

تحليل تنافسية القطاع الصناعي في الجزائر(دراسة مقارنة مع دول المغرب العربي)

أ.مخضار سليم

أستاذ مساعد (أ) معهد العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير

المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تنافسية القطاع الصناعي للجزائر ومقارنتها مع دول المغرب العربي، وذلك راجع بالأساس إلى الدور الهام لهذا القطاع في التنمية الاقتصادية وفي استدامة وزيادة مستويات المعيشة للأفراد، وتلبية احتياجات السوق من السلع والخدمات وتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات، حيث تطرقنا إلى تحليل التنافسية على أساس مؤشر الميزة النسبية الظاهرة RCA ومساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الخام ونسبة الصادرات الصناعية إلى إجمالي الصادرات. حيث خلصت الدراسة إلى تحقيق الجزائر مستويات متدنية في نسب مساهمة القطاع الصناعي في الصادرات الكلية، كما أظهرت النتائج أن القدرات التنافسية للقطاع الصناعي الجزائري خارج قطاع المحروقات جد ضعيفة وتكاد تكون منعدمة مقارنة بالمغرب وتونس وهذا راجع إلى التبعية المطلقة للصادرات الجزائرية لقطاع المحروقات.

الكلمات الدالة: المنافسة، القدرة التنافسية، تحليل التنافسية، القطاع الصناعي.

Abstract:

This study aims at analyzing competition in the Algerian industrial sector and comparing it with that of the other Maghreb countries. This is done mainly because of the important role competition plays in this sector for the economic development, better living standards of individuals, for meeting the market needs for goods and services as well as the development of exports outside the hydrocarbons sector. The present investigation focused on the competitive analysis based on the phenomenon of Revealed comparative advantage index (RCA) and also on the contribution of the industrial sector to the Gross Domestic Product (GDP) and also on the proportion of industrial exports to total exports. The study concluded that Algeria achieved poor levels in the contribution of the industrial sector in the global exports; the results showed that competitiveness of the Algerian industrial sector in the non-oil sector is very weak, and almost non-existent, compared to Morocco and Tunisia. This is due to the absolute dependence of the Algerian exports on the hydrocarbon sector.

Keywords: competition, competitiveness, competitive analysis, industrial sector.

تمهيد:

في ظل التطور الاقتصادي العالمي والذي أدى إلى ظهور مناخ تنافسي قوي، أصبح لزاما على المؤسسات الصناعية الجزائرية بشتى أشكالها أن تولي الاهتمام الكبير للمؤسسات والقطاعات الصناعية المنافسة لها في مجال نشاطها، والعمل على الاستحواذ على أقوى المراكز في الأسواق الناشئة فيها خاصة الأسواق العالمية.

وتعتبر التنافسية إحدى إفرزات العولمة والتي تعني الانفتاح على العالم اقتصاديا وتكنولوجيا، حيث أصبحت المؤسسات تواجه منافسة غير مسبوقه من أجل البقاء والحصول على أكبر حصة في السوق المحلية والدولية، ومن أجل دعم القدرات التنافسية للمؤسسات الصناعية يتطلب إتباع أساليب حديثة تتناسب مع هذه التطورات منها استخدام أسلوب الجودة الشاملة والريادة في تخفيض التكاليف عن طريق تبني استراتيجيات مناسبة.

وفي ظل تهاوي أسعار البترول خلال السنوات القليلة الماضية وظهور بوادر أزمة اقتصادية خانقة تهدد الاقتصاد الوطني، أصبح لزاما على السلطات الجزائرية توجيه الاهتمام نحو المؤسسات الصناعية والرفع من قدراتها التنافسية، وبناء قطاع صناعي قوي من أجل تنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات والتقليل من حدة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها البلاد.

من خلال ما سبق سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية معالجة الإشكالية التالية:

ما هو واقع تنافسية القطاع الصناعي الجزائري مقارنة بدول المغرب العربي؟

ولالإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتقسيم الدراسة إلى المحاور التالية:

- مفاهيم أساسية للمنافسة وقوى التنافس.
- القدرة التنافسية.
- تحليل تنافسية القطاع الصناعي الجزائري مقارنة بدول المغرب العربي.

الهدف من البحث:

إن الهدف الرئيسي من هذا البحث هو تسليط الضوء على تنافسية القطاع الصناعي الجزائري، حيث لم تعد التنافسية حاجة مقتصرة على المؤسسات من أجل البقاء في السوق، بل أصبحت ضرورة ملحة للدول التي ترغب في استدامة وزيادة مستويات المعيشة لأفرادها.

كما أن الهدف من مقارنة تنافسية القطاع الصناعي الجزائري مع دول المغرب العربي، هو التنبؤ بمدى قدرة الصناعة الوطنية على منافسة الصناعات المتطورة في حالة انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ودخول عملية التفكيك الجمركي مع دول الاتحاد الأوروبي حيز التطبيق.

منهجية الدراسة:

اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي والتحليلي، فالمنهج الوصفي من خلال عرض المفاهيم الأساسية للمنافسة والقدرة التنافسية وتحليل البيئة الصناعية وقوى التنافس، والمنهج التحليلي من خلال عرض بعض الإحصائيات وتحليلها من أجل معرفة الوضع التنافسي للصناعة الجزائرية مقارنة بدول المغرب العربي.

أولاً: مفاهيم أساسية للمنافسة:

1. تعريف المنافسة:

يمكن تعريف المنافسة "بأنها شكل من أشكال تنظيم الاقتصاد، يحدد آليات العمل داخل السوق والعلاقات المختلفة ما بين المتعاملين الاقتصاديين بشكل يؤثر في تحديد السعر"¹.

كما عرفها (محمد الصيرفي) بأنها نوع من الهياكل السوقية التي تسمح بحرية تواجد عدد كبير من العارضين والطلبين في جميع المجالات الخاصة بالمنتجات، والمواد الأولية ورؤوس الأموال².

أما (Kotler et Dubois) قدما تعريفا للمنافسة "بأنها تشمل كل العروض المتنافسة حالياً والعروض المحتملة التي يمكن للمستهلك أخذها بعين الاعتبار"³.

فمن خلال التعاريف السابقة يمكننا استنتاج أن المنافسة هي شكل من أشكال السوق، كما أنها تعبر عن درجة التزاحم والمواجهة بين المؤسسات من أجل الهيمنة على الأسواق.

2. أشكال المنافسة:

يتهيكل السوق في أربعة أشكال تختلف حدة المنافسة فيها من شكل إلى آخر وهي المنافسة التامة، المنافسة الاحتكارية، الاحتكار التام واحتكار القلة.

¹ زغدار أحمد، المنافسة-التنافسية والبدائل الإستراتيجية، دار جرير للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص12.

² محمد الصيرفي، مبادئ التسويق، مؤسسة حورس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2005، ص 67-68.

³ P. Kotler, B. Dubois, Marketing management, Edition Union Public, 10ème Ed, Paris, 2000, P47.

1.2. **المنافسة التامة:** هي النموذج المثالي لاقتصاد السوق، حيث يشترط في المنافسة التامة تعدد العرضين والطلبين، بحيث لا يمكن لأي طرف أن يتحكم في السوق، وهذا يعد شرطاً أساسياً⁴.

2.2. **المنافسة الاحتكارية:** تتميز المنافسة الاحتكارية بوجود عدد كبير من المنتجين كل منهم ينتج جزءاً بسيطاً من مجموع الإنتاج وأن السلع المنتجة هي سلع متشابهة ولكنها ليست متجانسة، أي أن السلع التي يتعامل بها المنافسون الاحتكاريون هي سلع بديلة غير تامة. ونتيجة لهذا التمايز في المنتجات المتشابهة تكون هناك درجة محدودة من التحكم فغي الأسعار، كما أن الدخول إلى السوق أو الخروج منه أقل سهولة منه في حالة المنافسة التامة. ويتم التنافس في السوق بإبراز الصفات والخواص الثانوية التي تتميز بها السلع وذلك باستخدام وسائل الدعاية والإعلان⁵.

3.2. **الاحتكار التام:** يتميز الاحتكار التام بوجود منتج واحد يغطي السوق كله مع عدم وجود بدائل قريبة من السلعة المعروضة⁶، كما يتميز بوجود صعوبات وموانع قانونية، تكنولوجية ومالية تمنع المنتجين الآخرين من الدخول إلى السوق.

4.2. **احتكار القلة:** في هذه الحالة يوجد عدد قليل من المنتجين يسيطرون على السوق وهذا يؤدي إلى ظهور ما يسمى بالتبعية المتبادلة، وهذا يعني أن المنتج في حالة احتكار القلة عليه القيام بدراسة وتحليل آثار وردود فعل المنتجين الآخرين حين يتخذ قرار رفع الأسعار أو تخفيضها. كما تتميز منتجات القلة بالتشابه كصناعة الاسمنت أو التمايز كصناعة السيارات ويترتب على ذلك وجود الدعاية والإعلان كأداة للتنافس بين المنتجين.

3. **تحليل البيئة الصناعية وقوى المنافسة:** لقد أوضح بورتر أنه على المؤسسة وقبل وضع أي إستراتيجية فهي مطالبة بالتعرف على شدة المنافسة القائمة داخل بيئتها الصناعية، لأن البيئة هي التي تحدد قواعد العمل التنافسي⁷. ويتوقف مستوى قوة المنافسة على مجموعة عوامل أو قوى تنافسية أساسية ينبغي على المؤسسة عند مسح البيئة الصناعية بمراجعة وتقييم الأهمية النسبية لكل عنصر من هذه العناصر ودرجة تأثيرها على نجاح المؤسسة. لأنه كلما ازدادت قوة كل من هذه

⁴ Jean Yves capul, Olivier Garnier, Dictionnaire initial d'économie et de sciences sociales, Hatier, Paris, 1994, P251.

⁵ عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوحدوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 6، الجزائر، 2004، ص 112.

⁶ سالم توفيق النحفي، أساسيات علم الاقتصاد، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، الطبعة 1، القاهرة، 2000، ص

⁷ M. Porter, Competitive strategy, New York, free press, 1980, p 03.

العوامل ضعفت قدرة المؤسسة على رفع أسعار منتجاتها وبالتالي عدم قدرتها على تحقيق أرباح أكثر، وهذه العوامل هي:⁸

- شدة المنافسة بين المؤسسات العاملة في نفس القطاع أو نفس الصناعة.
- القوة التفاوضية للموردين.
- القوة التفاوضية للزبائن.
- تهديدات الداخلين الجدد في القطاع أو الصناعة.
- تهديدات المنتجات البديلة.

1.3. شدة المنافسة بين المؤسسات العاملة في نفس القطاع أو نفس الصناعة:

يقصد بشدة المنافسة مستوى الصراع القائم بين المؤسسات الموجودة في القطاع الاقتصادي أو في الصناعة الواحدة، حيث تتخذ المنافسة بين المؤسسات الموجودة شكل المناورة من أجل الحصول على الموقع أو الوضع المتميز الذي يمنح للمؤسسة مزايا خاصة، وذلك باللجوء إلى وسيلة تعتمد بشكل أساسي على المنافسة بواسطة السعر أو الاعتماد على إدخال منتجات جديدة أو تحسين الخدمات المقدمة للزبائن⁹.

لا بد من الإشارة إلى أنه كلما كان القطاع يحتوي على عدد كبير من المؤسسات كلما زادت المخاطر التنافسية¹⁰.

تتحدد شدة المنافسة بين مؤسسات القطاع عن تفاعل عدد من العوامل وتداخلها، ومن بين العوامل التي تحدد شدة المنافسة والمزاومة بين المؤسسات نذكر العوامل التالية:¹¹

- تعدد المنافسين وتوازهم.
- معدل نمو القطاع.
- تميز المنتج.

⁸ Gérard Garibaldi, L'analyse stratégique, édition d'organisation, 3ème édition, France, 2001, p 142-149.

⁹ يونس إبراهيم حيدر، التحليل الاستراتيجي، أساليبه ونماذجه وأدواته، دار الرضا للنشر، دمشق، ط1، 2005، ص 132.

¹⁰ Jean Marie Ducreux, Morice Marchand Tanel, Stratégie – Les clés du succès concurrentiel, édition d'organisation, Paris, 2004, p162.

¹¹ يونس إبراهيم حيدر، مرجع سبق ذكره، ص 133.

- التكاليف الثابتة.
- زيادة الطاقة الإنتاجية.
- درجة التمرکز والتوازن بين المنافسين.
- حواجز الخروج والدخول من وإلى السوق.

2.3. القوة التفاوضية للموردين:

يتمتع الموردون بقوة تفاوضية تؤثر على المؤسسات العاملة في قطاع ما، حيث يمكنهم التأثير المباشر على المردودية من خلال تأثيرهم على أسعار المواد ونوعيتها ومدة التسليم وكذلك الكميات المطلوبة من طرف المؤسسات، وتحدد القوة التفاوضية للموردين بعدة عوامل وهي:

- تعدد الموردين.
- وجود بدائل للمنتجات المقدمة من طرف الموردين.
- أهمية القطاع بالنسبة للموردين.
- أهمية السلع الموردة بالنسبة للقطاع.

3.3. القوة التفاوضية للزبائن:

يمكن للزبائن استخدام قوتهم التفاوضية عن طريق العمل على تخفيض الأسعار والتفاوض من أجل الحصول على خدمات ومنتجات بجودة عالية، وتحدد القوة التفاوضية للزبائن بعوامل عدة وهي:

- عدد الزبائن المتعاملين مع المؤسسة.
- إنعدام أو محدودية البدائل المنتجة من طرف المؤسسة.
- أهمية الزبون بالنسبة للمؤسسة.
- انخفاض تكاليف التبديل.

4.3. تهديدات الداخلين الجدد للقطاع:

يحمل الداخلون الجدد للقطاع قدرات جديدة، حيث تكون لديهم الرغبة في اقتحام السوق وبالتالي تكون لديهم القدرة على التأثير في مردودية القطاع من خلال تخفيض الأسعار، لذا يقتضي من المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار المنافسين المحتمل دخولهم إلى السوق، وتحدد درجة تهديد الداخلين الجدد من خلال نوعية حواجز الدخول التي يفرضها قطاع النشاط وأهم هذه الحواجز¹²:

¹² M Porter, L'avantage concurrentiel, Dunod, Paris, 1999, P 15.

- اقتصاديات الحجم.
- تمييز المنتج.
- الاحتياج لرأس المال.
- الوصول إلى قنوات التوزيع.
- السياسات الحكومية.

5.3. تهديدات المنتجات البديلة:

تتنافس جميع المؤسسات العاملة في قطاع ما مع القطاعات التي تنتج منتجات بديلة لمنتجاتها، ويتطلب تحديد المنتجات البديلة البحث عن المنتجات الأخرى القادرة على إشباع الحاجات والرغبات والوظائف والتي تحل محل منتجات القطاع.

إن الضغط الذي تولده المنتجات والخدمات البديلة يضع حدودا للأرباح المحتملة في القطاع، فالمؤسسات التي تحمل البدائل المحتملة قد تجد نفسها خارج الصناعة تنافسيا، وفي نفس الوقت ولتعزيز القدرة التنافسية يجب على المؤسسات البحث المستمر عن البدائل واختبارها لتعزيز موقعها أمام المنافسين¹³. ويتحدد خطر المنتجات البديلة بعدة عوامل أهمها مستوى الأسعار النسبية للمنتجات البديلة، تكاليف التحول وميول الزبائن. كل هذه العوامل تشكل ضغوطا مستمرة على الأرباح المحققة في القطاع لأنها تؤدي باستمرار إلى المحافظة على أسعار تنافسية، لكن إذا ما ارتفعت الأسعار يؤدي ذلك إلى التحول نحو المنتجات البديلة كما حدث عندما ارتفعت أسعار البترول حيث تسارع البحث عن الطاقات البديلة ومنها الطاقات المتجددة.

6.3. القوة النسبية لأصحاب المصالح الآخرين¹⁴:

بالإضافة إلى العوامل السابقة الذكر اقترح فريمان (Freeman) إضافة عامل القوة النسبية لأصحاب المصالح الآخرين إلى قائمة القوى العوامل التي حددها بورتير (Porter) وتتضمن مجموعة من أصحاب المصالح في بيئة الصناعة وهي الحكومات، حاملي الأسهم، النقابات، المقرضين واليد العاملة الخبيرة، وتختلف أهمية أصحاب المصالح الآخرين من صناعة إلى أخرى وبالتالي لا يمكن تجاهلها كقوة مؤثرة على جاذبية الصناعة.

¹³ Smith. G, Arnold R, Bizzell B, Business Strategy and policy, Houghton Mifflin Pub, 1985, P 37.

¹⁴ Freeman. R, Strategic Management, Pitman Publishing, Boston, 1984, P141.

ثانيا. القدرة التنافسية:

ظهر الاهتمام الواسع للاقتصاديين بمفهوم القدرة التنافسية منذ أوائل الثمانينيات من القرن الماضي، مع تزايد العجز في الميزان التجاري بالولايات المتحدة الأمريكية، وتزايد مديونيتها الخارجية فضلا عن احتدام المنافسة الأجنبية في السوق الأمريكي. ومنذ ذلك الحين تزايد الاهتمام بمفهوم القدرة التنافسية على مستوى أغلب دول العالم على إثر ما شهده الاقتصاد العالمي من تصاعد اتجاهات تحرير الأسواق العالمية، وقيام التكتلات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنقل مما أدى إلى خلق بيئة عالمية محتممة المنافسة.

1. مفهوم التنافسية وأهميتها:

يختلف مفهوم التنافسية بين المؤسسة والدولة وقطاع النشاط، فتنافسية المؤسسة التي تسعى لامتلاك حصة في السوق المحلي أو الدولي تختلف عن التنافسية لقطاع متمثل في مجموعة من المؤسسات العاملة في صناعة معينة وهما بدورهما يختلفان عن تنافسية الدولة التي تسعى إلى تحسين مستوى دخل الفرد، لكن تبقى المؤسسة هي الوحدة الأساسية لتعزيز القدرة التنافسية للقطاع والدولة في آن واحد.

1.1. تنافسية المؤسسة:

يتمحور تعريف تنافسية المؤسسة حول قدرتها على تلبية رغبات المستهلكين المتنوعة وذلك بتوفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع من خلالها النفاذ إلى الأسواق الداخلية والخارجية¹⁵.
فالتعريف البريطاني للتنافسية يركز على أنها " القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب"¹⁶. وهذا يعني تلبية حاجيات المستهلكين بكفاءة عالية مقارنة بالمؤسسات الأخرى.

¹⁵ عبود زرقين، العناقيد الصناعية كإستراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 41، 2014، ص 147.

¹⁶ الطائي محمد، اقتصاديات المعلومات القوة النائمة في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2006، ص 12.

أما (Sharples et Milham, 1990) قدما تعريفاً لتنافسية المؤسسة بأنها " القدرة على توفير السلع والخدمات في الوقت والمكان وبالشكل المطلوب من طرف المشتريين الأجانب بسعر مساوي أو أفضل من سعر الموردین المحتملين الآخرين"¹⁷.

أما (Collignon et Wissler) فقدما تعريفاً لتنافسية المؤسسة كالتالي: " تنافسية المؤسسة هي قدرتها الدائمة على المنافسة بامتلاكها لمجموعة من القدرات التي تسمح لها حسب الحالة، إما الدخول أو الحماية أو التطور في المجال التنافسي المتكون من القوى التي تنشأ عن المحيط، والتي من المحتمل أن تواجه أهدافها، مشاريعها وعملياتها"¹⁸.

أما (Arena) عرف التنافسية على مستوى المؤسسة بأنها " قدرة متعامل اقتصادي معين على الإنتاج والبيع، والتطور مع مرور الوقت من خلال تطوير قدراته الخاصة في بيئة مفتوحة ومعقدة"¹⁹.

ويرى البعض أن تنافسية المؤسسة تتوقف على عنصرين هما:²⁰

أولاً: قدرة التميز على المنافسين في السعر، الجودة، الوقت، الإبداع والقدرة على التغيير السريع.

ثانياً: القدرة على خدمة الزبائن من خلال تحقيق رضاهم وزيادة ولائهم.

من خلال التعاريف السابقة يمكننا استنتاج مفهوم تنافسية المؤسسة بأنها القدرة على إنتاج السلع والخدمات وتلبية رغبات الزبائن بالجودة المطلوبة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب مقارنة بالمؤسسات المنافسة الأخرى، حتى تستطيع النفاذ إلى الأسواق والحفاظ على مركزها التنافسي في بيئة مفتوحة ومعقدة.

¹⁷ Lachaal. L, La compétitivité : Concepts ; définitions et applications, Institut national de la recherche agronomique de tunis (INRT), P30.

¹⁸ Etienne Collignon, Michel Wissler, Qualité et compétitivité des entreprises, Economica, Paris, 1983, P15.

¹⁹ Arena et Autres, Traité d'économie industrielle, Economica, Paris, 1991, P 482.

²⁰ أحمد سيد مصطفى، التغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات العربية، مركز الاستشارات والتطوير الإداري،

2.1. تنافسية القطاع:

تعرف تنافسية القطاع بأنها " قدرة شركات قطاع صناعي معين في دولة ما على تحقيق النجاح المستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وبالتالي تميز تلك الدولة في هذه الصناعة"²¹.

أما (عامر محمد، 2014) قدم تعريفاً لتنافسية القطاع بأنها " قدرة القطاع الإنتاجي السلعي أو الخدمي على تحقيق قيمة مضافة عالية ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات مرنة تتماشى مع التطورات الاقتصادية، وضمن آليات فعالة لقوى السوق من ناحية الموردين والمستهلكين فضلاً عن حرية الدخول إلى السوق والخروج منها"²².

وهناك تعريفاً آخر قدمه (بالقاسم العباس، 2003) يعرف فيه التنافسية للقطاع بأنها " قدرة القطاع على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بكفاءة وفعالية أفضل من المنافسين الآخرين في السوق الدولية وفي ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة، وذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج والمتمثلة في العمل ورأس المال والتكنولوجيا"²³.

من خلال التعاريف السابقة تستنتج أن التنافسية على مستوى القطاع هي قدرة القطاع الصناعي أو الخدمي في دولة ما على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بكفاءة وفعالية عالية، بشكل أفضل من القطاعات الأخرى في السوق الدولية وفي ظل غياب أي شكل من أشكال الدعم والحماية الحكومية وبالتالي تميز تلك الدولة في هذه الصناعة.

²¹ فيصل بن محمد القحطاني، الإدارة الإستراتيجية لتحسين القدرة التنافسية للشركات وفقاً لمعايير الأداء الاستراتيجي وإدارة الجودة الشاملة، رسالة ماجستير إدارة أعمال، الجامعة الدولية البريطانية، 2010، ص 32.

²² عامر محمد وجيه خربوطلي، العوامل المؤثرة في القدرة التنافسية للصادرات السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 30، العدد الأول، 2014، ص 674.

²³ بالقاسم العباس، التجارب الناجحة في النفاذ إلى الأسواق العالمية، ملتقى حول التنافسية العربية، المهدي العربي للتخطيط، الكويت، 2003، ص 3.

وتقاس تنافسية أي قطاع صناعي أو خدمي من خلال الربحية، الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج وميزانه التجاري ومحصلة الاستثمار الأجنبي الداخلي والخارجي، إضافة إلى مقاييس تتعلق بالتكلفة والجودة للمنتجات على مستوى الصناعة²⁴.

3.1. تنافسية الدولة:

يعتبر "مايكل بورتر" أول من قدم الإطار النظري لمفهوم تنافسية الدولة في كتابه "الميزة التنافسية للأمم" عام 1990، وفيه يعتمد مفهوم التنافسية للدولة على القدرة الإنتاجية على المستوى القومي والتي تعد المحرك الرئيسي للتنافسية والنمو في المدى الطويل.

تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) تنافسية الدولة بأنها "القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختبار المزاومة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي"²⁵.

أما (Debonneuil et Fontagne) عرفا التنافسية على مستوى الدولة "بالقدرة على التحسين الدائم لمستوى معيشة المواطنين ومنحهم المستوى العالي من التشغيل والعدالة الاجتماعية"²⁶.

كما تعرف هيئة الولايات المتحدة للمنافسة الصناعية تنافسية الدولة بأنها "قدرة البلد على إنتاج السلع والخدمات والتي تتحج في اختراق الأسواق الدولية وفي الوقت نفسه تحافظ على الدخل الحقيقي للمواطنين وتعمل على زيادته"²⁷.

أما (محمد عدنان وديع، 2003) فعرف التنافسية الدولية على أنها قدرة البلد على²⁸:

أولاً: أن تنتج أكثر وأكفاً نسبياً، والمقصود بالكفاءة:

- تكلفة أقل: من خلال تحسين الإنتاجية واستخدام الموارد بما فيها التكنولوجيا والتنظيم.
- ارتفاع الجودة: من خلال تطوير تقنيات الإنتاج.

²⁴ بوبعة عبد الوهاب، دور الابتكار في دعم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011-2012، ص 69.

²⁵ محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 24، 2003، ص 05.

²⁶ Debonneuil M, Fontagne L, Compétitivité, La documentation française, Paris, 2003, P 8.

²⁷ عبد الرحمن بن عنتر، نحو تحسين الإنتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الصناعية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1995، ص 147.

²⁸ محمد عدنان وديع، مرجع سبق ذكره، ص 6-7.

- الملاءمة: وهي الصلة مع الحاجات العالمية والمحلية في المكان والزمان بالاستناد إلى معلومات مخينة عن السوق ومرونة كافية في الإنتاج والتخزين والإدارة.

ثانيا: أن يبيع أكثر من السلع المصنعة والتحول نحو السلع عالية التقنية والتصنيع وذات قيمة مضافة عالية في السوق الخارجية والمحلية، مما ينعكس إيجابيا على دخل الفرد.

ثالثا: أن يستقطب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وذلك بتوفير البلد لبيئة استثمارية مناسبة مما يؤثر إيجابيا على القدرة التنافسية للبلد.

من خلال التعاريف السابقة فإن التنافسية الدولية هي قدرة بلد ما على إنتاج السلع والخدمات بتكلفة أقل وجودة عالية، وقدرته على اختراق الأسواق العالمية وتحسين الدائم لمستوى الدخل الحقيقي للمواطنين.

4.1. أهمية التنافسية بالنسبة للمؤسسة والدولة:

في ظل العولمة الاقتصادية المتمثلة في الانفتاح على التجارة الدولية والمعتمدة على الحد من حواجز حركة السلع والخدمات في السوق الدولية في شكل الرسوم الجمركية ونظام الحصص الكمية، فضلا عن التطورات التكنولوجية والاهتمام بالجودة العالية للإنتاج لتلبية رغبات المستهلكين في السوق المحلية والدولية، تجد المؤسسة الاقتصادية نفسها أمام تحدي المنافسة من قبل المؤسسات المحلية والدولية، غير أن هذه المنافسة توفر لهذه المؤسسات فرصة هامة من أجل التطور، سنلخصها في النقاط التالية:

- تعزيز القدرة على توليد الدخل واستمرارية النمو في ظل البيئة العالمية التي أصبح شعارها هو البقاء للأفضل، مما يستدعي تحديث الهياكل الإنتاجية وتحسين كفاءتها وتطوير التكنولوجيا والاهتمام بالعنصر البشري وتحسين بيئة الأعمال وجذب رأس المال الأجنبي.²⁹

- تؤثر التنافسية في المؤسسات التي تحتاج إلى النمو فضلا عن مجرد البقاء في السوق، كما تؤثر في الأفراد الذين يريدون الحفاظ على وظائف عملهم كما تؤثر في الأمم التي ترغب في استدامة المستويات المعيشية لأفرادها وزيادتها.³⁰

²⁹ تقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003، ص 6-13.

³⁰ عبد الحكيم عبد الله النور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد والتخطيط، جامعة تشرين، سوريا، 2009، ص 19.

- تمنح التنافسية للمؤسسات فرصة النمو التطور من خلال اتخاذ الخطوات العملية اللازمة لزيادة الإنتاجية والتي تؤدي بدورها إلى زيادة معدلات النمو والاستفادة المثلى من الموارد الاقتصادية المتاحة³¹.

- توفر التنافسية فرصة التخلص من مشكلة محدودية السوق المحلية عن طريق الولوج إلى الأسواق الدولية الكبيرة³²، بمعنى أن التنافسية تمكن من تقليل الآثار السلبية للانفتاح الاقتصادي العالمي وتمكن الدول عن طريق أداء مؤسساتها الاقتصادية من النجاح في زيادة تنافسياتها ودعم مكانتها الاقتصادية بين دول العالم.

كما تنبع أهمية التنافسية من كونها تعمل على تشجيع الإبداع والابتكار بما يؤدي إلى تحسين الإنتاجية ورفع مستوى الأداء وتحسين مستوى معيشة المستهلكين عن طريق خفض التكاليف والأسعار³³.

ثالثا: تحليل تنافسية القطاع الصناعي في الجزائر مقارنة بدول المغرب العربي:

من خلال هذه الورقة البحثية سنقوم بتحليل التنافسية للقطاع الصناعي الجزائري ومقارنتها مع دول المغرب العربي، وذلك من خلال الاعتماد على عدة مؤشرات وهي:

- مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الخام.

- نسبة الصادرات الصناعية إلى نسبة إجمالي الصادرات.

- مؤشر الميزة النسبية الظاهرة RCA.

1. مساهمة القطاع الصناعي للجزائر في الناتج المحلي الخام مع دول المغرب العربي:

أ. مساهمة قطاع الصناعة التحويلية في الناتج المحلي الخام:

تزداد مع مرور الزمن أهمية قطاع الصناعات التحويلية وهذا راجع بالأساس إلى الفرص الواسعة التي يوفرها هذا القطاع لتنوع مصادر الدخل وخلق الثروة وتلبية احتياجات السوق من السلع والخدمات وتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات. وتشتمل الصناعة التحويلية على مجموعة

³¹ علي طالب شهاب، أهم مقومات دعم القدرة التنافسية للاقتصاد البصري، مجلة دراسات البصرة، السنة السابعة، العدد 12، 2011، ص 270.

³² يوسف مسعداوي، القدرة التنافسية ومؤشراتها، ملتقى دولي حول الأداء المتميز للمؤسسات الحكومية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2005، ص 26.

³³ بوبعة عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص 72.

واسعة من الأنشطة الصناعية، ومن أهمها صناعة الأسمدة، صناعة الأسمدة ومواد البناء، الصناعة الهيدروكربونية، صناعة المنسوجات والملابس، صناعة الأدوية، الصناعة الهندسية، صناعة الأغذية والصناعة الكيماوية. وحققت الصناعة التحويلية في دول المغرب العربي معدلات نمو متفاوتة خلال الفترة (2012-2013)، حيث حققت ليبيا أكبر نسبة قدرها 61% تليها الجزائر بنسبة 20% والمغرب بنسبة 6.3% تونس، أما تونس فسجلت أضعف نسبة نمو قدرها بنسبة 3.7% ويرجع هذا إلى الأوضاع السياسية والاقتصادية التي يعرفها هذا البلد.

الجدول 1. مساهمة الصناعة التحويلية في الناتج المحلي الخام (مليون دولار أمريكي)

البلد	السنوات	2004	2005	2006	2007	2008
الجزائر	الصناعة التحويلية	3789	4596	4933	5500	6331
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	85340	103071	117028	134837	171005
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	4,44	4,46	4,22	4,08	3,70
تونس	الصناعة التحويلية	4409	4628	4897	5904	8091
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	31181	32256	34420	38954	44781
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	14,1	14,3	14,2	15,2	18,1
المغرب	الصناعة التحويلية	8974	8872	9379	10121	11349
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	56948	59524	65640	75224	88880
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	15,8	14,9	14,3	13,5	12,8
ليبيا	الصناعة التحويلية	1886	2385	2750	3200	3943
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	33461	47635	55520	68118	85532
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	5,6	5,0	5,0	4,7	4,6
البلد	السنوات	2009	2010	2011	2012	2013
الجزائر	الصناعة التحويلية	6420	6727	7324	7522	9035
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	137212	161159	199302	204289	225933
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	4,68	4,17	3,67	3,68	4,00
تونس	الصناعة التحويلية	7307	7278	6859	7215	7486
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	43433	44017	45948	45241	47111
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	16,8	16,5	14,9	15,9	15,9
المغرب	الصناعة التحويلية	12992	12829	14385	14214	15111
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	90553	90714	99274	96187	105333
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	14,3	14,1	14,5	14,8	14,3
ليبيا	الصناعة التحويلية	4358	4611	802	2997	1848
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	62107	73824	36688	83195	64439
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	7,0	6,2	2,2	3,6	2,9

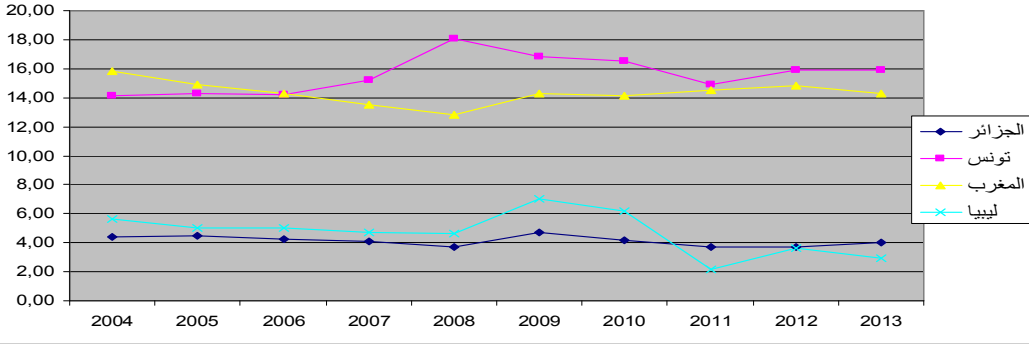
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات صندوق النقد العربي.

من خلال الجدول (1) بلغ الناتج المحلي الخام للصناعة التحويلية في المغرب خلال الفترة (2004-2013) حوالي 118 مليار دولار وهي أعلى قيمة مقارنة بدول المغرب العربي وهذا ما يفسر اعتماد المغرب على الصناعة التحويلية كأساس لبناء الاقتصاد الوطني، تليها تونس بقيمة 64 مليار دولار أما الجزائر فقد سجلت حوالي 62 مليار دولار وأخيرا ليبيا بقيمة 27 مليار دولار خلال نفس الفترة.

إن نسبة مساهمة الصناعة التحويلية في الناتج المحلي الخام الإجمالي سجلت مستويات متفاوتة بالنسبة لدول المغرب العربي، حيث سجلت الجزائر نسبة تتراوح بين 3.67% و 4.68% خلال الفترة (2004-2013) وكانت أعلى نسبة حققتها الجزائر 4.68% وذلك سنة 2009. أما تونس فقد سجلت نسبة تتراوح بين 14.1% و 18.1% خلال نفس الفترة، حيث بلغت أعلى نسبة سجلتها تونس 18.1% سنة 2008. بينما حققت المغرب نسبة تتراوح بين 12.8% و 15.8% خلال نفس الفترة وكانت أعلى نسبة مساهمة حققتها هي 15.8% سنة 2004. أما ليبيا فقد حققت حوالي 2.2% كأدنى نسبة و 7% كأقصى حد وذلك سنة 2009.

من خلال حساب متوسط نسبة مساهمة الصناعة التحويلية في الناتج المحلي الخام الإجمالي على مستوى دول المغرب العربي تبين لنا أن تونس تأتي في المرتبة الأولى حيث حققت نسبة متوسطة قدرها 15.59%، تليها المغرب بنسبة 14.33% وهذا يوضح مدى اهتمام كل من تونس والمغرب بقطاع الصناعة التحويلية باعتباره قطاع استراتيجي مهم في بناء اقتصادها الوطني، وتأتي في المرتبة الأخيرة كلا من ليبيا والجزائر بنسبة 4.15% و 4.11% على التوالي، وهذا ما يفسر التبعية المطلقة للجزائر وليبيا لقطاع المحروقات وعدم قدرة في هذين البلدين منافسة قطاع الصناعة التحويلية في كل من المغرب وتونس.

الشكل 1. مساهمة الصناعة التحويلية في الناتج المحلي الخام الإجمالي



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (1).

ب. مساهمة قطاع الصناعة الإستخراجية والتعدين في الناتج المحلي الخام:

تتمثل الصناعة الإستخراجية في صناعة استخراج النفط والغاز الطبيعي وخامات المعادن كالحديد، النحاس، الزنك، الذهب، والخامات الأخرى كالبوتاس والفوسفات والمحاجر، وبلغ الناتج الخام للصناعة الإستخراجية في كل من تونس والجزائر والمغرب وليبيا حوالي 1049 مليار دولار خلال الفترة (2004-2013)، حيث احتلت الجزائر المرتبة الأولى بنسبة 54.7% من إجمالي الناتج المحلي للصناعة الاستخراجية، تليها ليبيا بنسبة 39.8%، أما تونس والمغرب بنسبة 2.6% و 2.9% على التوالي.

الجدول 2. مساهمة الصناعة الإستخراجية والتعدين في الناتج المحلي الخام (مليون دولار أمريكي)

البلد	السنوات	2004	2005	2006	2007	2008
الجزائر	الصناعة الإستخراجية والتعدين	32951	45786	53559	59107	77648
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	85340	103071	117028	134837	171005
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	38,6	44,4	45,8	43,8	45,4
تونس	الصناعة الإستخراجية والتعدين	1202	1597	1824	2529	3566
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	31181	32256	34420	38954	44781
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	3,9	5,0	5,3	6,5	8,0
المغرب	الصناعة الإستخراجية والتعدين	915	1015	1198	1606	5822
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	56948	59524	65640	75224	88880
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	1,6	1,7	1,8	2,1	6,6
ليبيا	الصناعة الإستخراجية والتعدين	22521	33681	41186	49522	65546
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	33461	47635	55520	68118	85532
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	67,3	70,7	74,2	72,7	76,6
البلد	السنوات	2009	2010	2011	2012	2013
الجزائر	الصناعة الإستخراجية والتعدين	42977	56426	72222	67454	65359
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	137212	161159	199302	204289	225933
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	31,3	35,0	36,2	33,0	28,9
تونس	الصناعة الإستخراجية والتعدين	2335	3008	4147	3450	3155
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	43433	44017	45948	45241	47111
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	5,4	6,8	9,0	7,6	6,7
المغرب	الصناعة الإستخراجية والتعدين	2092	3512	5115	4686	4947
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	90553	90714	99274	96187	105333
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	2,3	3,9	5,2	4,9	4,7
ليبيا	الصناعة الإستخراجية والتعدين	37785	48389	18305	61057	39942
	الناتج المحلي الخام الإجمالي	62107	73824	36688	83195	64439
	نسبة المساهمة في ن.م.خ.إ.	60,8	65,5	49,9	73,4	62,0

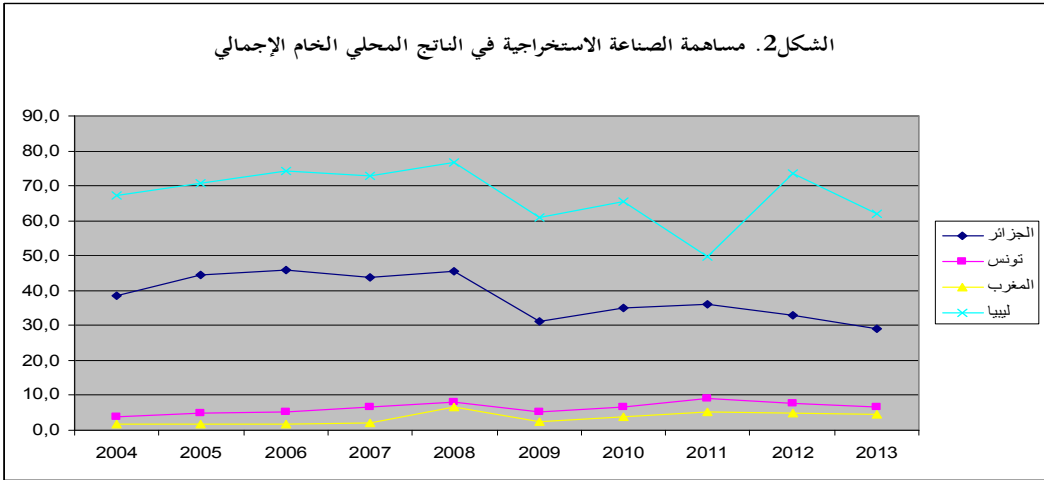
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات صندوق النقد العربي

سجلت الناتج المحلي الخام للصناعة الاستخراجية تراجعاً خلال سنة 2013 مقارنة بسنة 2012، حيث تراوحت نسبة التراجع 3.1% في الجزائر و هذا راجع إلى انخفاض إنتاج النفط والغاز إضافة إلى تهاوي أسعار النفط في الأسواق العالمية، بينما سجلت تونس نسبة انخفاض بحوالي 8.5%، أما ليبيا فسجلت تراجعاً بنسبة 3.4% نظراً لتراجع أسعار النفط والتطورات السياسية والاقتصادية التي

تمر بها، لكن المغرب صنعت الاستثناء مقارنة بباقي دول المغرب العربي، حيث سجلت نمو بنسبة 5.6% وهذا راجع إلى كون المغرب أحد أهم الدول على مستوى العالم في إنتاج وتصدير معدن خام الفوسفات .

بلغت نسب مساهمة الصناعة الاستخراجية في الناتج المحلي الخام الإجمالي أعلى المستويات في ليبيا، فقد تراوحت بين 49.9% و 76.6% خلال الفترة (2004-2013) ، أما الجزائر فقد سجلت نسباً تتراوح بين 28.9% و 45.8% ، وبالنسبة لتونس فقد بلغت نسب المساهمة بين 3.9% و 9% حيث سجلت أعلى نسبة سنة 2011، أما المغرب فقد تراوحت نسب مساهمة الصناعة الاستخراجية فيها بين 1.6% سنة 2004 و 6.6% سنة 2008.

بلغ متوسط نسبة مساهمة الصناعة الاستخراجية في الناتج المحلي الخام الإجمالي أعلى مستوى له في دولة ليبيا حيث بلغ 61.11%، وتأتي الجزائر في المرتبة الثانية بنسبة قدرها 38.24%، تليها تونس بنسبة 6.42% وفي المرتبة الأخيرة المغرب بنسبة 3.48% .



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الجدول (2)

2. نسبة الصادرات الصناعية إلى إجمالي الصادرات:

من أجل تحليل القدرة التنافسية للصناعة الجزائرية ومقارنتها مع دول المغرب العربي سنستخدم نسبة الصادرات الصناعية إلى إجمالي الصادرات خلال الفترة (2002-2010)، وذلك راجع إلى قلة البيانات كما هو مبين في الجدول (3).

الجدول 3. نسبة الصادرات الصناعية إلى إجمالي الصادرات (البيانات %)

البلد	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
الجزائر	3,22	2,12	2,00	1,32	1,20	1,53	1,62	1,56	1,79
تونس	81,32	80,91	77,59	74,88	73,31	69,78	71,57	75,37	76,03
المغرب	65,86	68,57	69,05	65,80	67,81	66,76	63,90	64,67	66,32
ليبيا	-	-	-	-	-	3,36	3,24	2,10	2,28

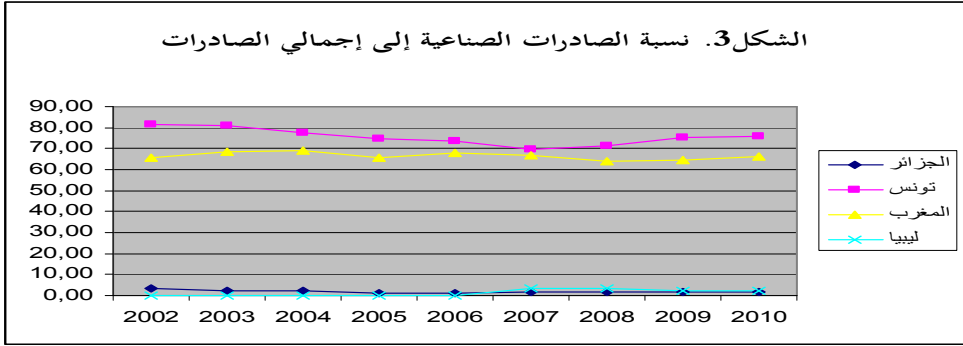
(-) عدم وجود بيانات خلال هذه الفترة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

من خلال البيانات أعلاه فإن نسب مساهمة القطاع الصناعي خارج المحروقات في الصادرات الكلية بلغت مستويات عالية في كل من تونس والمغرب مقارنة بالجزائر وليبيا. حيث احتلت تونس الصدارة بنسب فاقت 69% وتراوحت قيمتها بين 69.78% و 81.32%، تليها المغرب في المركز الثاني بنسب تراوحت بين 63.90% و 69.05%، وهذا يدل على القدرات التصنيعية العالية التي تتميز بها تونس والمغرب مقارنة بالجزائر وليبيا.

أما الجزائر فقد سجلت مستويات متدنية في نسب مساهمة القطاع الصناعي في الصادرات الكلية، حيث سجلت نسباً تراوحت بين 1.2% و 3.22%، لكن لا بد من الإشارة إلى تحقيق الجزائر لنسب أفضل خلال الفترة (2002-2004) مقارنة بالفترة (2005-2010)، بالرغم من الجهود المبذولة من طرف السلطات في السنوات الأخيرة من أجل النهوض بهذا القطاع الاستراتيجي الهام والأساسي في التنمية الاقتصادية ومواجهة البطالة وخلق الثروة.

أما ليبيا فقد حققت نسباً تراوحت بين 2.1% و 3.36%، وبالرغم من المستويات المتدنية التي حققتها ليبيا إلا أنها تبقى أفضل من تلك التي حققتها الجزائر خلال الفترة (2007-2010).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الجدول (3)

3. تحليل تنافسية بعض المنتجات الصناعية باستخدام مؤشر الميزة النسبية الظاهرة RCA:

يعتبر مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للصادرات السلعية RCA (Balassa, 1965)³⁴ من أهم المؤشرات في قياس النصيب النسبي للسلعة j في صادرات البلد i بالمقارنة مع نصيب تلك السلعة في الصادرات العالمية w ، وتكون السلعة j ذات ميزة نسبية إذا كانت قيمة هذا المؤشر أكبر من الواحد، أما إذا كان هذا المؤشر أقل من الواحد فهذا معناه افتقار السلعة j إلى الميزة النسبية في ذلك البلد. ويمكن التعبير عن هذا المؤشر بالعلاقة الرياضية التالية:

$$RCA_{ij} = \frac{x_{ij} / X_i}{x_{wj} / X_w}$$

حيث:

X_{ij} : صادرات الدولة i من السلعة j

X_i : صادرات الكلية للدولة i

X_{wj} : صادرات العالم من السلعة j

X_w : صادرات العالم الكلية

من أجل تحليل تنافسية القطاع الصناعي الجزائري ومقارنتها مع دول المغرب العربي باستخدام مؤشر بالميزة النسبية الظاهرة RCA، أخذنا عينة مكونة من 10 منتجات من بين 99 منتج صناعي لكل من الجزائر والمغرب وتونس وهذا راجع لعدم وجود بيانات خاصة بدولة ليبيا، كما هو مبين في الجدول التالي:

³⁴ Balassa: اقتصادي هنقاري (1936-1991) يعود له الفضل في اكتشاف مؤشر الميزة النسبية الظاهرة RCA.

الجدول 4: مؤشر الميزة النسبية الظاهرة RCA لبعض المنتجات الصناعية

2013	2012	2011	2010	البلد	المنتجات الصناعية
1,474	1,03	1,226	1,386	الجزائر	السكر والحلويات
0,347	0,211	0,549	0,263	تونس	
0,596	0,393	0,385	0,422	المغرب	
0,595	0,841	0,75	0,376	الجزائر	الملح، السلفور، الكلس والاسمنت
3,508	3,473	3,09	5,78	تونس	
23,981	31,266	30,728	25,952	المغرب	
5,507	5,327	5,501	6,367	الجزائر	الوقود المعدني والزيوت المعدنية ومشتقاتها
0,852	0,902	0,814	0,918	تونس	
0,404	0,312	0,243	0,214	المغرب	
0,758	0,881	0,721	0,569	الجزائر	المواد الكيميائية العضوية وغير العضوية
4,065	4,041	3,456	5,455	تونس	
9,587	11,065	12,728	12,617	المغرب	
0,157	0,031	0,031	0,013	الجزائر	الأسمدة
9,456	6,784	6,279	13,644	تونس	
23,503	27,236	25,423	24,245	المغرب	
0,003	0,003	0,002	0,003	الجزائر	البلاستيك و المواد المصنوعة منه
0,789	0,565	0,709	0,659	تونس	
0,148	0,159	0,181	0,203	المغرب	
0,221	0,19	0,241	0,168	الجزائر	الجلود و المواد الجلدية
1,607	1,741	1,431	1,035	تونس	
1,648	1,44	1,642	0,919	المغرب	
0,006	0,003	0,001	0,008	الجزائر	منتجات السيراميك
1,424	0,806	1,403	1,948	تونس	
0,833	0,839	0,923	0,855	المغرب	
0,088	0,074	0,093	0,113	الجزائر	الزجاج و المواد الزجاجية
0,649	0,541	0,573	0,499	تونس	
0,171	0,18	0,104	0,102	المغرب	
0,001	0,003	0,002	0,003	الجزائر	المواد المصنوعة من الحديد و الصلب
1,066	0,901	0,963	1,106	تونس	
0,221	0,278	0,248	0,21	المغرب	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات صندوق النقد العربي

- تنافسية المنتجات الصناعية الجزائرية:

بالنسبة لمؤشر الميزة النسبية لمنتجات السكر والحلويات حققت الجزائر خلال الفترة (2010-2013) قيمة تراوحت بين 1.03 و 1.474 مما يدل على أنها تمتلك ميزة نسبية في هذه المنتجات مقارنة بالمغرب وتونس، أما فيما يخص الوقود المعدني والزيوت المعدنية ومشتقاتها بلغت قيمة المؤشر ما بين 5.501 و 6.367 وهذا للقدرة التنافسية العالية التي تتميز بها الجزائر في هذه الصناعة مقارنة بدول المغرب العربي.

أما بالنسبة لمنتجات الملح، الاسمنت، المواد الكيماوية، الأسمدة، البلاستيك، الجلود، الزجاج، منتجات السيراميك والمواد المصنوعة من الحديد والصلب، فقد أظهرت قيم مؤشر الميزة النسبية الظاهرة ضعف القدرة التنافسية لهذه الصناعات.

- تنافسية المنتجات الصناعية التونسية:

بلغت قيم مؤشر RCA لتونس لمنتجات الملح والكلس والاسمنت مستويات عالية تراوحت بين 3.09 و 5.78، وبالنسبة للمواد الكيماوية العضوية وغير العضوية تراوحت بين 3.456 و 5.455، أما فيما يخص الأسمدة بلغت قيم المؤشر ما بين 6.279 و 13.644، وبالنسبة للجلود ومنتجات السيراميك بلغت قيم المؤشر مستويات أكبر من الواحد، وهذا يدل على القدرة التنافسية العالية التي تمتلكها تونس في هذه الصناعات مقارنة بالجزائر.

بالنسبة للسكر والحلويات، الوقود المعدني والزيوت المعدنية ومشتقاتها، البلاستيك و الزجاج، أظهرت قيم مؤشر RCA أن القدرة التنافسية لتونس في هذه الصناعة تبقى ضعيفة، أما فيما يخص المواد المصنوعة من الحديد والصلب أظهرت قيم مؤشر الميزة النسبية تفوقها على المغرب والجزائر في هذه الصناعة.

- تنافسية المنتجات الصناعية المغربية:

فيما يخص منتجات الملح والكلس والسلفور والاسمنت بلغت قيم مؤشر RCA ما بين 23.981 و 31.266 خلال الفترة (2010-2013) و ما بين 9.587 و 12.728 بالنسبة للمواد الكيماوية، وبالنسبة للأسمدة تراوحت بين 23.503 و 27.236، وهذا يوضح القدرات التنافسية العالية لهذه الصناعات مقارنة بالجزائر.

وبالنسبة لصناعة الجلود شهدت المغرب تطورا كبيرا خلال الفترة (2011-2013)، حيث بلغت قيم مؤشر RCA ما بين 1.44 و 1.648، وفيما يخص منتجات السكر والحلويات، الوقود المعدني والزيوت المعدنية ومشتقاتها، البلاستيك و الزجاج ومنتجات السيراميك أظهرت قيم مؤشر الميزة النسبية ضعف تنافسية المغرب في هذه الصناعات.

من خلال تحليلنا لتنافسية هذه العينة من المنتجات الصناعية، تحتل تونس المركز الأول من حيث القدرة التنافسية ب 5 منتجات صناعية لها ميزة نسبية تليها المغرب ب 3 منتجات ذات ميزة نسبية وأخيرا الجزائر بمنتوجين صناعيين. وحتى تكون مقارنة تنافسية الصناعة الجزائرية حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة دقيقة سنقوم بمقارنة تنافسية هذه الدول على أساس عدد السلع ذات الميزة النسبية خلال الفترة (2007-2013)، كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 5. عدد المنتجات الصناعية ذات ميزة نسبية خلال الفترة (2007-2013)

البلد	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الجزائر	2	1	2	3	2	2	2
تونس	29	25	25	28	29	20	28
المغرب	32	29	30	28	25	26	27

عدد المنتجات الصناعية ذات ميزة نسبية من بين 99 منتج

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات صندوق النقد العربي

من خلال الجدول (5) نستنتج أن كل من المغرب وتونس تمتلكان قدرات صناعية كبيرة في القطاع الصناعي خارج قطاع المحروقات، ومن خلال عدد المنتجات الصناعية التي ذات الميزة النسبية ، تأتي المغرب في المركز الأول بمتوسط 28 منتج صناعي له ميزة نسبية تليها تونس بمتوسط 26 منتج صناعي له قدرات تنافسية عالية، أما الجزائر فقد أظهرت النتائج أن القدرات التنافسية لقطاعها الصناعي خارج قطاع المحروقات جد ضعيفة وتكاد تكون منعدمة وهذا راجع إلى التبعية المطلقة للاقتصاد الجزائري لقطاع المحروقات، فبالرغم من الأموال الباهظة التي صرفتها السلطات الجزائرية على القطاع الصناعي لا زال هذا القطع يعاني ، فمع انهيار أسعار البترول خلال السنوات الأخيرة لا بد من تركيز الجهود نحو هذا القطاع الاستراتيجي النهوض به وتنميته للتخفيف من حدة الصدمة التي خلفها انهيار أسعار البترول على الاقتصاد الوطني.

خاتمة:

تبين مختلف المؤشرات أن القدرات التنافسية للصناعة التحويلية الجزائرية جد ضعيفة مقارنة بدول المغرب وتونس والتي تمتلكان قدرات تصنيعية كبيرة، حيث سجلت الجزائر مستويات متدنية في نسب مساهمة القطاع الصناعي في الصادرات الكلية تراوحت بين 1.2% و 3.22% خلال الفترة (2002-2010)، وبناء على اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي سيكون لهذا الاتفاق نتائج سلبية على النسيج الصناعي الجزائري وعدم قدرته على منافسة الواردات الأوروبية نتيجة للتفكيك الجمركي في آفاق 2020.

لذا يجب الاهتمام بهذا القطاع الاستراتيجي الهام من أجل استدامة وزيادة مستويات المعيشة للأفراد، وتلبية احتياجات السوق من السلع والخدمات وتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات وذلك من خلال إدارة الجودة الشاملة و تخفيض تكاليف الإنتاج وإدارة المعرفة مع التركيز على البحث والتطوير والإبداع التكنولوجي مع تنمية القطاع الفلاحي باعتباره المغذي الرئيسي للصناعة الغذائية.

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

1. أحمد سيد مصطفى، التغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات العربية، مركز الاستشارات والتطوير الإداري، القاهرة، 2001.
2. الطائي محمد، اقتصاديات المعلومات القوة النائمة في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2006.
3. بالقاسم العباس، التجارب الناجحة في النفاذ إلى الأسواق العالمية، ملتقى حول التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003.
4. بوبعة عبد الوهاب، دور الابتكار في دعم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.
5. تقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003.
6. زغدار أحمد، المنافسة-التنافسية والبدائل الإستراتيجية، دار جرير للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
7. سالم توفيق النجفي، أساسيات علم الاقتصاد، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2000.
8. عامر محمد وجيه خربوطلي، العوامل المؤثرة في القدرة التنافسية للصادرات السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 30، العدد الأول، 2014.
9. عيود زرقين، العناقد الصناعية كإستراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 41، 2014.
10. عبد الرحمن بن عنتر، نحو تحسين الإنتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الصناعية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1995.
11. عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوحدوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 6، الجزائر، 2004.
12. عبد الحكيم عبد الله النسور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد والتخطيط، جامعة تشرين، سوريا، 2009.
13. علي طالب شهاب، أهم مقومات دعم القدرة التنافسية للاقتصاد البصري، مجلة دراسات البصرة، السنة السابعة، العدد 12، 2011.
14. فيصل بن محمد الفحطاني، الإدارة الإستراتيجية لتحسين القدرة التنافسية للشركات وفقا لمعايير الأداء الاستراتيجي وإدارة الجودة الشاملة، رسالة ماجستير إدارة أعمال، الجامعة الدولية البريطانية، 2010.
15. محمد الصيرفي، مبادئ التسويق، مؤسسة حورس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2005.
16. محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 24، 2003.
17. يوسف مسعداوي، القدرة التنافسية ومؤشراتها، ملتقى دولي حول الأداء المتميز للمؤسسات الحكومية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2005.

18. يونس إبراهيم حيدر، التحليل الاستراتيجي أساليبه ونماذجه وأدواته، دار الرضا للنشر، دمشق، الطبعة الأولى، 2005.

باللغة الأجنبية:

1. Arena et Autres, **Traité d'économie industrielle**, Economica, Paris, 1991.
2. Debonneuil M, Fontagne L, **Compétitivité**, La documentation française, Paris, 2003.
3. Etienne Collignon, Michel Wissler, **Qualité et compétitivité des entreprises**, Economica, Paris, 1983.
4. Freeman. R, **Strategic Management**, Pitman Publishing, Boston, 1984.
5. Gérard Garibaldi, **L'analyse stratégique**, édition d'organisation, 3ème édition, France, 2001.
6. Jean Yves capul, Olivrer Garnier, **Dictionnaire initial d'économie et de sciences sociales**, Hatier, Paris, 1994.
7. Jean Marie Ducreux, Morice Marchand Tanel, **Stratégie – Les clés du succès concurrentiel**, édition d'organisation, Paris, 2004.
8. Lachaal. L, **La compétitivité : Concepts ; définitions et applications**, Institut national de la rechrcne agronomique de tunis (INRT), P30.
9. M. Porter, **Competitive strategy**, New York, free press, 1980.
- M Porter, **L'avantge concurrentiel**, Dunod, Paris, 1999.
10. P. Kotler, B. Dubois, **Marketing management**, Edition Union Public, 10ème Ed, Paris, 2000.
11. Seddi Ali, **compétitivité économique –quel potentiel pour l'Algérie**, thèse doctorat en sciences commerciales, université d'Oran, 2012.
12. Smith. G, Arnold R, Bizzell B, **Business Strategy and policy**, Houghton Mifflin Pub, 1985.