 2002, p70.
- (8) -M. Porter, the Competitive Advantage of Nations, Macmillan Press, New York, 1990, p19.
- (9) - شارلز وجاريت جونز، الإدارة الإستراتيجية، ترجمة محمد الرفاعي، دار المريخ، الرياض، 2001، ص 196-202.
- (10) - J.P.Neuville, la qualité en question, Revue française de gestion, Lavoisier, Paris, Mars-Avril-Mai 1996, P 40.
- (11) - عبد الملك مزهوده، الفكر الاستراتيجي التسييري: من نموذج SWOT إلى نظرية الإستراتيجية ، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد4، ماي 2003، ص 115.
- (*) - James E. Austin : أستاذ في إدارة الأعمال الإستراتيجية بجامعة Harvard ، من بين مؤلفاته: Managing in Developing Country, 1990
- (12) - نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مصر، 1998، ص74.
- (13) -Jacques Gris , les ressources humaines en tant que source d'avantage concurrentiel durable, document de travail, n013, AGRH, Québec, 1997, p3.
- (14) -Jean-Pierre Allégret et Pascal le Marrer,  conomie de la mondialisation: opportunité et fractures, édition de b ck université, Paris, 2007, p52.
- (15) - UN, National Accounts Statistics Analysis of Main Aggregates 2004-2005, UN, New York, 2007, p96, p106.
- (16) -Ministère de l'industrie, le programme qualité du ministère de l'industrie, projet Algérie-France, journée d'information, 2005, p31.
- (17) -normalisation en Algérie: seule 450 entreprises sont certifiées, disponible sur le site:<http://www.bladi-dz.com>
- (18) -disponible sur le site: [://www.elkhabar.com/economie/365629.html](http://www.elkhabar.com/economie/365629.html)
- (19) - Le textile algérien face à la mondialisation, disponible sur le site: [http:// www. Algérie- dz. Com.](http://www.Algérie-dz.Com)