



أثر العولمة الاقتصادية على تنافسية المؤسسة الصناعية الجزائرية

- مؤسسة FAMAG لصناعة وتركيب المعدات الفلاحية نموذجا-

The impact of economic globalization on the competitiveness of the Algerian industrial establishment

FAMAG Foundation for the manufacture and installation of agricultural - equipment as a model

بلكبير مريم	مدلس نجاة*
جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)	جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)
drmariesba@gmail.com	medles_n@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2019-01-08

تاريخ الاستلام: 2018-06-23

ملخص: يهدف هذا البحث إلى معرفة أهم تأثيرات العولمة على تنافسية المؤسسة الصناعية الجزائرية، من خلال إجراء دراسة ميدانية في مؤسسة FAMAG لصناعة وتركيب المعدات الفلاحية كنموذج عن هذه المؤسسات. ولأجل جمع كافة المعلومات والبيانات المتوفرة والضرورية لمعالجة مشكلة البحث والتأكد من صحة فرضية الدراسة تطلب الأمر استخدام عددا من المراجع المشكلة من كتب ورسائل جامعية ومجلات، إضافة إلى أسلوب المقابلات الشخصية والاستقصاء كأداتين أساسيتين لجمع المعلومات الميدانية. حيث خلصت الدراسة إلى أن العولمة بإمكانها فرض تحديات على نشاط المؤسسة الصناعية الجزائرية بسبب المنافسة الحادة وتراجع دور الدولة، لكنها في الوقت نفسه ظاهرة تحمل في طياتها مجموعة من المزايا قد تستغل من طرف هذه المؤسسات فنجدها تحرص على أن تساير التغيرات عن طريق اعتماد طرق تصنيع وتكنولوجيات متطورة تحاول من خلالها تحديث منتجاتها. كذلك توسيع الاستثمار وتجديد ورشات الإنتاج بما يواكب التطورات الجديدة، مما يسهم في زيادة ربحيتها و يحسن من أداءها و يضمن لها البقاء

الدراسات والبحوث

Abstract:

This research aims at identifying the most important impacts of globalization on the competitiveness of the Algerian industrial enterprises through conducting a field study in FAMAG for the manufacture and installation of agricultural equipment as a model for these enterprises. In order to collect all the information and data available and necessary to address the problem of research and to validate the hypothesis, the study required the use of many references in the form of books and university memos and magazines, in addition to the method of personal interviews and surveys as basic tools for collecting field information. The study concluded that globalization can impose challenges on the activity of the Algerian industrial enterprises because of the sharp competition and the decline of the role of the state, but it is at the same time a phenomenon that carries with it a set of advantages that may be exploited by these enterprises, we are keen to keep pace with changes by adopting methods of manufacturing and sophisticated technologies in trying to update its products. As well as expansion of investment and renewal of production workshops in line with new developments, which contribute to increase profitability and improve its performance and ensure its survival, continuity and development.

Key words: Economic globalization - Competitiveness - Industrial enterprise - Product - Strategy

مقدمة:

تعتبر العولمة الاقتصادية من أهم الظواهر التي برزت في نهاية القرن العشرين، والتي تعني الترابط الاقتصادي والتكامل بين الاقتصاديات الدولية من خلال انفتاح الأسواق وتكثيف حركة السلع والخدمات ورؤوس الأموال عبر الحدود. وتختلف الآراء في الأدب الاقتصادي بشأن حجم المكاسب التي قد تعود على الدول النامية تحديداً نتيجة العولمة الاقتصادية، فبعضها يرى أن هذه الدول سوف تحقق منافع كبيرة كخلق فرص العمل وتوفير العملات الصعبة، وتخفيف حدة المديونية الخارجية ونقل التكنولوجيا المتقدمة، أما البعض الآخر فيدعي بأن العولمة تركز الاستعمار الاقتصادي للدول النامية لصالح الدول المتقدمة من خلال السيطرة على رؤوس أموال هذه الأخيرة - أي الدول النامية - وتركيز الثروة المالية لدى عدد قليل من الدول، والهيمنة الأمريكية على اقتصادات العالم من خلال القضاء على سلطة وقوة الدول النامية في المجال الاقتصادي وحتى تصبح تحت سيطرة صندوق النقد الدولي (أحمد إبراهيم ملاوي ومرام أيوب المنسي، 2015، ص. 389). ولأن الجزائر واحدة من هذه الدول فإن الأمر يبعثنا إلى التساؤل عن حالها في ظل هذه الظروف، ولأسيما بعد إبرام عقد الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وانضمامها المرتقب إلى المنظمة العالمية للتجارة، ما يعني تحرير التجارة وإلغاء الرسوم الجمركية لمؤسسات الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة ولدول الاتحاد الأوروبي، مما يضع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية عامة والصناعية خاصة أمام جملة من التحديات على الصعيد المحلي والدولي، ولعل أهم هذه التحديات هو المنافسة التي سوف تشكلها مؤسسات هذه الدول.

مشكلة البحث:

مما سبق تتبلور المشكلة الرئيسية للبحث بصورة أكثر جلاء من خلال إثارة السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير العولمة الاقتصادية على تنافسية المؤسسة الصناعية الجزائرية؟

فرضيات البحث:

يقوم البحث على فرضية أساسية واحدة مفادها " أن العولمة تجعل المؤسسة تحرص على تحسين وتجديد

منتجاتها لمواكبة التطورات والصمود أمام المنافسين ".



المنهج المستخدم للبحث:

للإجابة عن إشكالية البحث، وبهدف اختبار صحة فرضية الدراسة، استخدمنا في بحثنا هذا المنهج الوصفي القائم على التحليل من أجل استنباط وتحليل المفاهيم والأسس المكونة للإطار النظري والتطبيقي لموضوع البحث، وإجراء دراسة ميدانية في مؤسسة FAMAG لصناعة وتركيب المعدات الفلاحية، من أجل الكشف عن أثر العولمة الاقتصادية على تنافسية هذه الأخيرة. ولأجل جمع كافة المعلومات والبيانات المتوفرة والضرورية لمعالجة مشكلة البحث تتطلب الأمر استخدام عددا من المراجع المشكلة من كتب ورسائل جامعية ومجلات، إضافة إلى أسلوب المقابلات الشخصية والاستقصاء كأداتين أساسيتين لجمع المعلومات الميدانية.

وقد تمت معالجة الموضوع في ثلاثة أجزاء، اشتمل الإطار النظري منها على الجانب المفاهيمي للعولمة الاقتصادية والتنافسية وأهم الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع. أما الإطار الميداني فحاولنا من خلاله التعريف بالمؤسسة محل الدراسة التطبيقية والتطرق إلى ما تواجهه من تحديات بفعل العولمة الاقتصادية وإلى أهم الإجراءات المتبعة للتصدي لهذه التحديات، ثم إلى أثر هذه الإجراءات على تنافسية المؤسسة محل الدراسة للتوصل في الأخير إلى جملة من النتائج ومناقشتها.

حدود الدراسة:

تغطي البيانات التي تم الحصول عليها سواء النظرية أو الميدانية مدة تزيد عن ستة أشهر من نهاية العام 2016 إلى غاية بداية ماي 2017، و بالتالي فإن محاولة تعميم نتائج هذه الدراسة يجب أن يكون مشروطا بهذا المدى الزمني. و فيما يخص الإطار الموضوعي فقد ركزت الدراسة على إحدى الجوانب المرتبطة بالقدرة التنافسية للمؤسسة ألا وهو انعكاسات العولمة على هذه الأخيرة، من خلال تبيان معالمها و إبراز دورها في تشجيع البيئة التنافسية. أما الإطار المكاني فقد شمل المؤسسات الجزائرية، حيث تم اختيار مؤسسة FAMAG لصناعة وتركيب المعدات الفلاحية كنموذج عن المؤسسات المذكورة.

أولاً- الإطار النظري:

1. الإطار المفاهيمي للعولمة الاقتصادية:

1.1. تعريف العولمة الاقتصادية:

تعرف العولمة الاقتصادية على أنها " تركيز النشاط الاقتصادي على الصعيد العالمي في أيدي مجموعات محدودة وتهميش الآخرين واقصاءهم وإحداث التفاوت بين الدول وحتى داخل الدولة الواحدة، عن طريق وسائل تستخدمها للوصول إلى أهدافها التي تتمثل في امتلاك امبراطورية إعلانية وإعلامية واعتماد تجارة السوق، والمنافسة في سياق البقاء للأقوى والأصلح" (عبد العزيز المنصور، 2009، ص. 568). ويعرفها البنك الدولي على أنها "نظام تجاري عالمي مفتوح تزول فيه العوائق أمام حركة السلع والبضائع والخدمات، وعوامل الانتاج كرأس المال عبر الحدود الدولية، وتغدو فيه التجارة الدولية الحرة والمتعددة الأطراف هي القاعدة، مما يؤدي في النهاية إلى تكامل اقتصادي عالمي متزايد في أسواق السلع والخدمات ورأس المال" (أحمد ابراهيم الملاوي، 2012، ص.5). أما (Peng (2014) فيعرف العولمة بصفة عامة على أنها " تكامل وثيق بين دول وشعوب العالم، لتشمل مساهماتها في المزيد من النمو الاقتصادي ومستويات المعيشة، وزيادة تقاسم التكنولوجيا، والتكامل الثقافي الذي أصبح أكثر اتساعاً" (Mike W. Peng, 2014, P.18). كما يعرف Pierre Paul Proulx العولمة على أنها: " الحركة السريعة للسلع والخدمات والأشخاص ورؤوس الأموال والمعلومات" (Pierre Paul Proulx, 1997, p.125). أما Hill (2008) فيرى أن العولمة " تشير إلى التحول نحو اقتصاد عالمي أكثر تكاملاً وترابطاً، ولها عدة جوانب بما في ذلك عولمة الأسواق، وعولمة الانتاج وعولمة التسويق" (Charles W. L. Hill, 2008, p.7). وبالنسبة لـ (Safadi) فإن " العولمة تعكس تقريبا للروابط بين هياكل الانتاج والأسواق المختلفة، وتشتمل عملياتها على تكثيف الروابط بين الاقتصاديات المختلفة من خلال تدفق السلع والخدمات والاستثمار وعوامل الانتاج عبر الحدود" (يوسف حسن أحمد بلولة، 2007، ص.30).

مما سبق وبالرغم من اختلاف تعاريف العولمة الاقتصادية باختلاف الباحثين وتوجهاتهم إلا أنها تشير

إجمالاً إلى مجموعة من المظاهر نوردها فيما يلي.

2.1. مظاهر العولمة الاقتصادية: تتمثل مظاهر العولمة الاقتصادية فيما يلي (أبو صقر كامل، 2000، ص.145):

- تسارع حركة رؤوس الاموال والسلع وتدفق المعلومات بين الدول .
- اتساع حركة التحرير التجاري على المستوى العالمي وتذويب الحدود السياسية بين الدول، وإزالة جميع الحواجز الجمركية والادارية.
- إحلال الشركات المتعددة الجنسيات والعلاقة محل الشركات الوطنية.
- زيادة دور القطاع الخاص المحلي والأجنبي، مقابل تقليص مساحة القطاع العام ونظم الرقابة الحكومية.

2. الاطار التعريفي لتنافسية المؤسسة:

1.2. مفهوم القدرة التنافسية: يعتبر مصطلحي التنافسية *Compétitivité* والمنافسة *Concurrence*

من أكثر المصطلحات شيوعا في العصر الحديث، وهما يختلفان من حيث المعنى، حيث تعرف المنافسة على أنها " مركز نجاح أو فشل المؤسسات، فهي تؤكد نشاطات المؤسسة من خلال المساهمة بنتائجها في الابتكار والثقافة التي ترسخ فعالية هذه المؤسسة" (Michel Porter, 1999, p.01)، أما القدرة التنافسية فإنها تستخدم على نطاق واسع ومستويات متعددة وتخضع لمعايير متعددة:

1.1. على مستوى الدولة: هي مقدرة البلد على توليد القيمة المضافة، ومنه زيادة الثروة القومية، من خلال إدارة الأصول والعمليات بالجاذبية والهجومية، وبالعولمة والاقتراب، ووبربط هذه العلاقات في نموذج اقتصادي اجتماعي قادر على تحقيق هذه الأهداف (عامر، 2014، ص.4).

2.1. على مستوى القطاع: هي قدرة القطاع الانتاجي سواء كان سلعيا أو خدميا على تحقيق القيمة المضافة، ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات تتماشى والتطورات الاقتصادية وضمن آليات فعالة لقوى السوق من ناحية الموردين والمستهلكين ومن ناحية حرية الدخول إلى سوق العمل والخروج منها (نفس المرجع السابق).

2.1. على مستوى المؤسسة: حيث ترتبط بقدرة المؤسسة على جذب ودعم النشاطات التي تحقق التفوق والتميز على الآخرين (Elikem Ocloo, Akaba, KwakuWorwui, 2014, P 290). وهي تعني قوة دافعة أو قيمة أساسية تتمتع بها المؤسسة وتؤثر على سلوك العاملين في إطار تعاملهم مع المؤسسة (كمال

رزيق، ومسودور فارس، 2003، ص.5). كما يعرف فريد النجار التنافسية على أنها " القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتجديد (فريد النجار، 2000، ص.11). ويعرفها Jean Charles Math على أنها هدف أو غاية توضح الاختيارات التنافسية للنشاطات وتجعلها في وضعية مناسبة (عبوس عبد العزيز، 2005-2006، ص.36). وهي تسمح بالتحكم في الوقت من أجل الاستغلال والاستفادة من الوضعية الجديدة التي يمكن أن تخلقها (نفس المرجع السابق).

من خلال التعاريف الواردة أعلاه يبدو أن تحقيق التنافسية إنما يتحقق بتوفر أفضليات تنافسية، وأن المستهلك هو محور اهتمام هذه الأخيرة (الطيب داودي ومراد محبوب، 2007، ص.36)، كما أن التنافسية أنواع يمكن تحديدها بمعايير محددة ومن خلال التحليل الموالي.

2. أنواع التنافسية: يمكن تحديد أنواع التنافسية بالاعتماد على المعيارين الموضوعي والزمني (نفس المرجع السابق):

1.2. المعيار الموضوعي: وفيه تنقسم التنافسية إلى :

- تنافسية المنتج: يعدُّ شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة، ويتم تقييمه بالاعتماد على سعر التكلفة، والجودة وخدمات ما بعد البيع.

- تنافسية المؤسسة: ويتم تقييمها على أساس هوامش كل المنتجات.

2.2. المعيار الزمني: تنقسم التنافسية حسب هذا المعيار إلى:

- التنافسية اللحظية: تعتمد على النتائج الايجابية المحققة خلال دورة محاسبية واحدة.

- القدرة التنافسية: تتعلق بالفرص المستقبلية بناء على نظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

3. بعض الدراسات السابقة:

1.3. دراسة (منال جبور سرور، 2008) بعنوان: " أثر مخاطر العولمة على كلف تطوير المنتجات المحلية - دراسة محاسبية اقتصادية".

تهدف هذه الدراسة التي اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي إلى التعرف على أبعاد العولمة في السيطرة على اقتصاديات الدول النامية من خلال إغراق أسواقها بسلع عالية الجودة ذات أسعار منافسة، مما يؤدي إلى عزوف

المستهلك عن السلع الوطنية وبالتالي غلق المصانع المحلية. وما يدعم ذلك هو امتلاك الدول المتقدمة للتقنيات العالية في تصنيع السلع بكلفة قليلة مقارنة مع السلع المحلية، وحصول منتجاتها على شهادة الايزو بالنوعية والجودة العالمية.

2.3. دراسة (لخضر طويل، 2011) بعنوان: " العولمة الاقتصادية دوافعها وأبعادها".

تحاول هذه الدراسة تحليل مفهوم العولمة من خلال الخصائص والأنواع والتطرق إلى مؤسساتها وأدواتها. حيث اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي توصل من خلاله إلى أن العولمة هي السمة الرئيسية التي يتسم بها النظام الاقتصادي العالمي الجديد والقائم على تزايد درجة الاعتماد المتبادل بفضل اتفاقيات تحرير التجارة العالمية، والتحول لآليات السوق وتعميق الثروة التكنولوجية والمعلوماتية. وأن من أهم خصائص العولمة سيادة آليات السوق والسعي لاكتساب القدرات التنافسية، تزايد الاعتماد الاقتصادي المتبادل، وجود أنماط جديدة من التقسيم الدولي للعمل، تعاظم دور الشركات المتعددة الجنسيات. تقليص سيادة الدولة القومية وزيادة انتشار البطالة. أما عن مؤسسات العولمة الاقتصادية فهي: البنك الدولي، صندوق النقد الدولي، اتفاقية القات ومنظمة التجارة الدولية. وبشأن أدواتها فهي: اتفاقيات التبادل الحر، المناطق الحرة وبرامج إعادة الهيكلة.

3.3. دراسة (سليمة غدير أحمد وعيسى بهدي، 2015) بعنوان: " تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الصناعية في الجزائر في ظل الانفتاح الاقتصادي الجديد".

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تداعيات الانفتاح الاقتصادي الذي تعرفه الجزائر في الوقت الراهن، بسبب اتفاق الشراكة الأورو متوسطية والانضمام المرتقب إلى المنظمة العالمية للتجارة، وتأثير هذا الانفتاح على تنافسية مؤسساتها الاقتصادية عامة والصغيرة والمتوسطة الصناعية خاصة. وقد توصل الباحثين باستعمالهما للمنهج الوصفي التحليلي إلى أن اتفاق الشراكة الأورو جزائرية والانضمام المرتقب للجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة سوف يتيحان لها فرصاً أفضل لإنعاش اقتصادها وتطويره، من خلال الدعم المقدم لها في جميع المجالات بما في ذلك البيئة القانونية والتنظيمية، والتمويل والتدريب والدعم الفني والاداري والنفاذ إلى الأسواق المحلية والخارجية مما يكسبها القدرة على المنافسة.

4.3. دراسة (بن الطيب ابراهيم، 2016/2015) بعنوان: "عولمة الاستراتيجية التسويقية للمؤسسات

الاقتصادية الجزائرية في الأسواق الدولية - دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية المصدرة".

يبين هذا البحث أهمية دراسة وتحليل عناصر المزيج التسويقي المتعلق بكل من المنتج والسعر والترويج والتوزيع، والتركيز على أهمية هذه العوامل وتكاملها في برنامج تسويقي موحد ومكيف لدخول الأسواق الدولية. وقد أظهرت نتائج التحقيق الميداني أن المؤسسات الجزائرية المصدرة تتبع استراتيجية التوحيد لكن بدرجات متفاوتة لمزيجها التسويقي في الأسواق الدولية. حيث تتبنى درجة عالية من التوحيد لعناصر المنتج، ثم الترويج وبعده عنصر التوزيع.

5.3. دراسة (عز الدين آدم ذو النون وخالد حسن البيلي، 2016) بعنوان: " دور سياسات حماية المنافسة

ومنع الاحتكار في ظل الاقتصاد الحر".

تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي وهي تهدف إلى توضيح أهمية السياسات الرامية إلى حماية المنافسة في إطار برامج الإصلاحات الاقتصادية مثل الخصخصة والتحرير الاقتصادي وتشجيع سياسات الاستثمار الأجنبي المباشر. وتحليل أهم التجارب الدولية والعربية في مجال سياسات حماية المنافسة وكيفية الاستفادة منها في السودان. حيث تم التوصل في نهاية التحليل إلى أن وجود سياسات حكومية واضحة لحماية المنافسة في الأسواق المحلية يعدّ أمراً ضرورياً في ظل تراجع دور الدولة وحاجة الأسواق إلى تدخل هذه الأخيرة -أي الدولة- لتنظيمها. وأن إرساء إطار سوداني لحماية المنافسة لا يجب أن يقوم على النقل الحرفي للتجارب الأخرى، وإنما الأمر يحتاج إلى فهم أعمق لطبيعة الظروف الاقتصادية السودانية حتى تأتي سياسات حماية المنافسة متوافقة مع خصوصيات تلك الظروف.

6.3. ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أن ما نتج عن هذه البحوث كان هامشياً في شرح أثر العولمة الاقتصادية على تنافسية هذه المؤسسات، وهي تنحصر في التعرف على تداعيات الانفتاح الاقتصادي أو إلى التعرف على أبعاد العولمة في السيطرة على اقتصاديات الدول النامية. و إلى تحليل مفهوم العولمة من خلال

الخصائص والأنواع والتطرق إلى مؤسساتها وأدواتها وتوضيح أهمية السياسات الرامية إلى حماية المنافسة في إطار برامج الإصلاحات الاقتصادية.

لقد جاءت هذه الدراسة مكملة للدراسات السابقة من حيث سد الفراغ في بعضها، وأهم ما يميزها هو تناولها لأثر العولمة الاقتصادية على تنافسية المؤسسة الصناعية الجزائرية تحديداً.

ثانياً - الدراسة الميدانية

بعد أن تطرقنا إلى مفهوم كل من العولمة الاقتصادية والتنافسية سوف نحاول من خلال التحليل المالي إسقاط هذه الدراسة على واحدة من أهم المؤسسات الصناعية الجزائرية وهي مؤسسة FAMAG لصناعة وتركيب المعدات الفلاحية، لأنها تعتبر رائدة في سوق الجزائر وهي تمتلك أضخم المصانع التي تفتخر بها الجزائر في الصناعة الثقيلة. حيث حاولنا من خلال التحقيق الميداني معرفة أهم تأثيرات العولمة على قدرتها التنافسية واختبار صحة فرضية الدراسة.

1. مؤسسة FAMAG - عرض و تقديم

1.1. تقديم المؤسسة:

تأسست مؤسسة FAMAG لصناعة العتاد الفلاحي في 22 سبتمبر عام 1996، بموجب عقد رقم 621، والمرجع القانوني 05/621، وهي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة، كما أنها مؤسسة خاصة تتمتع بالاستقلالية التامة من حيث الشراء، الإنتاج، والبيع. وهي تقع في المنطقة الصناعية لولاية سيدي بلعباس. يبلغ رأس مالها حوالي 1.500.000.000 دج، كما تبلغ مساحتها الإجمالية حوالي 19000 م²، منها 6000 م² للإدارة وورشات الإنتاج، و 1000 م² مرآب لمنتجات المؤسسة، و 3000 م² عبارة عن مساحات خضراء. كما قدر عدد عمال مؤسسة FAMAG خلال فترة الدراسة بـ 300 عامل يتواجدون بمقرها الرئيسي، و 228 عامل يتوزعون عبر شبكات التوزيع الخاصة بالمؤسسة والمتواجدة عبر جميع ولايات الوطن.

تتخصص مؤسسة FAMAG في إنتاج و تركيب الجرارات الفلاحية ذات العجلات المطاطية وذات القوة من 26 إلى 110 حصان، ثنائية و رباعية الدفع إضافة إلى معدات النقل والحرق ومعدات البذر والسقي وغيرها. وهي تمتلك حالياً 52 نقطة بيع و 35 وكيل معتمد.

2.1. تعاملات المؤسسة.

بدأت FAMAG نشاطها بالشراكة مع مؤسسة CLAAS الألمانية سنة 1996 من خلال صنع وإعادة بيع قطع الغيار والحصادات. و في عام 2001 بدأت التعامل مع المؤسسة الإيطالية GOLDONI باستيرادها الجرارات من الحجم الصغير MOTOCULTEUR ، ثم تعاملت مع الشركة الفرنسية SONAMIA، والشركة الإسبانية FERRUZ و BELOTA سنة 2001. وفي عام 2005 شرعت FAMAG في صناعة الجرار SONALIKA بشراكة هندية. و خلال العامين 2006 و 2007 تم إدخال خط إنتاج مقطورات ذات صهاريج ومعدات الحراثة إلى جانب صناعة الجرارات Faucheuses والرشاشات والبخاخات وغلآفات وجامعات المحاصيل و المثاقيب و المحارث . و في عام 2008 قامت FAMAG بنسج شبكة توزيع وخدمة ما بعد البيع على كامل التراب الوطني لأجل تقريب المنتج من المستخدم وتوفير أفضل خدمة.

2. التحديات التي تفرضها العولمة الاقتصادية على مؤسسة FAMAG:

إن التغيرات المتواصلة في أذواق ورغبات المستهلكين نتيجة ما أفرزته العولمة في هذا المجال، أثرت في تحديد التوجهات والاستراتيجيات والأدوات الواجب استخدامها. والتحدي المطروح هو كيف يمكن لمؤسسة FAMAG أن تقدم منتج يفي بمتطلبات ورغبات العملاء عند مستوى تكاليفي أقل، وكيف يمكن لها أن تواجه المنافسين المحليين والأجانب. حيث دخلت مؤسسة FAMAG في صراع مع المؤسسات المنافسة المحلية في العام 2012 عندما قامت الدولة الجزائرية باستراتيجية دعم الفلاح وتقديم قروض (ENSEJ). عندها اشتدت المنافسة وظهرت عدة مؤسسات منافسة منها مؤسسة خربوش الخاصة بولاية تلمسان (SARL AGROLUX « Dentz.Fahr »)، ومؤسسة ماهندرا (EURL. LD AZOUAOU Le type de tracteur « Mahindra »)، التي قامت خلال عام 2013 ببيع 1000 جرار و هي بذلك تعتبر من أشد المنافسين لمؤسسة FAMAG . أما المنافسين الأجانب فقد بلغ عددهم 25 شركة تابعة لعدد من الدول الأجنبية منها تركيا، الصين، أمريكا، ألمانيا والهند.

3. الإجراءات المتبعة من طرف مؤسسة FAMAG لمواجهة تحديات العولمة:

- تحاول مؤسسة FAMAG أن تساير التغييرات التي تفرزها العولمة من خلال وضعها جملة من الاجراءات من أهمها ما يلي:
- اعتمادها طرق تصنيع وتكنولوجيات متطورة تحاول من خلالها تحديث صناعة الجرار وفقا للمعايير الدولية الجديدة. كذلك الترابط التكنولوجي بين أنشطة المؤسسة، حيث أن كل منتجات العتاد الفلاحي تستخدم فيها نفس التكنولوجيا (الآلات)، و خطوط الإنتاج فيها مترابطة.
 - توسيع الاستثمار وتجديد ورشات إنتاجها بما يواكب التطورات الجديدة، لزيادة حجم الإنتاج وتحسين جودته ومواجهة الطلب المحلي وتنمية الأسواق المستهدفة.
 - دراسة متطلبات ومقومات النجاح والتعرف على رغبات المستهلكين والتخطيط للعمليات الإنتاجية، وأيضا القيام بالتصدير إلى الأسواق الخارجية كنظرة مستقبلية خاصة أسواق المغرب العربي وإفريقيا ومواجهة منافسة الشركات الرائدة في هذه الصناعة.
 - السعي لأجل نسج علاقات جيدة مع العملاء، والعمل على إيصال منتجات مؤسسة FAMAG إلى الفلاح في مختلف المناطق عبر قنوات التوزيع التابعة لها.
 - تطبيق استراتيجية التكلفة الأقل والسعي لتحقيق معدل اندماج قدره 56% سنة 2019 من خلال شرائها للمعدات من المؤسسات الجزائرية (عدم الاستيراد). فقد أطلقت مؤسسة FAMAG مؤخرا استراتيجية جديدة أو طريقة جديدة لتصميم الجرارات الزراعية قصد التحكم أكثر في التكاليف وتحقيق معدل اندماج معتبر.
 - الخبرة و التعلم: حيث أن المؤسسة محل الدراسة تراكم لديها كم هائل من الخبرات و المهارات الإنتاجية، وما يدعم ذلك هو متوسط عمر عمالها فمعظمهم شباب مقبلين على المزيد من العطاء، كما أن المؤسسة تقوم بالتكوين المتواصل لعمالها.

4. أثر الإجراءات المتبعة من طرف مؤسسة FAMAG على قدرتها التنافسية:

يمكننا توضيح أثر الإجراءات المتبعة من طرف مؤسسة FAMAG على قدرتها التنافسية من خلال النقاط

التالية:

- النطاق السوقي: حسب الأرقام التي جاء بها الديوان الوطني للإحصائيات لسنة 2015، بلغت الحصة السوقية للجرارات الفلاحية للمؤسسة بنسبة 89% و بحجم مبيعات بلغ 4919 جرار. فمن بين عشرة (10) مبيعات للجرارات في الجزائر، سبعة (07) مبيعات تخص مؤسسة FAMAG. والسبب في ذلك أن منتجات مؤسسة FAMAG تتماشى و متطلبات الفلاح الجزائري، كما أن سعر جزارها يعتبر الأدنى في السوق.

- النطاق الجغرافي: و هو يعكس عدد الأماكن أو المناطق الجغرافية أو الدول التي تنشط بها مؤسسة FAMAG ، فعلى المستوى الوطني تملك مؤسسة FAMAG موزعين معتمدين في كافة ولايات الوطن تقريبا، و هي تسعى إلى تغطية 48 ولاية. أما على المستوى العالمي فقد قامت مؤسسة FAMAG بتصدير العتاد الفلاحي لدولتي مصر سنة 2016 و موريتانيا في شهر أفريل 2017، وهي تسعى للتصدير إلى عدد من الدول الإفريقية مثل ليبيا، والسودان وصولا إلى جنوب إفريقيا.

- تمكنت مؤسسة FAMAG من تحقيق معدل اندماج (للأجزاء المنتجة محليا من مجمل الأجزاء التي يتركب منها الجزار) بلغ نسبة 17% خلال العام 2017. كما أن تقنية FN 912 للتبريد بالهواء تعتبر ملائمة لتغيرات المناخ.

- إمكانية تصليح جزار مؤسسة FAMAG بسهولة كبيرا نظرا لما يحتويه من بساطة في تركيب أجزائه وعدم تعقدها ميكانيكيا.

- طول مدة حياة جزار مؤسسة FAMAG الذي يتميز بالصلابة والجودة، كذلك توفر قطع الغيار الأصلية في الأسواق المحلية.

- سرعة في خدمات ما بعد البيع لدى مؤسسة FAMAG.

ثالثا - النتائج ومناقشتها:

في نهاية هذا البحث الذي حولنا من خلاله الاجابة عن الاشكالية القائلة " ما مدى تأثير العولمة على تنافسية المؤسسة الصناعية الجزائرية؟" وبالموازاة مع التحقق من صحة الفرضية " أن العولمة تجعل المؤسسة تحرص على تحسين وتجديد منتجاتها لمواكبة التطورات والصمود أمام المنافسين"، فإننا نخلص إلى ما يلي:

- بالرغم من اختلاف تعاريف العولمة الاقتصادية باختلاف الباحثين وتوجهاتهم إلا أنها تشير إجمالاً إلى مجموعة من المظاهر تتمثل أهمها في تسارع حركة رؤوس الاموال والسلع وتدفق المعلومات بين الدول، اتساع حركة التحرير التجاري على المستوى العالمي وإحلال الشركات المتعددة الجنسيات والعلاقة محل الشركات الوطنية، إضافة إلى زيادة دور القطاع الخاص المحلي والأجنبي، مقابل تقليص مساحة القطاع العام ونظم الرقابة الحكومية.

- تتحقق التنافسية بتوفر أفضلات تنافسية، ويعد المستهلك محور اهتمام هذه الأخيرة. كما أن التنافسية أنواع يمكن تحديدها بالاعتماد على المعيارين الموضوعي و يشمل تنافسية المنتج و تنافسية المؤسسة، والمعيار الزمني ويشمل التنافسية اللحظية والقدرة التنافسية.

- تحاول مؤسسة FAMAG أن تساير التغييرات التي تفرزها العولمة عن طريق اعتمادها طرق تصنيع وتكنولوجيات متطورة تحاول من خلالها تحديث صناعة الجزائر وفقاً للمعايير الدولية الجديدة.

- تسعى مؤسسة FAMAG إلى تقدير الأنشطة التي يجب أن تعتمد والكيفية التي تمارس بها. كذلك العناية بالروابط الموجودة بين الأنشطة والعلاقة مع العملاء. إضافة إلى معدل الإدماج للأجزاء المنتجة من طرف المؤسسة من مجمل الأجزاء التي يتركب منها الجرار الفلاحي، حيث أطلقت مؤسسة FAMAG مؤخراً استراتيجية جديدة أو طريقة جديدة لتصميم الجرارات الزراعية قصد التحكم أكثر في التكاليف (استراتيجية التكلفة الأقل) وتحقيق معدل اندماج يقدر بـ 17% وهي تسعى للوصول إلى معدل 56% سنة 2019. كما أن المؤسسة محل الدراسة تراكم لديها كم هائل من الخبرات والمهارات الإنتاجية، وما يدعم ذلك هو متوسط عمر عمالها فمعظمهم شباب مقبلين على المزيد من العطاء، كما تحرص الشركة على إخضاعهم لفترات تكوينية بشكل متواصل.

- نتيجة لما تبدله مؤسسة FAMAG لمواجهة تحديات العولمة فقد تمكنت من الظفر بحصة سوقية محلية معتبرة لبيع الجرارات الفلاحية (قدرت بنسبة 89%)، لأن منتجاتها تتماشى و متطلبات الفلاح الجزائري، وسعر جزارها يعتبر الأدنى في السوق. كما قامت مؤسسة FAMAG بتصدير العتاد الفلاحي لدولتي مصر وموريتانيا، وهي تسعى للتصدير إلى ليبيا والسودان وصولاً إلى جنوب إفريقيا.

- تمكنت مؤسسة FAMAG من الوصول إلى تحقيق معدل اندماج معتبر في تصميم الجرار الفلاحي ووضع تقنية FN 912 للتبريد بالهواء والتي تعتبر ملائمة لتغيرات المناخ. كما يعتبر جزار FAMAG سهل التصليح لما يحتويه من بساطة في تركيب أجزائه وعدم تعقدها ميكانيكياً وله مدة حياة طويلة مقارنة بغيره من الجرارات المصنعة محلياً كما أنه يتميز بالصلابة والجودة ويتوفر قطع غياره الأصلية في الأسواق المحلية.

مما سبق يبدو أن العولمة ظاهرة تحمل في طياتها مجموعة من المزايا قد تستغل من طرف المؤسسات الصناعية الجزائرية، كما بإمكانها فرض تحديات على نشاطها بسبب المنافسة الحادة، و تراجع دور الدولة. وهي بذلك تجعلها تحرص على تحسين وتجديد منتجاتها لمواكبة التطورات والصمود أمام المنافسين. وهو يؤكد صدق فرضية الدراسة.

قائمة المراجع:

- أحمد ابراهيم ملاوي ومرام أيوب المنسي، " أثر العولمة الاقتصادية على إنتاجية العمل في الأردن"، مجلة دراسات، العلوم الإدارية، المجلد 42، العدد2، 2015.
- أحمد ابراهيم الملاوي، " التحولات الاقتصادية في عصر العولمة"، ورقة مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي حول: عولمة الإدارة في عصر المعرفة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، يومي 15-17 ديسمبر 2012.
- أبو صقر كامل، العولمة التجارية والإدارية والقانونية رؤية إسلامية"، بيروت 2000، ص.145. نقلا عن: منال جبار سرور، "أثر مخاطر العولمة على كلف تطوير المنتجات المحلية: دراسة محاسبية اقتصادية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة. العدد السابع عشر، أيار 2008.
- الطيب داودي ومراد محبوب، " تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال تحقيق النجاح الاستراتيجي"، مجلة العلوم الإنسانية- جامعة محمد خيضر بسكرة. العدد12، نوفمبر 2007.
- عبوس عبد العزيز، " دور الميزة التنافسية في تحسين أداء المؤسسات"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، 2005-2006.



- عبد العزيز المنصور، "العولمة و الخيارات العربية المستقبلية". مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية- المجلد 25، العدد الثاني، 2009.
- فريد النجار، المنافسة والترويج التطبيق. مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2000.
- كمال رزيق، ومسودور فارس، "تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، الملتقى الدولي الأول حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، الجزائر، يومي 22 و 23 أبريل 2003.
- يوسف حسن أحمد بلولة، "العولمة الاقتصادية والقطاع الصناعي في السودان - دراسة حالة: صناعة الغزل والنسيج السودانية خلال الفترة (1980-2005)" رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الاقتصاد، جامعة الخرطوم، ديسمبر 2007.
- Chosniel Elikem Ocloo, Selorm Akaba, David Kwaku Worwui-Brown, Globalization and Competitiveness: Challenges of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Accra-Ghana, International Journal of Business and Social Science, Vol. 5 No. 4 Special Issue, March 2014.
- نقلا عن بوعقل مصطفى وآخرون، متطلبات تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل التحديات الاقتصادية المعاصرة - دراسة مقارنة بين التجريبتين الجزائرية والمغربية"، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، المجلد 5 العدد 10، 2017، ص.3.
- Mike W. Peng, Global Strategy. 3 Ed, Cengage, USA, 2014.
- Porter Michel ,L'avantage concurrentiel. Dunod, 1^{er} édition, Paris, 1999
- Proulx Pierre Paul, La mondialisation de l'économie et le rôle de l'état ,in coordination Française Crépeau mondialisation des échange et fonction de l'état, établissement emille brytana, A1997.
- نقلا عن مجاني غنية وبن ساعد يمينة، "إدارة الموارد البشرية في ظل المد العولمي"، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية. العدد 07-2016، ص.287.