



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

دراسة تحليلية لأساليب إدارة الجودة كسبيل لتأهيل مؤسسات
الصناعة الخفيفة الجزائرية
-حالة فرع صناعة المشروبات الغير كحولية في الجزائر-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية
تخصص إدارة أعمال

تحت إشراف:

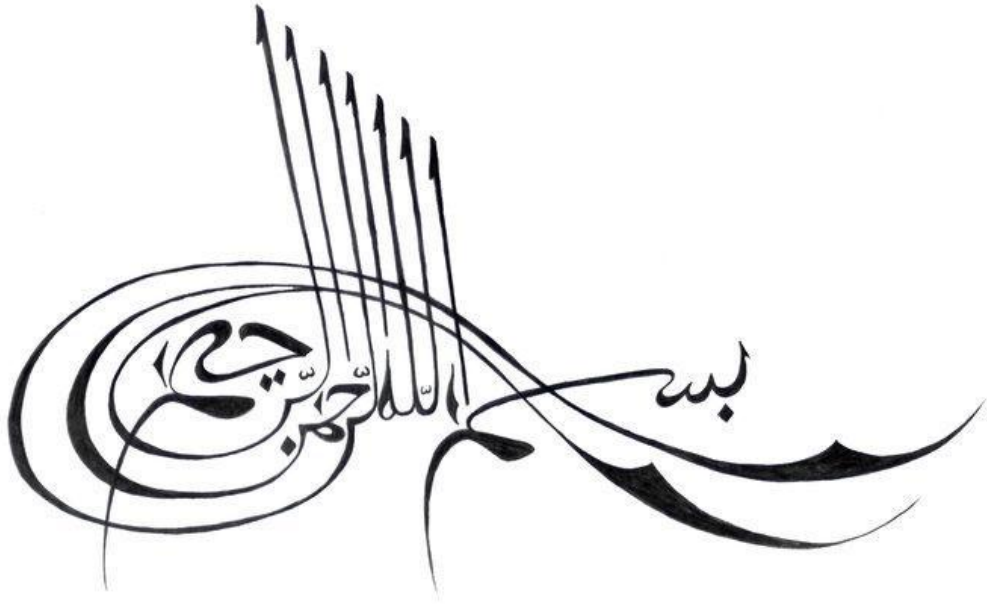
أ. د مبارك بوعشة

إعداد الباحثة:

فتيحة منيعي

| الاسم واللقب | الرتبة | الجامعة | الصفة |
|----------------|----------------------|------------------|-------|
| زبير عياش | أستاذ التعليم العالي | جامعة أم البواقي | رئيسا |
| مبارك بوعشة | أستاذ التعليم العالي | جامعة قسنطينة 2 | مشرفا |
| عمر جنينة | أستاذ محاضر-أ- | جامعة تبسة | عضوا |
| ليليا بن منصور | أستاذ محاضر-أ- | جامعة خنشلة | عضوا |
| أسماء دردور | أستاذ محاضر-أ- | جامعة أم البواقي | عضوا |
| لامية عاتي | أستاذ محاضر-أ- | جامعة أم البواقي | عضوا |

السنة الجامعية 2017- 2018



اللهم إني أسألك علما نافعا

شكر و تقدير

الحمد لله الذي أنار لي درب العلم والمعرفة وأعانني ووفقني إلى انجاز هذا العمل

أتوجه بجزيل الشكر والامتنان وأسئ عبارات الاحترام والتقدير إلى الأستاذ المشرف

الأستاذ الدكتور مبارك بوعشة

الذي لم يذخر جهداً و صبراً و حِلماً ولم يبخل علي بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لي

في إتمام هذا العمل

وأتقدم بالشكر الخالص للسادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة عملي هذا

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى السادة الأساتذة الذين قدموا لي يد المساعدة وشجعوني على إنهاء بحثي

هذا و اخص بالذكر الأستاذ الدكتور زوبير عياش و الدكتور نذير عزيزي

ولا يفوتني أن اشكر مسؤولي مؤسسات فرع المشروعات الذين ساعدوني بالإجابة على الاستمارات

الموجهة إليهم و منحوني من وقتهم الثمين

إلى أعزما أملك في الوجود
من تمنيا لي النجاح بكل صدق
ولازالا نبع و مصدر كل نجاحاتي
اللدان لن أوفي حقهما مهما طال
العمر حفظهما الله لي
أمي جميلة أبي فيصل

إلى رفيق دربي الذي طالما صبر خلال كل مدة القيام بهذا العمل

جزآك الله كل خير زوجي محمد يسين

إلى حافزي للنجاح، وردة حياتي، فرحتي الأولى ابنتي لينة زبيدة

إلى ينبوع بسمتي، ضحكاتي وفخري ابني محمد أميررمزي

إلى سندي و عوني دائما الاستماع لانشغالاتي إخوتي أسيا، عبد الكريم

إلى كل أفراد عائلتي الثانية دقسي محمد الهاشمي

اهدي عملي هذا

ملخص:

تأرجحت الإستراتيجية الصناعية الجزائرية منذ الاستقلال ما بين الاعتماد على صناعة استخراجية ثقيلة تم اعتبارها مصدرا ماليا أساسيا للاقتصاد، و صناعة خفيفة منتجة للسلع الاستهلاكية . إلا أن لكل منهما قيود فالأولى تابعة لتقلبات الأسعار العالمية، و الثانية صعب عليها ممارسة نشاطها و مسايرة نظيراتها الأجنبية لأسباب تقنية، تسييرية و مالية، و مع انخفاض أسعار المحروقات وانفتاح السوق على الخارج لقيت مؤسسات الصناعة الخفيفة نفسها رهينة للوضع التنافسي الذي يهدد بقاءها رغم كل البرامج التشجيعية الداعمة لها و العاملة على تأهيلها لمواجهة ذلك، فتوجه النظر تلقائيا نحو جودة منتجاتها الاستهلاكية و منه محاولة تطبيق و تحسين أساليب ادارة هذه الجودة.

و تهدف دراستنا إلى البحث عن مدى تطبيق أساليب ادارة الجودة في مؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية باعتبارها فرع من فروع الصناعة الخفيفة منتجة لسلع غير ضرورية و متميزة بتنوع منتجاتها وكثرتهم. كما يعمل هذا البحث على تحديد أثر ذلك على التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسات محل الدراسة.

و من أجل ذلك تم توزيع استبيان حول موضوع الدراسة على عينة من منتجي المشروبات غير الكحولية في الجزائر، و تحليل البيانات المتحصل عليها باستعمال الحزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية SPSS و تم التوصل إلى تبني المؤسسات قيد الدراسة لأساليب ادارة الجودة بصفة نسبية مع تأثير قوي لذلك على التأهيل لرفع الأداء التنافسي لمؤسساتها ، و هذا ما يدعو للأخذ بعين الاعتبار هذه الأساليب، تطويرها و تطبيقها بصفة موسعة بالمؤسسات الصناعية للنهوض بهذا القطاع، و حمايته من المنافسة المفروضة عليه، و ضمان بقائه و لما لا توسعه و اقتحامه لأسواق عالمية.

الكلمات المفتاحية:

الصناعة الخفيفة الجزائرية، صناعة المشروبات غير الكحولية، الجودة، أساليب ادارة الجودة،التنافسية، التأهيل، الأداء التنافسي.

Résumé :

La stratégie industrielle de l'Algérie tend depuis l'indépendance entre le recours à une industrie extractive lourde, considérée comme une source de financement économique de base, et une industrie légère produisant des biens de consommation. Cependant, chacune a ses propres limites, la première due aux fluctuations des prix internationaux et la deuxième lui y difficile de mener à bien ses activités et de suivre le rythme de ses concurrents étrangers pour des raisons techniques, financières et de gestion.

L'industrie légère se trouve avec la diminution des prix du carburant et l'ouverture du marché à l'extérieur, prise en otage par la concurrence, même avec l'application des différents programmes de soutien et de mise à niveau. Ce qui nous mène à nous intéresser aux méthodes de gestion de la qualité pour y faire face.

Notre étude vise à déterminer les méthodes de gestion de la qualité qui sont appliquées par les entreprises des boissons non alcoolisées étant une branche de l'industrie légère produisant des biens de consommation secondaire et se distinguant par un collectif de producteur important. Cette recherche a pour but également la détermination de l'impact des méthodes de gestion de la qualité sur la qualification pour augmenter la performance concurrentielle des entreprises étudiées.

En conclusion, une enquête a été élaborée sur un échantillon de producteurs de boissons non alcoolisées en Algérie et l'analyse des données à l'aide du logiciel de statistiques SPSS a été obtenues. Les entreprises étudiées adoptent les méthodes de gestion de la qualité de manière relative. Or son impacte sur la qualification et la performance concurrentiel est pertinent, c'est pourquoi ces dernières devraient prendre en compte le développement et l'application de ces méthodes afin de promouvoir le secteur industrielle, augmenter la performance concurrentielle de ses entreprises et assurer leurs survie .

Les mots clés: Industrie légère algérienne, industrie des boissons non alcoolisées, qualité, méthodes de gestion de la qualité, compétitivité, qualification, performance concurrentielle.

Summary :

The industrial strategy of Algeria has been since independence between the use of a heavy extractive industry, considered as a source of basic economic financing, and a light industry producing consumer goods. However, each has its own limitations, the first due to fluctuations in international prices and the second is difficult for it to carry out its activities and keep pace with its foreign competitors for technical, financial and management reasons.

The light industry is with the decrease in fuel prices and the opening of the market outside, taken hostage by the competition, even with the application of different support and upgrade programs. This leads us to look at quality management methods to deal with them.

Our study aims to determine the quality management methods that are applied by non-alcoholic beverage companies as a branch of the light industry producing secondary consumer goods and distinguished by a large producer collective. This research also aims to determine the impact of quality management methods on qualification to increase the competitive performance of the companies studied.

In conclusion, a survey was conducted on a sample of non-alcoholic beverage producers in Algeria and data analysis using the SPSS statistical software was obtained. The companies studied adopt quality management methods relatively. However, its impact on qualification and competitive performance is relevant, which is why the latter should take into account the development and application of these methods in order to promote the industrial sector, increase the competitive performance of its companies and ensure their survival.

Key words: Algerian light industry, non-alcoholic beverage industry, quality, quality management methods, competitiveness, qualification, competitive performance.

فهرس المحتويات

| الصفحة | العنوان |
|--------|--|
| - | شكر و تقدير |
| - | إهداء |
| - | ملخصات |
| - | فهرس المحتويات |
| - | قائمة الجداول |
| - | قائمة الأشكال |
| - | قائمة الملاحق |
| أ- ي | المقدمة العامة |
| 1 | الفصل الأول: التأهيل، التنافسية والأداء التنافسي للمؤسسات الصناعية الجزائرية |
| 2 | تمهيد |
| 3 | المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تأهيل المؤسسات الصناعية |
| 3 | المطلب الأول: مفهوم التأهيل و مساره |
| 7 | المطلب الثاني: أهداف و دوافع عملية التأهيل |
| 14 | المطلب الثالث: مبادئ و متطلبات التأهيل |
| 20 | المبحث الثاني: المنافسة و التنافسية الصناعية |
| 20 | المطلب الأول: المنافسة مفهومها، مستوياتها و أنواعها |
| 24 | المطلب الثاني: التنافسية الصناعية |
| 30 | المطلب الثالث: مؤشرات قياس التنافسية |
| 41 | المبحث الثالث: الأداء التنافسي و مؤشرات قياسه |
| 41 | المطلب الأول: أساسيات حول الأداء |
| 47 | المطلب الثاني: الأداء التنافسي |
| 51 | المطلب الثالث: مؤشرات قياس الأداء التنافسي للمؤسسات و أبعاده |
| 55 | المطلب الرابع: الوضعية التنافسية للاقتصاد الجزائري |
| 66 | خلاصة |
| 67 | الفصل الثاني: أساسيات إدارة الجودة في المؤسسة الصناعية |
| 68 | تمهيد |
| 69 | المبحث الأول: الجودة ماهية، تطور تاريخي و أهداف |
| 69 | المطلب الأول: مفهوم الجودة و أهميتها |

| | |
|-----|---|
| 75 | المطلب الثاني: التطور التاريخي للجودة |
| 84 | المطلب الثالث: أهم رواد الجودة وأهدافها |
| 91 | المبحث الثاني: أبعاد ومحددات الجودة، خصائصها وأدواتها |
| 91 | المطلب الأول: أبعاد ومحددات الجودة |
| 93 | المطلب الثاني: خصائص الجودة: |
| 94 | المطلب الثالث: أدوات الجودة |
| 105 | المبحث الثالث: ادارة جودة المؤسسة الصناعية |
| 105 | المطلب الأول: مفهوم ادارة الجودة |
| 106 | المطلب الثاني: مكانة ووظائف إدارة الجودة |
| 108 | المطلب الثالث: أنشطة و خصائص ادارة الجودة |
| 110 | المطلب الرابع: نظام إدارة الجودة |
| 116 | خلاصة |
| 117 | الفصل الثالث: الصناعة الخفيفة في الجزائر، تنافسيته وأساليب ادارة جودتها |
| 118 | تمهيد |
| 119 | المبحث الأول: الصناعة في الجزائر، تعريفها، خصائصها وأهميتها |
| 119 | المطلب الأول: تعريف الصناعة و بواذر ظهورها |
| 125 | المطلب الثاني: أهمية الصناعة، خصائصها و مميزاتا |
| 128 | المطلب الثالث: تصنيف الصناعة |
| 133 | المطلب الرابع: القطاع الصناعي في الجزائر |
| 139 | المبحث الثاني: الصناعة الخفيفة و دورها في القطاع الصناعي الجزائري |
| 139 | المطلب الأول: تعريف الصناعة الخفيفة وأهميتها |
| 141 | المطلب الثاني فروع الصناعة الخفيفة |
| 148 | المطلب الثالث: مساهمة الصناعة الخفيفة في القطاع الصناعي خارج المحروقات في الجزائر |
| 156 | المبحث الثالث: تنافسية الصناعة الخفيفة الجزائرية |
| 165 | المطلب الأول: مساهمة الصناعة الخفيفة في كل من الصادرات و الواردات |
| 168 | المطلب الثاني: مؤشرات قياس التنافسية الخارجية للصناعة الخفيفة في الجزائر |
| 174 | المبحث الرابع: أساليب ادارة جودة الصناعة الغذائية كفرع من فروع الصناعة الخفيفة |
| 174 | المطلب الأول: الرقابة الإحصائية على جودة المنتج |
| 176 | المطلب الثاني: ضمان جودة المنتج |
| 179 | المطلب الثالث: إدارة الجودة الشاملة |

| | |
|-----|---|
| 184 | خلاصة |
| 185 | الفصل الرابع: صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر أساليب ادارة جودتها، تأهيلها و أداءها التنافسي |
| 186 | تمهيد |
| 187 | المبحث الأول: الإجراءات المنهجية المتبعة خلال الدراسة |
| 187 | المطلب الأول: مجتمع الدراسة (فرع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر) |
| 191 | المطلب الثاني: عينة الدراسة |
| 192 | المطلب الثالث: تصميم الأداة المستعملة في الدراسة وتوزيعها |
| 193 | المطلب الرابع: الاختبارات المرتبطة بأداة الدراسة |
| 197 | المبحث الثاني: وصف إجابات عينة الدراسة |
| 197 | المطلب الأول: وصف البيانات الشخصية لعينة الدراسة |
| 200 | المطلب الثاني: وصف البيانات الخاصة بالمؤسسات المدروسة |
| 209 | المبحث الثالث: وصف إجابات عينة الدراسة حول محاور وأبعاد الدراسة |
| 209 | المطلب الأول وصف فقرات المحور الأول : تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة |
| 216 | المطلب الثاني: وصف فقرات المحور الثاني: التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة |
| 221 | المطلب الثالث: وصف المحاور الأساسية |
| 222 | المبحث الرابع: تحليل النتائج و اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة |
| 222 | المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة |
| 223 | المطلب الثاني: اختبار العلاقة ما بين متغيرات الدراسة |
| 225 | المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة |
| 245 | خلاصة |
| 246 | الخاتمة العامة |
| 252 | قائمة المراجع |
| 265 | الملاحق |

قائمة الجداول

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 01 | التأهيل، التنافسية، والأداء التنافسي | 49 |
| 02 | تطور مؤشر التنافسية العالمية للاقتصاد الجزائري | 56 |
| 03 | تصنيف الجزائر حسب مؤشر المتطلبات الأساسية | 57 |
| 04 | تصنيف الجزائر حسب مؤشر معززات الكفاءة | 60 |
| 05 | تصنيف الجزائر حسب مؤشر عوامل الإبداع والابتكار | 62 |
| 06 | تطور حجم إنتاج الصناعة الخفيفة و مساهمته في الإنتاج الصناعي خارج المحروقات خلال الفترة 2005-2016 | 148 |
| 07 | مساهمة الصناعة الخفيفة في الإنتاج الداخلي الخام خلال الفترة 2005-2016 | 151 |
| 08 | تطور القيمة المضافة للصناعة الخفيفة و نسبتها في القطاع الصناعي خارج المحروقات للفترة 2005-2016 | 153 |
| 09 | تطور رقم أعمال الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2007-2016 | 156 |
| 10 | مساهمة فروع الصناعة الخفيفة في رقم أعمال الصناعة الخفيفة و في الصناعة خارج المحروقات خلال الفترة 2007-2016 | 157 |
| 11 | تطور عدد مناصب شغل الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2007-2016 | 159 |
| 12 | توزيع مناصب شغل الصناعة الخفيفة حسب الفروع خلال الفترة 2007-2015 | 160 |
| 13 | تطور معدل الهامش الصناعي للصناعة الخفيفة خلال الفترة 2005-2015 | 164 |
| 14 | تطور رصيد التجارة الخارجية للصناعة الخفيفة خلال الفترة 2005-2016 | 169 |
| 15 | نسب تغطية صادرات الصناعة الخفيفة لوارداتها خلال الفترة 2005-2016 | 170 |
| 16 | تنافسية فروع الصناعة الخفيفة حسب مؤشر معدل الميزان التجاري إلى إجمالي التجارة الخارجية خلال الفترة 2005-2016 | 171 |
| 17 | تنافسية الصناعة الغذائية حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة | 173 |
| 18 | تنافسية صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر | 190 |
| 19 | نتائج معامل الاتساق الداخلي لمحاو الاستبيان | 194 |
| 20 | معامل الثبات ألفا كرونباخ | 195 |
| 21 | توزيع منتجات عينة الدراسة | 203 |
| 22 | توزيع عينة الدراسة حسب وجود مصلحة لإدارة الجودة | 204 |
| 23 | توزيع عينة الدراسة حسب التحاليل البكتريولوجية و الكيمائية للمنتوج | 205 |

| | | |
|-----|---|----|
| 206 | توزيع عينة الدراسة حسب عمليات مراقبة الجودة | 24 |
| 207 | توزيع عينة الدراسة حسب شهادة الجودة المتحصل عليها | 25 |
| 208 | توزيع عينة الدراسة حسب الرغبة في الحصول على شهادة الجودة | 26 |
| 209 | مجالات الوزن النسبي للمتوسط الحسابي للآراء | 27 |
| 210 | وصف الإجابات حول البعد الأول " المعاينة " | 28 |
| 212 | وصف الإجابات حول البعد الثاني " الرقابة الإحصائية للجودة " | 29 |
| 213 | وصف الإجابات حول البعد الثالث : ضمان جودة المنتج | 30 |
| 215 | وصف الإجابات حول البعد الرابع: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | 31 |
| 216 | وصف الإجابات حول البعد الأول : مقياس جودة المنتج | 32 |
| 217 | وصف الإجابات حول البعد الثاني: مقياس التكلفة | 33 |
| 218 | وصف الإجابات حول البعد الثالث : مقياس المرونة | 34 |
| 219 | وصف الإجابات حول البعد الرابع: التسليم | 35 |
| 220 | وصف الإجابات حول البعد الأول : مقياس السوق | 36 |
| 221 | وصف الإجابات حول المحاور الأساسية | 37 |
| 222 | نتائج اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov | 38 |
| 223 | نتائج معامل الارتباط بين المتغيرات الدراسة. | 39 |
| 226 | اختبار ستودنت للفرضية الأولى | 40 |
| 226 | اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثانية | 41 |
| 227 | اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثالثة | 42 |
| 228 | اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الرابعة | 43 |
| 229 | اختبار ستودنت للفرضية الرئيسية الأولى | 44 |
| 230 | تحليل التباين لنموذج الأثرين المتغيرين ANOVA | 45 |
| 231 | نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين | 46 |
| 232 | تحليل التباين لنموذج الأثرين المتغيرين ANOVA | 47 |
| 233 | نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين | 48 |
| 234 | تحليل التباين لنموذج الأثرين المتغيرين ANOVA | 49 |
| 235 | نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين | 50 |
| 236 | تحليل التباين لنموذج الأثرين المتغيرين ANOVA | 51 |
| 237 | نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين | 52 |
| 238 | تحليل التباين لنموذج الأثرين المتغيرين ANOVA | 53 |
| 239 | نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين | 54 |

| | | |
|-----|--|----|
| 240 | تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين ANOVA | 55 |
| 241 | نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين | 56 |
| 242 | التوزيع الطبيعي لبواقي النموذج | 57 |
| 243 | اختبار DW | 58 |

قائمة الأشكال

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 01 | مخطط يبين مسار عملية التأهيل | 6 |
| 02 | مكونات مؤشر التنافسية حسب المعهد العربي للتخطيط | 37 |
| 03 | مكونات مؤشر التنافسية حسب المعهد الدولي للتنمية والإدارة | 38 |
| 04 | مكونات مؤشر التنافسية حسب المنتدى الاقتصادي العالمي | 39 |
| 05 | الأداء: أهداف، موارد، نتائج | 43 |
| 06 | مكونات مؤشر المتطلبات الأساسية للاقتصاد الجزائري | 58 |
| 07 | مكونات مؤشر معززات الكفاءة للاقتصاد الجزائري | 61 |
| 08 | مكونات مؤشر عوامل الإبداع والابتكار | 63 |
| 09 | تطور قيم المؤشرات الفرعية لمؤشر التنافسية العالمية للاقتصاد الجزائري | 65 |
| 10 | تطور مفهوم الجودة في المؤسسات | 84 |
| 11 | مخطط السبب و النتيجة | 101 |
| 12 | قطار التحسين المستمر | 103 |
| 13 | ادارة الجودة كدائرة مغلقة | 106 |
| 14 | دائرة الجودة | 107 |
| 15 | الهرم الوثائقي للجودة | 113 |
| 16 | توزيع حجم إنتاج فروع الصناعة الخفيفة لسنة 2016 | 147 |
| 17 | مساهمة فروع الصناعة الخفيفة في حجم الإنتاج الصناعي خارج المحروقات | 149 |
| 18 | مساهمة فروع الصناعة الخفيفة في القيمة المضافة لصناعة خارج المحروقات | 154 |
| 19 | مساهمة فروع الصناعة الخفيفة في القيمة المضافة للصناعة الخفيفة | 155 |
| 20 | تطور صادرات الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2016-2005 | 165 |
| 21 | تطور الواردات الكلية و واردات الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2016-2005 | 167 |
| 22 | تطور صادرات و واردات صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر | 189 |
| 23 | توزيع أفراد العينة حسب العمر | 197 |
| 24 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير الجنس | 198 |
| 25 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة | 199 |
| 26 | توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية. | 200 |
| 27 | توزيع أفراد العينة حسب سنة بداية النشاط. | 201 |

| | | |
|-----|--|----|
| 202 | توزيع أفراد العينة حسب عدد عمال المؤسسة. | 28 |
| 244 | سحابة انتشار البواقي للنموذج | 30 |

قائمة الملاحق

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|-------------------|-------|
| 266 | قائمة المحكمين | 01 |
| 267 | استمارة الاستبيان | 02 |
| 284 | مخرجات الـ SPSS | 03 |

المقدمة العامة

المقدمة العامة:

أقامت الجزائر منذ الاستقلال عدة صناعات و في عدة فروع و ارتكزت على ذلك في بناء إستراتيجيتها التنموية منذ تبنيها للمخططات التنموية الرباعية الأولى و الثانية، وتركيزها على الصناعات الثقيلة و المصنعة، إذ اعتبرت آنذاك أن التصنيع هو العمود الرئيسي لبناء المستقبل الاقتصادي للبلاد ونظرت إلى إستراتيجيتها على أنها ثورة صناعية جزائرية تؤدي إلى إحداث تغيرات اقتصادية عميقة تحول الاقتصاد الجزائري من اقتصاد تقليدي يعتمد على القطاع الزراعي إلى اقتصاد حديث متعدد فيه مختلف الأنشطة المتداخلة و المتكاملة فيما بينها. فاهتمت لفترة طويلة بالصناعات المصنعة على حساب القطاعات الأخرى، و اعتمدت على عائدات البترول لتمويل اقتصادها فأصبحت رهينة تقلبات أسعار المحروقات. وتميزت باستعمالها لألات و معدات ذات تكنولوجيا عالية يصعب التحكم فيها و في عمليات صيانتها، مما جعل الاقتصاد الجزائري يقع في مشكلة التبعية التقنية التي انجرت عنها مختلف الأنواع الأخرى للتبعية.

أدى الاعتماد على سياسة تنموية قائمة على قطاع المحروقات و تصدير نواتجه إلى العديد من العواقب السلبية على الاقتصاد الجزائري إذ عزز ذلك ظهور مختلف أنواع التبعية كالتبعية الغذائية والتقنية و التكنولوجية، فالتوجه نحو الصناعة الثقيلة يتطلب إنشاء مجتمعات صناعية كبيرة ومتطورة، وهذا ما يستلزم اللجوء المستمر للخارج سواء للتزويد بالتكنولوجيا، تشغيلها و صيانتها الأمر الذي جعل الصناعة الجزائرية تشكو من ارتفاع تكاليفها و انخفاض عائداتها.

إن تدهور الحالة الاقتصادية نتيجة لتدهور أسعار البترول و ارتفاع المديونية وعزوف المستثمرين الأجبيين عن الاستثمار بالجزائر زاد من حدة الأزمة الاقتصادية التي تمر بها، فتميز الاقتصاد بالركود و لم يعد باستطاعة المؤسسات الصناعية المحلية إنتاج و لو السلع الأساسية، فتأزمت الحالة الاجتماعية للجزائريين و جاءت المرحلة الدامية الأكثر تعقيدا فشلت نشاط المؤسسات الصناعية.

و كنتيجة لكل ما سبق وللخروج من هذه الأزمة عملت الدولة الجزائرية منذ سنة 1999 على وضع عدة برامج للنهوض بالاقتصاد الوطني و بالقطاع الصناعي، فبعد قيامها على الاستقرار السياسي باشرت بوضع برامج لدعم إنشاء الصناعات الصغيرة و المتوسطة - المتميزة بنشاطها في الصناعة الخفيفة- خاصة مع ارتفاع أسعار المحروقات، كما وضعت برنامج وطني للتنافسية الصناعية يتضمن عمليات تتعلق بإعادة التأهيل و المطابقة مع المقاييس الدولية، إضافة إلى إعادة الاعتبار للمناطق

الصناعية ومناطق النشاط لغرض تحسين مناخ الأعمال وتطوير قدرات القطاع الصناعي المنتج للسلع الاستهلاكية.

و اهتمت السياسة الاقتصادية الجزائرية بترقية ودعم تنافسية المؤسسات ضمن برنامج دعم الإنعاش الذي تبنته في الفترة ما بين سنة 2001 و 2004، وعملت على تحسين وتطوير الملكية الصناعية من خلال البرنامج التكميلي لدعم النمو من سنة 2005 إلى سنة 2009، كما برمجت تطوير وتحديث عدة مؤسسات صناعية عمومية إضافة إلى دعمها للصناعات الصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة من خلال ترقيتها وتأهيلها خلال الفترة ما بين 2010 و 2014، وتضمن البرنامج الخماسي للفترة 2015 و 2019 تنويع الاقتصاد وتحسين مناخ الأعمال أما بالنسبة للقطاع الصناعي فقد هدف البرنامج إلى ضرورة تنمية الصناعات الغذائية من خلال تشجيع الاقتصاد الأخضر.

فمما سبق يمكننا القول أن الإستراتيجية الصناعية الجزائرية تميزت بتأرجحها ما بين كل من صناعة خفيفة منتجة لسلع استهلاكية وأخرى ثقيلة واستخراجية اعتبرت مصدرا أساسيا للموارد المالية كل ذلك كان تحت ظل تحرير التجارة الخارجية والاندماج في الاقتصاد العالمي مما أثر مباشرة على نشاط مؤسسات الصناعة الخفيفة في الجزائر، ووضعها في ظروف تنافسية يصعب مواجهتها على مستوى الأسواق الخارجية ولا على مستوى الأسواق المحلية، وهذا ما يستدعي ضرورة دعم المؤسسات وتأهيلها لمواجهة المنافسة الشديدة، واكتساب قدرة تنافسية وأداء تنافسي أحسن مما هي عليه.

يهدف تأهيل مؤسسات الصناعة الخفيفة إلى رفع القيود والصعوبات التي تقف كعقبات أمام أعمالها وأنشطتها، كما يعمل على مساعدتها على التكيف مع محيطها الاقتصادي وبيئتها التنافسية، فأصبحت المحافظة على بقاء المؤسسة حيز النشاط أمرا حتميا نظرا لاشتداد المنافسة وتغير البيئة الاقتصادية الداخلية والخارجية للجزائر، فالحديث عن التأهيل يستلزم التكلم مباشرة عن التنافسية إن لم نقل أن التأهيل مرتبط ارتباطا وثيقا بها. فبدون وجود للتنافسية بالأسواق لا وجود لفكرة التأهيل والاهتمام به من طرف المؤسسات بصفة عامة ومؤسسات الصناعة الخفيفة بصفة خاصة.

وللتأهيل عدة عوامل مساعدة للوصول إليه، ومن بينها الاهتمام بالجودة داخل المؤسسة لجعلها ذات أداء تنافسي جيد. غير أن الاهتمام بجودة المنتج النهائي وحده غير كاف خاصة في ظل الظروف الحالية للمؤسسات وفي البيئة التنافسية التي تعيش فيها، ولذلك تسعى المؤسسة الصناعية لإتباع عدة أساليب لإدارة جودتها خاصة فيما يتعلق بإنتاج السلع الاستهلاكية بالصناعات الخفيفة.

وهذا ما يجعلنا نطرح التساؤل الرئيسي كمايلي:

ما مدى تطبيق أساليب إدارة الجودة في مؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر، و
أثر ذلك على التأهيل لرفع أدائها التنافسي باعتبارها فرع من فروع الصناعة الخفيفة؟

من التساؤل الرئيسي للدراسة يمكننا استخراج الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهية أساليب ادارة الجودة المطبقة بمؤسسات عينة الدراسة و منه بمؤسسات الصناعة الخفيفة؟
- هل يوجد اثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على جودة المنتج بمؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية كفرع من الصناعة الخفيفة؟
- هل يوجد اثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على تكلفة المنتج بمؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية كفرع من الصناعة الخفيفة؟
- هل يوجد اثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على المرونة في بمؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية كفرع من الصناعة الخفيفة؟
- هل يوجد اثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على التسليم بمؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية كفرع من الصناعة الخفيفة؟
- هل يوجد اثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على مقاييس السوق بمؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية كفرع من الصناعة الخفيفة؟

فرضيات الدراسة:

و للإجابة على التساؤلات السابق طرحها قمنا بإدراج فرضيتين رئيسيتين انبثق منهما مجموعة من الفرضيات الثانوية جاءت كما يلي:

الفرضية الرئيسية الأولى: تطبق المؤسسات المدروسة أهم أساليب ادارة الجودة

و تتفرع إلى الفرضيات الثانوية التالية:

- تتبنى المؤسسات المدروسة أسلوب المعاينة من حيث شروط تطبيقها و مراحلها.
- تتبنى المؤسسات المدروسة أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة

- تتبنى المؤسسات المدروسة أهم الأساليب لضمان جودة المنتج
- تطبق المؤسسات المدروسة مبادئ إدارة الجودة الشاملة

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسات المدروسة

وتتفرع إلى الفرضيات الثانوية التالية:

- يوجد أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على جودة المنتج في المؤسسات محل الدراسة .
- يوجد أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على التكلفة في المؤسسات محل الدراسة .
- يوجد أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على المرونة في المؤسسات محل الدراسة .
- يوجد أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على التسليم في المؤسسات محل الدراسة
- يوجد أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على مقاييس السوق في المؤسسات محل الدراسة

سبب اختيار موضوع الدراسة:

يرجع سبب اختيار موضوع الدراسة إلى الاهتمام بالمنحى الذي يأخذه الاقتصاد الجزائري منذ الاستقلال، وخاصة بالنسبة للقطاع الصناعي و مختلف التغيرات التي طرأت عليه، إضافة إلى التساؤل حول مساهمة الصناعات الخفيفة في تفعيل و النهوض بالقطاع خاصة مع ضرورة الحد من الاستراد وتنويع المصادر المالية للاقتصاد الوطني.

وكمثال عن فروع الصناعة الخفيفة قررنا التطرق إلى فرع صناعة المشروبات غير الكحولية بالجزائر نظرا لتعدد أنواع و علامات منتجاتها، أين نجدها تحتل في المحلات السوقية فضاء كبيرا مقارنة بباقي المنتجات، زد إلى ذلك حيرة الباحثة في مدى اهتمام و تمسك المستهلك الجزائري بالمشروبات رغم أنها سلع غير ضرورية و قد تؤثر على صحة الإنسان، فذهب بنا التفكير إلى مدى جودة هته المنتجات، ثم مدى تسيير هته الجودة بالمؤسسة و البحث عن أساليب إدارتها، إلى أن وصل بنا المطاف إلى الرغبة بدراسة مدى تطبيق هته الأساليب بالمؤسسات المنتجة للمشروبات و هل لذلك اثر على تأهيل هته المؤسسات للمنافسة في سوق نشط كهذا.

أما من الناحية الموضوعية فتخلي الأبحاث عن القطاع الصناعي، و الاهتمام أكثر بقطاع الخدمات والإعلام و الابتكار دفعنا إلى اختيار هذا الموضوع خاصة و أن الاقتصاد الوطني يمر بمرحلة

الحد من استيراد السلع الاستهلاكية وتفعيل الصناعات الخفيفة وخاصة الغذائية منها، ضف إلى ذلك قلة الدراسات المتخصصة في نشاط صناعي أو فرع صناعي واحد، وميول اغلب الأبحاث إلى الدراسات العامة للقطاع الصناعي دون الغوص في فروعها ما شجعنا على اختيار فرع صناعة المشروبات غير الكحولية خاصة وانه من اقرب الصناعات للمستهلك فالمشروبات ترافقنا في حياتنا اليومية بكل تفاصيلها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة التي سنقوم بها إلى مجموعة من النقاط نوردتها فيمايلي:

- التعرف على القطاع الصناعي الجزائري و توضيح الفروع المنتمية إلى الصناعة الخفيفة و الفصل بينها وبين الصناعات التحويلية
- إثراء المعرفة العلمية بتقديم معلومات عن واقع مؤسسات الصناعة الخفيفة في الجزائر، ومؤسسات صناعة المشروبات الغير كحولية محل الدراسة، و عن أساليب إدارة الجودة فيها ومدى مساهمة هذه الأخيرة في تأهيل المؤسسات السابق ذكرها لمواجهة المنافسة المفروضة عليها نتيجة للتقلبات التي يخضع لها محيطها الخارجي،
- محاولة تقييم طريقة إدارة الجودة و أساليبها داخل مؤسسات الصناعة الخفيفة و مؤسسات صناعة المشروبات الغير كحولية في الجزائر، و مدى إمكانية استعمالها للوقوف أمام الصعوبات المفروضة عليها، و المحافظة على حصتها في السوق و ضمان ديمومتها
- التطرق إلى مدى تنافسية الصناعة الخفيفة الجزائرية و مدى تأهيلها لذلك
- توضيح العلاقة بين كل من التأهيل، التنافسية و الأداء التنافسي عند ضبط مصطلحات الدراسة
- التعرف على أساليب ادارة الجودة بالمؤسسات الصناعية و مدى تطبيقها لها
- العمل على إيجاد العلاقة بين مختلف أساليب ادارة الجودة من معاينة و رقابة إحصائية للجودة، ضمان الجودة و ادارة الجودة الشاملة و تأهيل المؤسسة للرفع من أدائها التنافسي
- تحديد اثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على تأهيل المؤسسة للرفع من أدائها التنافسي.

المنهجية المتبعة:

اعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم في بداية الأمر تحديد إشكالية موضوع البحث وأسباب اختيارنا له، و وضع قائمة من التساؤلات والفرضيات المتعلقة به والبدء في دراستها، وتحديد المتغيرات المرتبطة بالموضوع وكذلك جمع المعلومات الخاصة بها (متغير تابع التأهيل ورفع الأداء التنافسي، و مستقل أساليب ادارة الجودة)، ثم تعيين عينة عشوائية من مؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية محل الدراسة من أجل الاستعانة بها في إيجاد حل لإشكالية الدراسة وهذا ما يعرف بالمسح الميداني، ثم القيام بتحديد الأداة التي سيتم جمع البيانات باستعمالها، و القيام بوصف نتيجة جمع البيانات ومن ثم تحليلها.

الدراسات السابقة:

- دراسة سليم بوهيدل: قياس أهمية الصناعات التحويلية داخل الاقتصاد الجزائري - دراسة تحليلية للفترة 2005-2014- مقال بمجلة الاقتصاد الصناعي، جامعة الحاج لخضر باتنة

العدد 11 ديسمبر 2016

إذ توصلت هذه الدراسة إلى أن الصناعة التحويلية من بين القطاعات الأكثر أهمية إلا أنها تساهم بنسب ضعيفة في كل من الإنتاج الداخلي الخام و القيمة المضافة و معدل النمو مما يستلزم ضرورة الاهتمام بها أكثر، و تختلف الدراسة التي سنقوم بها في اهتمامنا بالصناعة الخفيفة و التي تعتبر جزء من الصناعة التحويلية و دراسة مؤشرات مساهمتها في القطاع الصناعي كذلك للوصول إلى نظرة عامة عن القطاع.

- دراسة محمد عكروش و علي حميدي: العلاقة بين القيمة المضافة للصناعات التحويلية و تطور الصناعة التحويلية في سورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث و الدراسات العلمية- سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية- مجلد 38 العدد 01 سنة 2016،

و قد تطرقت الدراسة إلى مدى مساهمة كل فرع من فروع الصناعة التحويلية في القيمة المضافة للصناعات التحويلية و اعتمدت هذه الدراسة على تحليل مختلف العلاقات المتواجدة بمؤشر واحد ألا وهو القيمة المضافة لمعرفة تطور الصناعة التحويلية، و سنقوم بدراسة هذا المؤشر في عملنا هذا و لكن في الصناعة الخفيفة إضافة إلى مؤشرات أخرى يمكننا من خلالها قياس مدى أهمية الدور الذي تقوم به الصناعة الخفيفة في القطاع الصناعي.

- نائر عبد الغفار عبد الله جويحان: أثر تطبيق ادارة الجودة الشاملة على الأداء المؤسسي

للمنظمات الصناعية، رسالة للحصول على شهادة ماجستير في ادارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2013.

وقد تطرقت الرسالة إلى دراسة مدى تطبيق أبعاد ادارة الجودة الشاملة و أثرها على الأداء المؤسسي للمؤسسات الصناعية و اعتمدت في ذلك على دراسة عينة من المؤسسات الصناعية و تبين أثر ادارة الجودة فيها على الأداء الاستراتيجي لديها ثم خلص بوضع مجموعة من التوصيات التي تساعد متخذي القرار في المؤسسات الصناعية من تعزيز ثقافة ادارة الجودة في كل وظائف المؤسسة و بكل مستوياتها، و تختلف هذه الدراسة عن بحثنا في كون بحثنا سيقوم بدراسة أساليب مختلفة لإدارة الجودة بمؤسسات صناعة المشروبات فليس كل المؤسسات مطبقة لإدارة الجودة الشاملة هذا من جهة، والبحث عن اثر ذلك على تأهيل و الأداء التنافسي لهته المؤسسات و مساعدتها على البقاء في السوق الذي تنشط فيه.

- Mohammed Kaci, **La Filière Boisson en Algérie**, programme d'Appui aux PME/PMI et à la maitrise des technologies d'information et de communication (PME II), Alger 2013

تهدف هذه الدراسة إلى ترقية صناعة المشروبات بالجزائر من خلال خلق نظام معلومات عن السوق الذي تنشط فيه و تطوراته، و القيام بالدراسات السوقية، كما توصي بضرورة فرض نظام الهاسب HACCP على كل منتجي صناعة المشروبات في الجزائر، إضافة إلى العمل على مساهمة التشريعات و القوانين المطبقة في كل من الاتحاد الأوروبي و الولايات المتحدة الأمريكية فيما يخص مواصفات و معايير إنتاج المشروبات، و خلصت هذه الدراسة بتحديد إستراتيجية يعتمد عليها المسيرين بهته المؤسسات لاتخاذ أهم القرارات الخاص بالنشاط، و تهتم دراستنا على خلاف هته الدراسة بدراسة مدى تأهيل مؤسسات هذا الفرع للتنافس مع مثيلاتها في الخارج و مدى تأثير أساليب ادارة الجودة على ذلك

- Abdelkrim BOUDRA, **Industrie des boisson et des jus de fruits** : Recueil des fiches sous sectorielles, éditions 2007

قد تطرقت هذه الدراسة إلى كل جوانب صناعة المشروبات غير الكحولية و زدتنا بكل البيانات الخاصة بها، كما أشارت إلى حالة ادارة الجودة في هذا الفرع و برامج تأهيله، دون أن تفصل في ذلك و قد تم اختيار هذه الدراسة من بين الدراسات السابقة نظرا لقله و عدم حداثة المراجع التي تدرس هذا النشاط، و قد اعتمدت هذه الدراسة على عينة مكونة من 78 مؤسسة لصناعة المشروبات

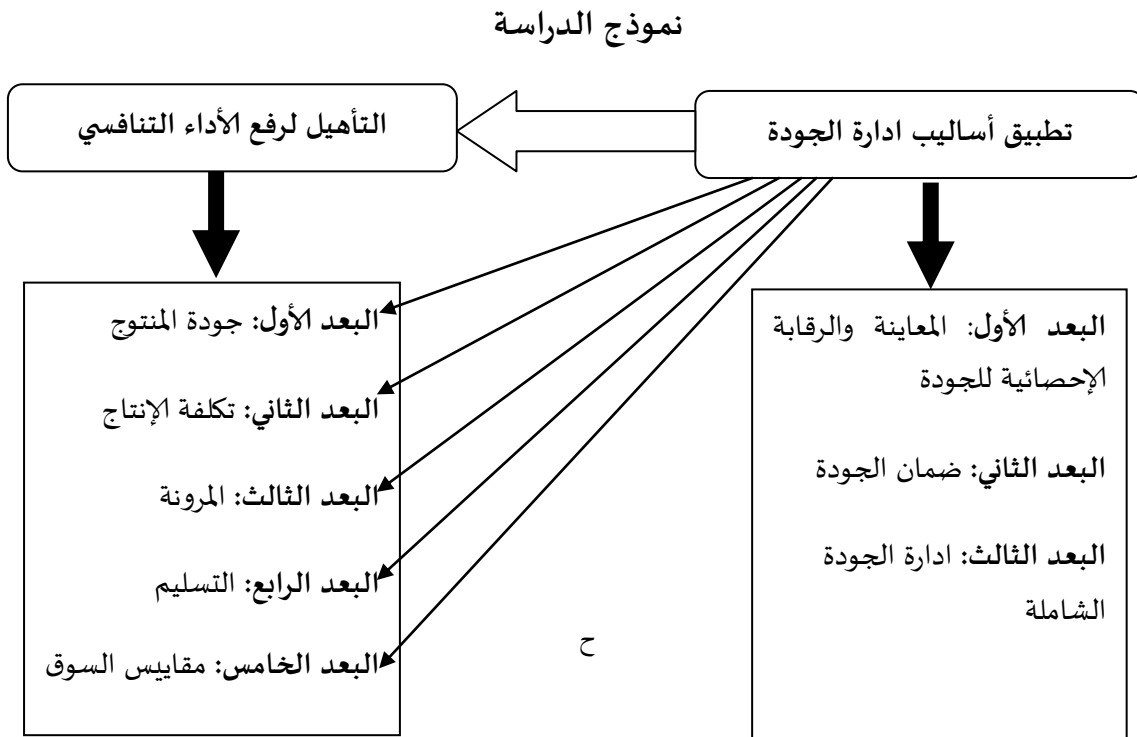
غير الكحولية في الجزائر، و تختلف دراستنا عن هته الدراسة في كونها تبحث عن اثر أسلوب ادارة الجودة على تأهيل المؤسسات للتنافسية في حين تكتفي هته الدراسة بوصف حالة الفرع مع تبين مختلف النقائص التي اتصف بها، و إعطاء بعض التوصيات للتخلص منها.

- Michel BOIDIN, *Etude de la filière Boisson, rapport principale*, Euro Développement Pme, Alger, Juin 2005

أوضحت هذه الدراسة كل الخصائص المميزة لفرع صناعة المشروبات خلال سنة 2005، من حجم الإنتاج، عدد العمال، رقم الأعمال، توزيعها الجغرافي و غيرها من خلال دراستها لعينة مكونة من 36 مؤسسة، كما قامت بدراستها لكل نواحي الفرع سواء كان إنتاجي، مالي، تكوين بيئة تنافسية... الخ إلى أن خلصت بوضع خيارات إستراتيجية و جب إتباعها و توصيات لتأهيل مؤسسات الفرع . و ما يميز الدراسة التي سنقوم بها هي لمس و تحليل مدى مساهمة أساليب ادارة الجودة في الوصول إلى التأهيل التنافسي والاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي في ذلك عكس هذه الدراسة التي اعتمدت على وصفها لمختلف نواحي فرع النشاط.

نموذج الدراسة:

بعد عرضنا في الفقرات السابقة لإشكالية موضوع بحثنا، و التطرق لفرضياتها و المنهجية المتبعة للقيام بمعالجتها و الوصول إلى الجواب عن كل أسئلة البحث توصلنا إلى وضع نموذج للدراسة موضحين من خلال المتغيرات الرئيسية له و العلاقة المبحوث فيها، و يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل الموالي:



المصطلحات الإجرائية:

- أساليب ادارة الجودة: هي كل الطرق والأنظمة المتبعة والمستعملة للأدوات اللازمة لتسيير، تنظيم، تخطيط و مراقبة جودة الإنتاج والعملية الإنتاجية داخل المؤسسة
- التأهيل: تطوير المؤسسات الاقتصادية من اجل أن تصبح قادرة على المنافسة، من ناحية الجودة، والكفاءة الداخلية في استخدام مواردها، فهو عملية تحسين أداء المؤسسة وتنافسيته.
- الأداء التنافسي: مدى قدرة المؤسسة على استغلال مواردها المادية و اللامادية لبناء موقع تنافسي
- المعاينة: اختيار عينة من المنتجات المراد فحصها. و قبول أو رفض هذه العينة بناء على نتائج فحصها
- الرقابة الإحصائية: مجموعة من الخطوات المحددة مسبقا و التي تهدف إلى التأكد من أن الإنتاج المحقق متطابق مع المواصفات و الخصائص الأساسية الموضوعة للمنتوج
- ضمان الجودة: كل الأفعال المخططة و النظامية الضرورية لإعطاء الثقة بأن المنتجات قد حققت الرضا لحاجات معينة
- ادارة الجودة الشاملة: و هي فلسفة إدارية تأخذ شكل منهج أو نظام إداري شامل، قائم على أساس إحداث تغييرات ايجابية جذرية لكل شيء داخل المؤسسة
- جودة المنتج: تكمن في التمكن من الإنتاج بأقل تكاليف سلعا تستطيع أن تلبي حاجات مستعملها و احترام المنتج للمعايير والمقاييس أثناء قيامه بعملية الإنتاج
- التكلفة: هي مجموع القيم التي تصرف على منتج لحين ظهوره جاهز للاستهلاك
- المرونة: قدرة المؤسسة على تغيير حجم المنتجات حسب طلبات الزبائن أي أنها تهدف إلى التوفيق بين متطلبات الزبون من حجم و مواصفات و ما تم تصميمه و تخطيطه للعملية الإنتاجية من قبل ومحاولة تقديم تشكيلة متنوعة من المنتجات إلى المستهلك.
- التسليم: قدرة المؤسسة على الالتزام بمواعيد تسليم المنتجات للزبائن، وديمومة ذلك
- مقاييس السوق ترتبط بمؤشرات النمو في الحصة السوقية و تشير إلى قدرة المؤسسة في الدخول إلى قطاعات سوقية جديدة من خلال النمو في المبيعات.

هيكل العمل:

لغرض تحقيق أهداف الدراسة و الإجابة على إشكالية الدراسة قسمنا عملنا هذا إلى أربع فصول، حيث تناول الفصل الأول ، التنافسية والأداء التنافسي للمؤسسات الصناعية الجزائرية من خلال ثلاث مباحث، تطرقنا في المبحث الأول إلى مفاهيم عامة حول تأهيل المؤسسات الصناعية من مفهومه و مساره، أهدافه و دوافعه و مبادئه و متطلباته. أما المبحث الثاني فتطرق إلى كل من المنافسة مفهومها، مستوياتها و أنواعها و التنافسية الصناعية، ثم مؤشرات قياسها لنخلص في المبحث الأخير إلى الأداء التنافسي ومؤشرات قياسه و الربط بينه و بين التأهيل لنعطي في الأخير نظرة عن الوضعية التنافسية للاقتصاد الجزائري.

أما الفصل الثاني فقد خصص لإدارة الجودة في المؤسسة الصناعية من خلال ثلاث مباحث كذلك تطرقنا في الأول إلى ماهية الجودة، تطورها تاريخي و أهدافها، أما المبحث الثاني فقد تناول أبعاد ومحددات الجودة، خصائصها و أدواتها و الثالث فقد خصص لإدارة الجودة مكانتها ضمن نظام الجودة ووظائفها

و فيما يخص الفصل الثالث فقد تناول في مبحثه الأول الصناعة في الجزائر، تعريفها، خصائصها و أهميتها، دون أن ننسى تصنيفها، أما المبحث الثاني فخصص للصناعة الخفيفة و دورها في القطاع الصناعي الجزائري، أما المبحث الثالث فقد عني بتنافسية الصناعة الخفيفة الجزائرية، و أخيرا تناول المبحث الرابع أساليب ادارة جودة الصناعة الغذائية كفرع من فروع الصناعة الخفيفة

و أخيرا تطرق الفصل الرابع إلى صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر أساليب ادارة جودتها، تأهيلها و أدائها التنافسي، بالتعرض إلى ثلاث مباحث، عرض في الأول كل الإجراءات المنهجية المتبعة خلال الدراسة من التعريف بمجتمع الدراسة وعينة الدراسة والأداة المستعملة في الدراسة وكيفية توزيعها ثم اختبار صدقها و ثباتها، و في المبحث الثاني تم وصف إجابات عينة الدراسة بين البيانات الشخصية للفرد المجيب على استمارة الاستبيان، و بيانات خاصة بالمؤسسة محل الاستبيان، ثم تم وصف إجابات عينة الدراسة حول محاور وأبعاد الدراسة في المبحث الموالي، و فيما يخص المبحث الأخير فقد خصص ل تحليل نتائج الاستبيان و اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة

الفصل الأول:

التأهيل، التنافسية، والأداء التنافسي للمؤسسات الصناعية الجزائرية

✓ المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تأهيل المؤسسات الصناعية

✓ المبحث الثاني: المنافسة والتنافسية الصناعية

✓ المبحث الثالث: الأداء التنافسي ومؤشرات قياسه

تمهيد:

يهدف تأهيل المؤسسات إلى رفع القيود و الصعوبات التي تقف كعائق أمام أعمال و أنشطة المؤسسات، كما يعمل على مساعدتها على التكيف مع محيطها الاقتصادي و بيئتها التنافسية، فقد اهتمت مختلف السياسات الاقتصادية الجزائرية خلال السنوات الأخيرة بهذه العملية، و وضعت عدة برامج للقيام بذلك، فأصبح تأهيل المؤسسات في الآونة الأخيرة من الأمور الحتمية و المحافظة على بقاء المؤسسة حيز النشاط نظرا لاشتداد المنافسة و تغير البيئة الاقتصادية الداخلية و الخارجية للجزائر.

إن الاهتمام بالتأهيل يعود إلى تحول الاقتصاد الجزائري و انفتاحه للخارج و اشتداد المنافسة داخل الأسواق المحلية نظرا لتزاحم المؤسسات المحلية فيما بينها من جهة، و تزامنها مع المؤسسات الأجنبية في السوق المحلية من جهة أخرى فالحديث عن التأهيل يستلزم التكلم مباشرة عن التنافسية إن لم نقل أن التأهيل مرتبط ارتباطا وثيقا بها. فبدون وجود للتنافسية بالأسواق لا وجود لفكرة التأهيل و الاهتمام به من طرف المؤسسات.

تعتبر التنافسية عن مدى قدرة المؤسسة على الوصول إلى الزبون و تلبية طلباته مقارنة بالمؤسسات المنافسة لها، كما تعد مؤشرا و مقياسا لمدى تأهيل المؤسسة للقيام بذلك، إلا أن ذلك يبقى متعلقا بأداء المؤسسة و تأهيلها لمواجهة صعوبات و تحديات السوق و التكيف مع متغيرات محيطها، وهذا ما يجعل اهتمامنا ينتقل من مستوى تنافسية المؤسسات إلى مدى قدرتها على ذلك و هذا ما يعرف بالأداء التنافسي للمؤسسة، فللتوصل إلى تأهيل المؤسسة و جب علينا تحسين أدائها التنافسي و الاهتمام به، فكلما تحسن الأداء التنافسي للمؤسسة كلما تمكنت من مواجهة المنافسة، و ضمننت بقائها في السوق، و حسنت من حصتها السوقية و تحصلت على فرصة أكبر لاقتحام أسواق جديدة

و يتناول هذا الفصل كل من التأهيل، التنافسية، و الأداء التنافسي إذ نحاول من خلاله رفع اللبس عن هذه المصطلحات محاولين توضيح العلاقة المتواجدة بينهم إذ نخصص المبحث الأول إلى التأهيل، و المبحث الثاني للتنافسية، أما المبحث الثالث فنقوم من خلاله بعرض كل النقاط النظرية الخاصة بالأداء التنافسي لنقوم في الأخير بإعطاء نظرة عامة عن مكانة الاقتصاد الجزائري ضمن التنافسية العالمية.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تأهيل المؤسسات الصناعية

لقد مرت المؤسسات الصناعية الجزائرية بعدة مراحل عبرت عن مجموعة من الإصلاحات كانت تهدف إلى مساعدة الاقتصاد الجزائري على الانتقال من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق، هذا الأخير يتميز بجملة من الخصائص أثرت على طرق تسيير وتنظيم المؤسسات الصناعية، الأمر الذي استلزم ضرورة مساندة هذه التطورات ووضع ميكانيزمات تتماشى مع ذلك.

إن تحرير التجارة الخارجية الجزائرية والاندماج في الاقتصاد العالمي يؤثر مباشرة على نشاط المؤسسات الصناعية الجزائرية إذ يضعها في ظروف تنافسية تجعلها لا تستطيع مجابهة ذلك لا على مستوى الأسواق الخارجية و لا على مستوى الأسواق المحلية، وهذا ما يستدعي ضرورة دعم المؤسسات وتأهيلها لمواجهة المنافسة الشديدة، واكتساب قدرة تنافسية وأداء تنافسي أحسن، الأمر الذي يجعلنا نتطرق إلى مصطلح التأهيل من أجل توضيح معانيه وتبيين المنظور الذي سنعتمد عليه عند تناولنا له في كل العمل الذي سنقوم به.

المطلب الأول: مفهوم التأهيل و مساره:

1-تعريف التأهيل:

يعود أصل استخدام مصطلح التأهيل إلى التجربة البرتغالية سنة 1988 في إطار الإجراءات المرافقة التي باشرتها البرتغال لانضمامها إلى الإتحاد الأوروبي تحت غطاء البرنامج الإستراتيجي لتحديث الاقتصاد البرتغالي (Bougault, 2005,P11).

إن نجاح البرامج البرتغالية والتي يجسدها ظهور و تنامي فروع اقتصادية جديدة في البرتغال وتطور النشاطات ذات القيمة المضافة العالية و خلق مناصب شغل جديدة، حفز الإتحاد الأوروبي لوضع برامج مماثلة للدول المغاربية و بعض دول الشرق الأوسط مثل مصر و الأردن و سوريا، بالموازاة مع اتفاقيات التبادل الحر، وكل ذلك من خلال ندوة برشلونة عام 1995، والتي تمخض عنها برنامج MEDA، والذي يهدف إلى تقديم إجراءات مرافقة مالية و تقنية لإصلاح الهياكل الاقتصادية و الاجتماعية لدول حوض المتوسط (بوعتروس ، 2006 ، ص04).

فالتأهيل عبارة عن " مجموعة من العمليات ذات الطابع تقني، تكنولوجي و تسييري، بهدف

وضع المؤسسات في نفس المستوى مع مثيلاتها في الدول المتقدمة أو على الأقل قريبا منها، وهذا بالضرورة يجعلها تعمل وفقا للمعايير الدولية سواء فيما يتعلق بـ: طرق التسيير، جودة المنتجات، تسيير النوعية، بالإضافة إلى آليات و طرق الإنتاج المستعملة و التكنولوجيا ... الخ" (رزيق، 2005، ص 15).

كما عرفته " منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية ONUDI سنة 1995 بأنه عبارة عن مجموعة برامج وضعت خصيصا للدول النامية التي هي في مرحلة الانتقال، من أجل تسهيل اندماجها ضمن الاقتصاد الدولي الجديد و التكيف مع مختلف التغيرات" (قوريش، 2006، ص 1048)

و قد عملت وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على وضع مفهوم لعملية التأهيل خلال الأيام الدراسية حول برنامج ميدا سنة 2006، و توصلت إلى أن التأهيل هو إجراء مستمر للتدريب و التفكير والإعلام و التحويل بهدف الحصول على توجهات جديدة و أفكار و سلوكيات المقاولين و طرق تسيير ديناميكية و مبتكرة (Euro Développement PME, 2006, P 01).

و يمكن تعريفه كذلك بأنه "اكتساب القدرة و تطبيق هذا المفهوم على المؤسسة الاقتصادية، يعني أن تصبح هذه الأخيرة قادرة على مزاوله نشاطها بالشكل الذي يضمن لها تطورها و نموها دون الاعتماد على غيرها" (بقة ، 2006 ، ص 08).

و منه يمكننا القول بأن عملية التأهيل تعني تطوير المؤسسة و انتقالها من مستوى إلى مستوى أعلى، بالاعتماد على مجموعة من الإجراءات العملية الهادفة لإحداث تغيرات هيكلية على عدة مستويات، وتهيئة العوامل الداخلية و الخارجية للمؤسسة لمساعدتها على مسايرة التطورات الحاصلة في الاقتصاد العالمي، ومواجهة المؤسسات المنافسة لها التي تعتمد على الكفاءة و النوعية للفوز بمكانة ريادية في السوق الذي تنشط فيه.

2-التأهيل من منظور التنافسية:

لقد اقترن مصطلح التأهيل من حيث المضمون بعدة مصطلحات كتحسين تنافسية المؤسسات وتطوير أدائها التنافسي لمواجهة تحديات المحيط التنافسي داخليا و خارجيا، كما تعددت معانيه حسب مضمونه و استخداماته فعند ترجمته إلى اللغة الفرنسية نجد العديد من المصطلحات كمصطلح Habilitation, Qualification, adaptation, mise à niveau ، ويرجع تعدد استخدامات مصطلح التأهيل بين دعم، تطوير، تنمية و تحسين تنافسية و أداء المؤسسة الصناعية إلى طبيعة استخدامنا له سواء كان

ذلك على المستوى الكلي (القطاعي) إذ يقترن التأهيل هنا بالتنافسية و الأداء التنافسي للاقتصاد (القطاع الاقتصادي المدروس)، أو على مستوى بعض الوظائف التي تقوم بها المؤسسة و يقصد به غالبا تنمية وتحسين معارف الموارد البشرية وتدريبهم، أو تطوير سيرورة العملية الإنتاجية بتنظيمها أحسن واستعمالها لتكنولوجيات إنتاجية أكثر تطورا مثلا.

و قد عرفت كذلك منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (ONUDI) التأهيل بأنه " عملية تحسين أداء المؤسسة وتنافسيته، مما يسمح لها بمواجهة تحديات التنافسية المفروضة عليها لضمان بقائها والنمو. " و هناك من ينظر إلى التأهيل إلى أنه " مجموعة الأعمال والأنشطة المادية واللامادية، التي تتبعها المؤسسة للرفع من الأداء التنافسي للمؤسسة " (بومجان، 2015، ص 31).

كما يعمل التأهيل على تطوير المؤسسات الاقتصادية من اجل أن تصبح قادرة على المنافسة، من ناحية الجودة. و الكفاءة الداخلية في استخدام مواردها حتى تضمن شروط البقاء و تحقيق مردودية اقتصادية. و بالتالي فان التأهيل يعني بالقدرة على المنافسة و التي أصبحت عالمية، بمعنى مساعدة المؤسسات الصناعية، الإنتاجية، التجارية، الخدماتية على مواجهة وضعها الصعب من ناحية الجودة والكفاءة في التسيير و عدم تركها تواجه مصيرها لوحدها (رزيق، 2001، ص 115)

ويمكن اعتبار التأهيل على أنه مجموع الإجراءات المتخذة من طرف المؤسسة للرفع من قدرتها التنافسية و تحسين أدائها بمقارنة النتائج الهيكلية لها مع منافسيها و المؤسسات الأخرى من نفس القطاع حتى تؤمن استمرارها وديمومتها (Lamiri, 2003,P423).

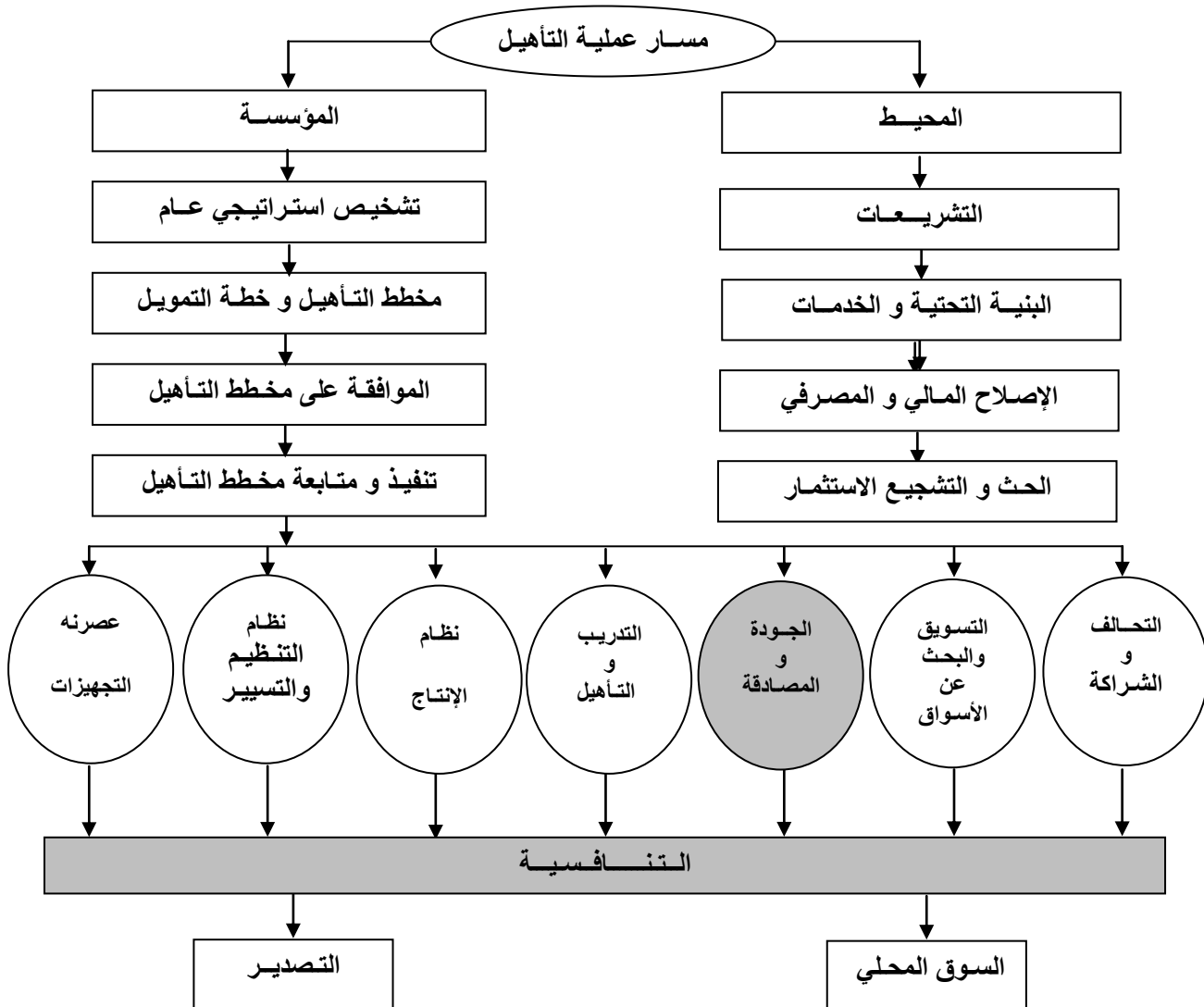
و منه يمكننا أن نستخلص مما سبق بأن التأهيل من منظور التنافسية هو عبارة عن تلك الميكانيزمات الواجب القيام بها لتحسين تنافسية المؤسسة، و جعلها قادرة على مواجهة المحيط التنافسي على الصعيدين الداخلي والخارجي، و إعطائها الأدوات و الطرق اللازمة لتطوير أدائها التنافسي، فهنا نجد أن هذا المصطلح مقترن اقترانا كليا بتنافسية المؤسسة بصفة مبدئية، ثم بقدرتها التنافسية بصفة ثانية وأخيرا و بصفة اشمل بأدائها التنافسي، و سنعتمد على هذا المنظور للتعبير عن التأهيل خلال قيامنا ببحثنا هذا .

بعد تعريفنا لمصطلح التأهيل و رفع اللبس عن مفهومه نتطرق في النقطة الموالية إلى مسار عملية التأهيل

3- مسار عملية التأهيل:

تمر عملية التأهيل بجانبين متوازين أولهما يخص المؤسسة في حد ذاتها، وهو الجانب الذي يضم كل الإصلاحات الداخلية من تشخيص ووضع مخطط التأهيل الخاص بها، والثاني متعلق بمحيطها الخارجي ومدى ضرورة القيام بإصلاحات عليه للتمكن من تحقيق الهدف المنشود من هذه العملية، ويمكن التعبير عن مسار عملية التأهيل من خلال الشكل رقم (01)

شكل رقم 01: مخطط يبين مسار عملية التأهيل:



المصدر: بلغرسة عبد اللطيف، جاو حدو رضا، آثار السياسة النقدية و المالية على تأهيل المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، عدد 01، 2002، ص 175.

من خلال الشكل رقم (01) يمكننا ملاحظة أن مسار عملية التأهيل ينقسم إلى شقين كما سبق ذكره، فالشق الأول يركز على التشخيص العام و الشامل للمؤسسة بغرض التعرف على نقاط ضعفها وتعديلها و نقاط قوتها التي ستأخذ بعين الاعتبار لتحسين المركز التنافسي و السوق للمؤسسة، ثم وضع مخطط التأهيل و تمويله و الموافقة عليه و تنفيذه و متابعته بعد ذلك. أما الشق الثاني فقد ركز على العمل على تأهيل المحيط الخارجي للمؤسسة، بوضع مختلف التشريعات و تهيئة الجانب القانوني لذلك، إضافة إلى توفير البنية التحتية و الخدمة الملائمة، و إصلاح الجهاز المالي و المصرفي بما يتلاءم مع شروط التأهيل، و انتهاج السياسات المناسبة لتشجيع و الحث على الاستثمار، و هذا ما يؤدي إلى تحسين كل من نظام التسيير و الإنتاج و عصنة تجهيزاتها. دون أن ننسى القيام بتحالفات و شراكات توسع من السوق الذي تنشط فيه إضافة إلى تكوين و تأهيل الموارد البشرية و العمل بمقاييس الجودة العالمية و مطابقتها للمعايير الدولية لها. و هذا ما يسمح بتحسين قدرتها التنافسية و منه الوصول إلى السوق العالمية و تصدير منتجاتها في الأسواق الأجنبية.

و كما نعرف فلعملية التأهيل دوافع و أهداف للقيام بها و تطبيقها بالمؤسسات الاقتصادية و لتتطرق لها في المطلب الثاني

المطلب الثاني: أهداف و دوافع عملية التأهيل:

1-أهداف التأهيل:

من خلال ما سبق يتضح و يتبين لنا أن الغاية الكبرى من تأهيل المؤسسات هي العمل على إبقاء وديمومة نشاطها في وسط نسيج اقتصادي يتميز بالتغير المستمر في عالم غير مستقر على الدوام. إذ يتضمن برنامج تأهيل المؤسسات مجموعة من العمليات موجهة للمؤسسة، بغية السماح للنظام الإنتاجي التأقلم مع المحيط الجهوي و الدولي. كما تهدف هذه العمليات إلى تنمية القدرة التنافسية للقطاع حتى تصبح منتجاته قادرة على المنافسة من حيث الجودة و الأسعار و كذا القدرة على اكتساح الأسواق الخارجية و تحسين حصتها في السوق الداخلية و الحفاظ على مناصب الشغل الحالية و خلق مناصب شغل جديدة مستقبلا (يحي، 2013، ص 09)

و تتمثل أهداف تأهيل المؤسسات في أهداف عامة و أخرى خاصة والتي نوردتها كما يلي:

1-1 الأهداف العامة: وتتلخص في النقاط التالية:

- تقوية هياكل الدعم،
- تطوير التجهيزات،
- تطوير نظام التنظيم والتسيير،
- تطوير أنظمة الإنتاج،
- تكوين العمال والمسيرين والإداريين بالطرق الحديثة،
- مساعده مؤسسات علي تحسين جوده العمل بمعايير الجودة العالمية مثل مواصفات ISO،
- ترقية وظيفة التسويق وحث المؤسسات على استخدام مخططات التسويق والبحث عن أسواق جديدة.

2-1 الأهداف الخاصة:

أما الأهداف الخاصة لبرامج تأهيل المؤسسات فهي كما يلي: (بوعتروس ، 2006 ، ص 07)

- جعل هذه المؤسسات قادرة على التحكم في التقدم التقني وفي الأسواق،
- جعل هذه المؤسسات قادرة على المنافسة على مستوى السعر/ الجودة،
- إنشاء قيم مضافة جديدة،
- خلق مناصب شغل جديدة ودائمة،
- تطوير الصادرات خارج المحروقات،
- التقليل من الضعف التنظيمي للمؤسسات،
- التقليل من حده الاقتصاد غير الرسمي،
- وضع وسائل تسيير جواريه في خدمه المؤسسات،
- توفير منظومة معلومات لتتبع المؤسسة في خدمه الدولة والاقتصاد الوطني.

كما يمكننا أن نجمع أهداف عمليه التأهيل في النقاط التالية : (غدير، 2011، ص 134)

❖ ترقية وتطوير محيط المؤسسات:

إن المحيط هو الوسط الذي تمارس فيه المؤسسات نشاطها وتسعى للتأقلم مع جميع متغيراتها

وتأثيراتها فهو يعتبر المؤشر الأساسي الذي يبين الوضعية التي تعمل فيها هذه المؤسسات ، ولذلك وجب العمل على تأهيلها وترقيتها بالشكل الذي يساعدها على تحقيق أهدافها والنجاح في استمرارها وبقاءها

❖ تحسين تسيير المؤسسات:

تسعى الجزائر إلى رفع الكفاءة الإنتاجية للمؤسسة حتى تستطيع الحفاظ على حصتها في السوق المحلي في مرحله أولى والبحث عن أسواق خارجية في مرحله ثانياه (الانفتاح الاقتصادي) وذلك بإدخال مجموعه من المتغيرات في طرق وأساليب التسيير والإنتاج بغية الاستخدام الأمثل للقدرات الإنتاجية المتاحة وتنمية الكفاءات البشرية والبحث في وظيفة التسويق

❖ تعزيز وتدعيم مؤسسات الدعم:

تسعى الجزائر إلى تعزيز الدعم وهذا على المستوى القطاعي لان نجاح أي برنامج للتأهيل مرتبط بمدى قدرة و فاعليه هذه المؤسسات، فهذا البرنامج يهدف بالضرورة إلى تحديد أهم المتعاملين مع المؤسسة من حيث إمكانياتها ومهامها بالإضافة إلى تطويرها حسب المتطلبات العالمية الجديدة

❖ تحسين تنافسيه المؤسسات:

إن هدف الوصول إلى تعزيز وتحسين القدرة التنافسية يعتبر من الأهداف الهامة التي يسعى إليها قطاع المؤسسات وبالرجوع إلى المادة 18 من القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات صغيره والمتوسطة نجد إن عمليه التأهيل تهدف أساسا إلى زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات فعنصر التنافسية ضروري لأي مؤسسة في وقتنا الحالي للحفاظ على مكانتها وتطويرها.

❖ توفير الشغل:

تعاني الجزائر كبقية الدول النامية من مشكل البطالة لذا تحاول الحكومة إن تهري جميع الظروف لإنشاء ومرافقه و تأهيل المؤسسات لتساعدها على خلق فرص عمل منتج يستخدم فيها الفرد العامل جميع قدراته ويحقق إمكاناته في النمو.

ومنه يمكننا استخلاص أن الهدف من عملية التأهيل تتبلور حول عصرنه محيط المؤسسات الصناعية، وتطوير جانبها الفني والإنتاجي والتسويقي لتحسين تنافسيتهما في الأسواق التي تنشط فيها

إضافة إلى تقوية الهياكل الداعمة لها، و انتهابها لتسيير استراتيجي يسمح لها بالحصول على قدرة تنافسية أحسن مما كانت عليه لتتمكن من اقتحام أسواق جديدة و توسع من حصتها السوقية و منه من مجال نشاطها إن أمكن.

2-دوافع التأهيل:

إن مختلف التغيرات التي طرأت على المحيط الداخلي و الخارجي للمؤسسات الصناعية بصفة عامة تأثر على مكانتها في الأسواق الداخلية و الخارجية و تهدد ديمومتها و بقائها حيز النشاط الأمر الذي يدفعها إلى العمل على مسايرة و مواكبة هذه التغيرات من اجل الاندماج في الاقتصاد العالمي و المحافظة على مكانتها السوقية، و لما لا توسعها أكثر في هته الأسواق. الأمر الذي دفعها إلى اللجوء إلى طلب تأهيلها و الاعتماد على ذلك لمواجهة هذه الصعوبات و التحديات.

ومن بين العوامل المشجعة و الدافعة للجوء إلى تأهيل المؤسسات يمكننا ذكر البعض منها على سبيل المثال في النقاط التالية: (يعي، 2013، ص 11)

- تحديات المنافسة العالمية،
- رفع الحدود الجغرافية و الحواجز الجمركية أمام السلع و المنتجات و رؤوس الأموال،
- غياب الرؤى الإستراتيجية لدى مسيري المؤسسات،
- نقص روح المقاولاتية لدى أصحاب المؤسسات،
- محاولة توحيد نمط المؤسسات عالميا وفقا لمبادئ الاقتصاد التنافسي،
- الصعوبات الإدارية، المالية، التسويقية، الجبائية، كالحصول على العقار و كيفية الحصول على المعلومات،
- غياب التدريب و التكوين لرؤساء المؤسسات.

و يمكننا ترتيب و تصنيف العوامل الدافعة و المؤدية إلى ضرورة تأهيل المؤسسات الصناعية الجزائرية لمواجهة المنافسة المفروضة عليها إلى عوامل داخلية و أخرى خارجية كمايلي:

2-1العوامل الخارجية:

إن اشتداد المنافسة بين المؤسسات الصناعية المحلية و الأجنبية نظرا لموجة التحرر الاقتصادي و تحرير التجارة الخارجية و انفتاح الأسواق خاصة مع الاتحاد الأوروبي و انضمام معظم

الدول إلى المنظمة العالمية للتجارة حتم على معظم الدول و خاصة النامية منها اللجوء إلى عملية التأهيل وجعلها ضرورة حتمية وجب على المؤسسات إتباعها للوقوف في وجه هذه المنافسة والحفاظ على مكانتها السوقية وتوسيعها إن أمكن.

2-2 العوامل الداخلية:

إضافة إلى العوامل الخارجية الدافعة إلى تبني برامج تأهيل المؤسسات هناك عوامل داخلية كذلك تعمل على الدفع إلى التأهيل فمنها ما تعلق بالجانب الإداري، ومنها ما هو تمويلي و آخر تعلق بالجانب الفني للعملية الإنتاجية وغيرها من مختلف العوامل في شتى الميادين على المستوى الداخلي، هذه العوامل تعيق تطور هذه المؤسسات و تحد من إمكانية مواجهتها للمنافسة المفروضة عليها و الشيء الذي يحتم عليها اللجوء إلى مختلف أشكال برامج التأهيل لمساعدتها على توازيها مع نظيراتها من المؤسسات على الصعيد الدولي ومسايرتها لتطورات الاقتصاد العالمي. فمن بين هذه العوامل الداخلية نتطرق إلى مايلي:

1-2-2 العوامل الإدارية:

تتميز المؤسسات الصناعية و خاصة منها المنتمية للصناعة الخفيفة في الجزائر بطابعها العائلي، إذ يسود على عملية تسييرها نمط المدير المالك الذي يشرف على مختلف الوظائف و يديرها، كما يتميز في أغلب الأحيان بعدم امتلاكه للكفاءات اللازمة لذلك و عدم تكوينه في مجال إدارة الأعمال و هذا ما ينعكس سلبا في أغلب الأحيان على نتائج المؤسسة و تنافسيتها في السوق، بالإضافة إلى عدم وجود تنظيم إداري واضح المعالم و هيكل تنظيمي يعبر عن السير الحقيقي للعمل في ارض الواقع، " فقصور الخبرات الإدارية و القدرات التنظيمية، وذلك بسبب سيادة الإدارة الفردية التي تقوم على الاجتهادات الشخصية لا على أسس علمية، يؤدي بالمؤسسة إلى عدم الاستفادة من مزايا التخصص و التفويض و تقسيم العمل و زيادة الإنتاجية. و نقص القدرة و المهارة الإدارية لدى المدير/ المالك يؤدي إلى عدم تناسق القرارات و غياب الرؤية الإستراتيجية الواضحة لديه، كما يؤدي إلى نقص الروح المقاولاتية لدى أصحاب المؤسسات خاصة العائلية منها، إضافة إلى عدم تلاؤم نمط التسيير بالمؤسسة مع مثيلاتها في الخارج إذ يبقى نظام التسيير قديم لا يتماشى مع متطلبات الاقتصاد التنافسي.

2-2-2 العوامل التمويلية:

إن حصة المؤسسات الصناعية الجزائرية في تغطية احتياجاتها التمويلية محدودة من حيث

الحجم و من حيث المشروطة خاصة في ظل اقتصاد الانفتاح، حيث انعكس ذلك على حرمان الأنشطة الإنتاجية و في نفس الوقت تشجيع أنشطة المضاربة و توسع الدائرة التجارية على حساب الدائرة الإنتاجية التي توفر الثروات و مناصب الشغل بسبب الانفتاح غير المضبوط للاقتصاد الوطني (صالح، 2004، ص189)

و من بين المشاكل التي تواجه المؤسسات محدودية التمويل و أسعار الفائدة المرتفعة على القروض و إشكالية الضمانات و شروط سدادها. وكذا صعوبة الحصول عليها لارتفاع درجة المخاطرة، ويمثل التمويل محور اهتمام المؤسسات إلى درجة القول أنه يمثل الحد الفاصل بين بقاء أو زوال المؤسسة لذا يتوجب عليها اجتياز عقبة المشاكل التمويلية إن أرادت الاستمرار و نمو أعمالها (خوني، 2008، ص82)

و يمكننا القول أن مؤسسات الصناعة الخفيفة الجزائرية تعاني من عراقيل تحول دون حصولها على تمويل من البنوك جاءت كالاتي: (أبو السيد، 2004، ص85)

- " ارتفاع أسعار الفائدة على القروض،
- قصر فترة سداد القروض،
- تعدد إجراءات الحصول على القروض،
- عدم توفر الوعي المصرفي لدى أصحاب المؤسسات، و عدم اعتيادهم على التعامل مع البنوك،
- محدودية التمويل المتعلقة بالحجم و المشروطة و الأولويات".

2-2-3 العوامل الفنية:

و من بين الصعوبات الفنية التي تواجهها المؤسسات الصناعية الجزائرية يمكننا الإشارة إلى "ارتفاع تكلفة الحصول على المعدات و الآلات و المواد نظرا لاستردادها من الخارج و بكميات قليلة لا تؤهلها للحصول على خصومات أو تخفيضات تجارية، وهذا ما يؤثر على ارتفاع أسعار تكلفة الإنتاج و انخفاض هامش الربح، فضلا على أن عملية فتح اعتماد مستندي و توفير النقد الأجنبي تشكل عائقا في حد ذاته، ضف إلى ذلك صعوبة الحصول على المساحات و المواقع المناسبة للأراضي لإقامة المشاريع، و إن وجدت فقد تجدها بعيدة عن مرافق البني التحتية (الأراضي غير مهيأة بالماء و الغاز و قنوات صرف المياه و شبكات الاتصالات و الطرق غير المعبدة) و عن نقاط البيع و مستودعات التموين بالمواد الأولية مما يكلفها نفقات نقل إضافية، فضلا على مشاكل التخزين المرتبطة بالعملية الإنتاجية، و انخفاض

مستوى التكنولوجيا المستخدمة، و الافتقار إلى دراسات الجدوى الاقتصادية، مع عدم دقة البيانات المحاسبية والمالية والتأخر في إنجازها " (عمورة، 2006، ص 02).

2-2-4 ضعف التكوين والعمل المؤهل:

إن الاهتمام برأس المال البشري بمؤسسات الصناعة الخفيفة الجزائرية يعد غائبا فنجد هذه المؤسسات لا تعمل على تدريب عمالها ووضع برامج مخصصة لذلك والاستثمار في كفاءاتهم ويرجع ذلك غالبا للصعوبات المالية التي تواجهها والموارد المالية التي تسخرها لباقي العوامل المادية من أجل دفع عجلة الإنتاج في المؤسسة، و تهميش الاستثمار في العنصر البشري وتأهيله للتماشي مع مختلف الأوضاع الاقتصادية التي تتعرض لها. إضافة إلى عدم ملائمة نظم التعليم والتكوين لمتطلبات الحياة العملية للمؤسسة، إذ أن الكفاءات التعليمية لا تتماشى مع ما تنتظره المؤسسة لمواجهة مختلف التحديات اليومية لها وهذا ما يبين مرة أخرى ضرورة اللجوء إلى برامج التأهيل للحد من مخلفات هذا الضعف في تدريب وتأهيل العمال مسبقا.

2-2-5 العوامل التسويقية:

تتمثل العوامل التسويقية التي تدفع بالمؤسسات الصناعية الجزائرية نحو التأهيل في "عدم وجود منافذ تسويقية متخصصة لتعرف المستهلك المحلي و الأجنبي بمنتجات و خدمات هذه المؤسسات، فضلا عن ضيق السوق المحلي، وعدم إتباع الأسلوب العلمي الحديث في مجال التسويق ونقص الكفاءات التسويقية و عدم الاهتمام بإجراء البحوث التسويقية خاصة في مجال دراسة الأسواق وأساليب النقل، والتوزيع، والتعبئة، والتغليف، وأذواق المستهلكين... الخ، الأمر الذي يحد من قدرة المؤسسات على تسويق منتجاتها، إضافة إلى تفضيل المستهلك المحلي للمنتجات الأجنبية المماثلة بدافع التقليد مما يحد من حجم الطلب على المنتجات المحلية، وعدم توفر الحوافز الكافية للمنتجات المحلية مما يؤدي إلى منافسة المنتجات المستوردة لمثيلاتها من المنتجات المحلية و قيام بعض المؤسسات الأجنبية بإتباع سياسات اغراقية لتوفير منتجاتها في الأسواق المحلية بأسعار تقل عن أسعار المنتج المحلي، مما يؤدي إلى ضعف الموقف التنافسي للمؤسسات الصناعية الوطنية. ضف إلى ذلك نقص المعلومات والإحصاءات المتاحة لدى هذه المؤسسات، خاصة فيما يتعلق بالمؤسسات المنافسة و شروط و مواصفات السلع المنتجة، وعدم القدرة على القيام بعمليات الدعاية و الإعلان الكافية لمنتجات هذه المؤسسات في الخارج نتيجة ارتفاع تلك العمليات، و أخيرا عدم تطوير مواصفات المنتج بما يتلاءم و ذوق المستهلك" (قوريش، 2006، ص 1049).

6-2-2 الحصول على المعلومة:

من أهم الصعوبات التي تواجهها المؤسسات الصناعية في الجزائر هي عدم وجود مركز معلومات مختص في جمع ومعالجة المعلومات الاقتصادية الواجب أن تكون بحوزة المؤسسة لتحديد أهدافها الإستراتيجية و السنوية بدقة ووضع سياساتها و خططها الإنتاجية و التسويقية تمكثها من التميز بقدرة تنافسية أحسن من مثيلاتها من المؤسسات.

7-2-2 عوامل خاصة بالعقار:

"ومن بين العراقيل التي تواجه المستثمرين هو عدم تنظيم آليات للحصول على العقار الصناعي وكذا الحالة السيئة التي تعيشها أغلبية المناطق الصناعية و مناطق النشاط، حيث عرف العقار توزيعا غير مدروس، إذ نجد الكثير من الأراضي ما زالت غير مستغلة أو استغلت لنشاطات أخرى خارج القطاع، بينما بقي الكثير من المستثمرين الحقيقيين أو الذين يريدون توسيع نشاطاتهم يعانون من هذا المشكل " (بن عنتر، 2007، ص 07).

"فالمشاكل المتعلقة بالمحيط كمشكل العقار يتمثل في غياب الإطار القانوني و التنظيمي الذي يحدد طرق و كفيات و آجال و شروط التنازل عن الأراضي و موضوع استخدامها، إذ تبين دراسة للوكالة الوطنية لهيئة الإقليم أنه و إلى غاية 2001 من مجموع 4211 قطعة أرض سلمت لتطوير المناطق الصناعية توجد 3233 قطعة غير مسواة قانونيا مقابل تسوية 978 أو ما نسبته 23,22% مقابل 76,77% غير مسواة، بالإضافة إلى الوضعية المزرية للمناطق الصناعية حيث أن 20 % من محيط المناطق الصناعية يوجد في وضعية سيئة في منطقة الوسط فيما تتعدى النسبة 43,5 % في الشرق و 62,8 % في الغرب" (غدير، 2011، ص 135)

المطلب الثالث: مبادئ ومتطلبات التأهيل:

1- مبادئ التأهيل:

يعتبر كل برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية الجزائرية مسارا يعمل على تحسين تنافسيتها ويحتوي على مجموعة من المبادئ يمكن توضيحها فيما يلي: (تشام، 2006، ص 66)

1-1 توجيه السياسات العامة:

يتولى برنامج التأهيل توجيه السياسات العامة للوزارة الوصية على ذلك ويكون ذلك عن طريق مايلي:

- وضع برنامج لتأهيل المؤسسات و المحيط الذي تنشط فيه،
- وضع برنامج تحسيبي و إعلامي لتوضيح السياسة الصناعية العامة لمختلف المتعاملين،
- وضع سياسة صناعية لاستخدامها كعامل مساعد لبرامج الدعم.

2-1 إبراز الهيئات المرافقة للمؤسسة:

تتمثل مهمة برنامج تأهيل المؤسسات الجزائرية في إبراز الهيئات المرافقة للمؤسسة في إطار مجهوداتها لإعادة هيكلة مصالحتها ويكون ذلك عن طريق:

- تنظيم الدورات التكوينية المتخصصة،
- تنظيم تسيير المناطق الحرة،
- إشراك البنوك و المؤسسات المالية.

3-1 الاستمرارية:

يعتبر برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية الجزائرية عملية مستمرة في الزمن تبنى أساسا على التجديد، البحث والتطوير أي انه مسار دائم لتحسين قدراتها و ذلك عن طريق إدخال مناهج و طرق جديدة لتسييرها.

و منه فلا يمكننا تحقيق تأهيل المؤسسات للوقوف أمام المنافسة التي تواجهها في السوق إلا من خلال إتباع مسار محدد للتأهيل يقوم على جملة من المبادئ أهمها تحديث و عصنة محيط المؤسسة الصناعية سواء كان من الجانب المادي أو المالي أو القانوني أو التسويقي، تحديث وسائل الإنتاج كذلك والعمل على مسايرة ما يتم الوصول إليه في مجال إدارة الجودة داخل المؤسسات الصناعية وكذا تعزيز ودعم هيئات و هياكل دعم هذه المؤسسات لتسييرها نحو تأهيل فعال، و أخيرا جعل المنظومة المصرفية أكثر مرونة و تكيفا مع مختلف التغيرات الحاصلة في محيط المؤسسات لتتمكن هذه الأخيرة من العمل في أريحية مالية أكثر و التركيز على مكانتها التنافسية في الأسواق المحلية و لما لا في الأسواق الأجنبية.

بعد التعرف على مبادئ عملية التأهيل نتطرق في النقطة التالية إلى متطلبات تطبيقها

بالمؤسسات الاقتصادية عامة وبالمؤسسات الصناعية الجزائرية خاصة.

2-متطلبات التأهيل:

تتعدد متطلبات التأهيل الواجب توفرها قبل الشروع في عملية تأهيل المؤسسات فعلى المؤسسة محل التأهيل أن تهتم بوضع سياسات تسويقية تتناسب مع متطلبات الزبائن، كما وجب عليها الاهتمام بتكوين وتدريب مواردها البشرية و التي تعتبر المورد الوحيد الذي تزيد قيمته مع مرور الزمن، و هذا ما يساعدها على رفع فعالية العناصر الأخرى بالمؤسسة، إضافة إلى مساهمة التكنولوجيات المستعملة في العملية الإنتاجية والعمل وفقا لمواصفات الجودة والمعايير العالمية، وأخيرا تأهيل محيط المؤسسة وذلك بإجراء التعديلات اللازمة على الهياكل والأجهزة المتعامل معها ، ويمكننا أن نستنتج مما سبق أن متطلبات تأهيل المؤسسات متعلق أساسا بمتطلبات وجب توفرها في محيطها الداخلي و أخرى بمحيطها الخارجي و عليه يمكننا تناولها على السياق التالي:

2-1-1المحيط الداخلي:

تهدف عملية التأهيل أساسا إلى تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات و منه العمل على تحسين أداء كل ما يؤدي إلى تنافسية أحسن و المتمثلة في كل من:الموارد البشرية، نظم المعلومات، تحسين الجودة وتطوير عمليات التسويق وهذا ما يمكن اعتباره من متطلبات المحيط الداخلي لتأهيل المؤسسات الاقتصادية وما سنقوم بعرضه في النقطة التالية:

2-1-1-1تأهيل العنصر البشري:

تضع برامج تأهيل المؤسسات الصناعية العنصر البشري من بين أولوياتها فهو العنصر الإنتاجي الأكثر أهمية بالنسبة لها لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، إذ تعمل على توجيهه وتدريبه والرفع من كفايته الإنتاجية، فالمورد البشري الحاصل على المعارف و المدرب على القيام بمهامه بأحسن طريقة وأنجعها يساعد المؤسسة على الاحتفاظ بقدرتها التنافسية وتحسينها أكثر.

و من هذا المنطلق يمكن اعتبار الفترة التي يمضيها الفرد في التعليم و التدريب واكتساب المهارات كعملية خلق رأس المال البشري تماما مثل عملية صناعة الآلات و البناء التي تخلق رأس مال المادي أو السلعي. و هو ما يسمح للمؤسسات التحكم أكثر في التكنولوجيات الحديثة، و الاستجابة بسرعة للتغيير و إدارته في ظل المنافسة و تحرير التجارة الخارجية (بوزيان ، 2006 ، ص 776).

2-1-1-2 تأهيل نظام المعلومات: (بوزيان ، 2006 ، ص775)

لقد أدت التطورات الحديثة في مجالات الأعمال إلى زيادة الحاجة إلى معلومات عن الجوانب المختلفة للمؤسسات و الأنشطة، و لا شك أن إقامة نظام متخصص لتوفير هذه المعلومات يرفع من كفاءة و فعالية و أداء المؤسسات

تعد نظم المعلومات المصدر الحيوي الذي يزود المؤسسات بالمعلومات السليمة المتجددة في المكان و الزمان المناسبين، بحيث تعكس التفاعل الذي يحدث بينها و بين البيئة الخارجية ككل، بحيث تساهم معلومات البيئة الداخلية و الخارجية بزيادة قدرة القطاع و كذا المؤسسات برسم الخطط و السياسات الصحيحة و النجاح في تحقيقها و إيجاد التنسيق المتكامل بين العوامل المختلفة

إن قيام نظام معلومات سيسمح بتبسيط الإجراءات و تخفيف الطرق التي تعرقل بعض التطبيقات الميدانية للمؤسسات أثناء مزاوله نشاطها، قصد تشجيع و ترقية الاستثمار في الأنشطة الإنتاجية، و كذا تنمية كل العمليات التي من شأنها تحقيق الفعالية فيما بين القطاعات، كما تفيد إقامة هذا النظام للمعلومات بأخذ إجراءات لحماية منتج المؤسسات المحلية في ظل تدفق السلع الأجنبية، وذلك من خلال العناصر التالية:

- إجراءات حماية الصناعات الناشئة،
- إجراءات الحماية الرامية إلى الحفاظ على توازن ميزان المدفوعات،
- إجراءات مكافحة الإغراق.

2-1-3 تأهيل الجودة:

تحرص المؤسسات على نوعية و جودة منتجاتها و كذا جودة تسيير كل وظيفة من وظائفها لتتمكن من تحقيق ميزة تنافسية مقارنة بمثيلاتها أو لتحوز على قدرة تنافسية تجعلها تستطيع أن تحافظ على بقائها و ديمومتها في السوق الذي تنشط فيه، فلا يمكننا التكلم عن تأهيل المؤسسات الصناعية دون التطرق إلى تأهيل الجودة بداخلها و الاهتمام بها كأحد و أهم متطلبات التأهيل داخل المؤسسة، ففي إطار تأهيل المؤسسة لمواجهة المنافسة المفروضة عليها يسعى دائما مسيرها إلى الاطلاع على أحدث التقنيات لإدارة الجودة و تطبيق كل المعايير و المقاييس الخاصة بمجال نشاطها.

فلكي تستطيع المؤسسة تحسين قدراتها التنافسية و الارتقاء إلى مصاف المؤسسات الناجحة

وجب عليها أن تلتزم بمواصفات قياسية محددة تخص مواصفات السلع والخدمات، حيث انه لا يمكن اليوم لأي مؤسسة من المؤسسات أن تحقق تنافسية بغياب مواصفات المواد أولية المصنعة وكذا مواد التعبئة والتغليف (غدير، 2011، ص 136)، كما انه لا يمكننا القول أن المؤسسة مؤهلة لمواجهة المنافسين في السوق دون أن يكون بحوزتها منتج تم إنتاجه بواصفات شبيهة بمثيلاتها عند المؤسسات المنافسة على الأقل.

4-1-2 تأهيل التسويق:

تعتبر عملية تسويق المنتجات ضرورية لاكتساب المؤسسة القدرة تنافسية في الأسواق وتعدد تعريف التسويق من مرحله إلى أخرى حسب المفهوم الاقتصادي لكل مرحلة، وأهم تعريف هو ذلك التعريف الذي وضعه كوتلر حيث يعرف التسويق على أنه ذلك النشاط الموجه إلى إشباع الحاجات من خلال عملية تبادلية، ويعرفه في مجال آخر هو التحليل والتنظيم والتخطيط والرقابة على نشاطات واستراتيجيات المؤسسات التي لها تأثير مباشر على الأفراد (الباشا، 2000، ص 14).

فالاهتمام بالتسويق كعنصر من متطلبات التأهيل يعود لكونه يساعد على بقاء المؤسسة بالسوق الذي تنشط به من خلال الدراسات التسويقية والمعلومات الخاصة بها التي تجعل المؤسسة تتخذ القرارات الصحيحة لمواجهة منافسيها، إضافة إلى العلاقات الوطيدة الناتجة عن أنشطة التسويق الممكن إنشائها مع المتعاملين مع المؤسسة وإمكانية الفوز بولاء الزبائن لها.

2-2 المحيط الخارجي:

1-2-2 المحيط الإداري:

إن تأهيل المحيط الإداري يتطلب تبسيط الإجراءات الإدارية وتذليل الصعوبات المتعلقة بالمؤسسة سواء عند الإنشاء أو أثناء النشاط، وحل المشاكل التي تواجهها بالكفاءة والسرعة المطلوبتين ولن يتم ذلك إلا بإرفاقها بجهاز واحد توكل إليه مهمة مراقبة نشاطها وتقديم المساعدة اللازمة لها (بالخباط جميلة، 2006).

2-2-2 المحيط التسويقي:

يعتبر التسويق أهم وظائف المؤسسة فهو محدد لها في نجاحها أو فشلها، فقدرة أي مؤسسة على إنتاج السلع والخدمات تكون محدودة ما لم يصاحبها جهد تسويقي فعال يساعد على تحديد

احتياجات المستهلك، وزيادة المبيعات والربح الذي تهدف إليه المؤسسة. فقد تقوم المؤسسة بإنتاج سلع بكميات كبيرة وتكلفة مناسبة ولكن يحتاج هذا الجهد لتحقيق ما تريده المؤسسة إلى تسويق فعال (صحن، 1999، ص 09) لدى وجب الاهتمام بالمحيط التسويقي للمؤسسة كعنصر من متطلبات المحيط الخارجي للتأهيل

2-2-3 المحيط المصرفي:

إن من متطلبات تأهيل المؤسسات الصناعية الجزائرية تأهيل الجهاز المصرفي وتفعيل دوره ويكون ذلك من خلال تحسين نوعيه خدماته، و وضع قواعد تسيير أكثر نجاعة تعتمد على معايير موضوعية وتجارية في منح القروض البنكية، مع ضرورة حل مشكلات الضمانات وذلك بإنشاء الصندوق الوطني لضمان الاستثمارات وصندوق رأس مال المخاطرة، كما يجب إعادة التفكير في طريقة تسيير البورصة ووضع الآليات المثلى لعملها من اجل جلب المدخرات المحلية والأجنبية وتمويل المشاريع الاستثمارية بمختلف أحجامها مما يفعل عمل المؤسسات المحلية ويجعلها أكثر تأهيلا لمواجهة المنافسة الشديدة المفروضة عليها.

وكما تم التطرق إليه سابقا فإن تأهيل المؤسسات الاقتصادية وخاصة الصناعية منها تم الاهتمام به نظرا لمختلف التغيرات الحاصلة في المحيط الخارجي للمؤسسة، ما أدى إلى التأثير على محيطها الداخلي سواء كان ذلك من الناحية التقنية والإنتاجية أو الإستراتيجية. وطريقة اتخاذ القرارات أو من ناحية تعامل المؤسسة مع الأطراف الخارجية من زبائن أو مؤسسات منافسة لها و تنشيط في نفس الأسواق التي تنشيط فيها، ما حتم على المسيرين بالمؤسسات الاهتمام أكثر بالجانب التنافسي للمؤسسة ومكانتها من ذلك والعمل على تحسين أدائها لضمان بقائها وإستمراريتها بجانب منافسيها أو بنفهم كلية من السوق، وتوسيع مجال نشاطها، ولما لا اقتحام أسواق جديدة أجنبية. و لهذا الغرض توصلنا من خلال دراستنا إلى استنتاج أن الغرض الأساسي من التأهيل هنا هو الحصول على مركز تنافسي للمؤسسة وتحسين أدائها التنافسي. و سنعتمد على هذا المصطلح في باقي دراستنا لنقصد به المتغير الأنسب للتعبير ولقياس تأهيل المؤسسات الصناعية، ولهذا الغرض سنوضح أكثر في المبحث الموالي جملة من المصطلحات تمثلت في المنافسة، التنافسية في المؤسسة الاقتصادية.

المبحث الثاني: المنافسة و التنافسية الصناعية:

إن مختلف التغيرات الحاصلة على الصعيد الاقتصادي بكل أنشطته الإنتاجية والصناعية، التسويقية والمعلوماتية أدى إلى تزايد الاهتمام بالمنافسة و التنافسية، إذ لم يعد على المؤسسات الصناعية الاكتفاء بتوفير كثافة رأس المال فقط بل وجب عليها مساندة مختلف التطورات العلمية، التقنية، التكنولوجية و التسييرية لمواكبة السوق التنافسي الذي تنشط فيه و ضمان بقائها حيز النشاط وسنتناول من خلال هذا المبحث كل من المنافسة، التنافسية و كذا مختلف المؤشرات التي يمكن لنا من خلالها قياس مدى تنافسية المؤسسة أو القطاع الذي تنشط فيه أو البلد الذي تنتهي إليه.

المطلب الأول: المنافسة مفهومها، مستوياتها وأنواعها

1-تعريف المنافسة

لم يتم الإجماع على تحديد تعريف موحد للمنافسة إذ تعددت التعاريف الخاصة بها "فالمنافسة لغة معناها نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق أو التشبه بالعظماء و اللحاق بهم، وهي الرغبة في الشيء النفيس الجيد من نوعه و الانفراد به (فهيم، 2011، ص320).

فأصل كلمة منافسة يعود إلى الكلمة الفرنسية Concurrence المشتقة من المصطلح اللاتيني Cum Ludere و التي تعني اللعب في جماعة، أو الجري معا في جماعة، لذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعني حالة خصومة، تنافس، صراع و عداء مستمر (لحول، 2008، ص41)

فالمنافسة هي تسابق بين مجموعة من القوى التي تنشط في قطاع معين، من أجل الحصول على الموارد لاستخدامها في نشاطها، على النحو الذي يسمح لها بالبقاء و الاستمرارية و النمو (العابدة، 2013، ص58)

كما يرى للمنافسة على أنها "الصراع بين المنتجين الذين يعرضون منتجات متقاربة أو متماثلة في السوق (Tarondeau, 1998, p33)، فهي حالة المزاومة بين شركتين أو اقتصاديين من أجل كسب أكبر حصة سوقية ممكنة سواء كان ذلك في السوق المحلية أم في السوق العالمية، و بالتالي يخرج أحد الأطراف رابح و الطرف الآخر خاسر، و تعتبر شدة المنافسة أحد مؤشرات التنافسية (المركز الوطني للتنافسية، 2011، ص 09)

ويعتبرها كل من C.W.Hill و G.A.Jones أنها عملية موجهة بواسطة عنصر الابتكار و التجديد وذلك بغرض تحقيق الأرباح و منح المؤسسات حافزا قويا للسعي وراء منتجات أو عمليات و استراتيجيات مبتكرة و جديدة (يحياوي، 2009، ص13)

كما تعرف المنافسة على أنها تعدد المنافسين و تنافسهم لكسب العميل، بالاعتماد على أساليب مختلفة كالأسعار، الجودة، توقيت البيع، أسلوب التوزيع، الخدمة بعد البيع،... الخ (النجار، 2000، ص 20). فهي تعبر عن " التنافس بين عدة متعاملين اقتصاديين، في نفس السوق بغية الوصول إلى الزبائن قصد إشباع حاجاتهم من المنتجات و الخدمات (كتو، 2010، ص10)

من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن المنافسة هي عبارة عن نظام يحتوي على العديد من المنتجين ينشطون بنفس القطاع و في نفس النشاط، و يتسابقون و يتزاحمون فيه و يستعينون في ذلك بأدوات مختلفة كالتحكم في الجودة، و الأسعار، و في أساليب التسويق و البيع... الخ، لكسب أكبر قدر ممكن من الزبائن و ربح و فاءهم للمؤسسة و تحقيق أكبر ربح ممكن و إزالة باقي المنافسين الناشطين بنفس أسواقها.

2- مستويات المنافسة و أنواعها :

1-2 مستويات المنافسة:

بالنظر إلى العلاقة القائمة بين المنتج المباع من طرف المؤسسة و بقية المنتجات المنافسة له بصورة مباشرة أو غير مباشرة، يمكن تمييز مستويات المنافسة التالية: (محبوب، 2016، ص 07)

- على مستوى أول تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار، كل المؤسسات التي تنتج نفس منتجاتها حتى وان لم تكن أسعارها منافسة لها، هنا نجد أن المؤسسة تأخذ بعين الاعتبار احتمالات تطور تلك المؤسسات و ما يمكن أن تشكله عليها من خطر،
- في إطار إستراتيجية أشمل قد تهتم المؤسسة بكل المؤسسات التي تنتج منتجات تلي نفس الحاجة التي تليها منتجاتها حتى و إن لم تكن شبيهة بها، و في هذه الحالة تكون طموحات المؤسسة في التوسع كبيرة،
- على مستوى أوسع قد تهتم المؤسسة بكامل القطاع الذي تتواجد فيه.

و كمثال على هذه المستويات الثلاث، نجد أن مشروبات بيبسي هي بديل قوي لمشروبات

كوكاكولا لأنها تحمل تقريبا نفس الخصائص، وتؤدي نفس الوظيفة كونها تشبع نفس الحاجة وتوجه إلى نفس القطاع السوق، لهذا نقول أننا أمام منافسة بين المنتجات، لكن لو تحدثنا عن العصير مثلا فبالرغم أنه يؤدي نفس الوظيفة، إلا أنه يختلف عن مشروبات كوكاكولا كونه دون غاز، مما يجعله يوجه إلى المستهلكين الذين يفضلون تناول المشروبات غير الغازية، وبالتالي فحديثنا هنا يكون حول المنافسة بين القطاعات، لكن لو تحدثنا عن الماء المعدني مثلا أو حتى ماء الحنفية فهو يوجه إلى المجتمع بأكمله مما يجعلنا نتحدث عن المنافسة العامة (العابد، 2013، ص 60).

2-2- أنواع المنافسة:

تتعدد أنواع المنافسة حسب طبيعة السوق الذي تحتويه والمتعاملين فيه من حيث عددهم وأنشطتهم، سواء كانوا عارضين للمنتجات أو طالين لها، وهذا ما يشكل نوع المنافسة ويجعله مغاير عن الآخر من سوق إلى سوق آخر، ومن نشاط إلى نشاط آخر، ويمكننا عرض هذه الأنواع التي تم حصرها في أربع أنواع كمايلي:

1-2-2 المنافسة التامة أو الكاملة: Perfect Competition:

يتميز سوق المنافسة التامة بوجود عدد كبير من المشترين والبائعين للسلعة، وتنتج المنشآت سلعة متجانسة، ويوجد حرية للدخول إلى السوق والخروج منها، وتوفر المعلومات بشكل كامل للجميع (المرصد الوطني للتنافسية، 2011، ص 09).

تتميز المنافسة التامة بتوازي القوى التنافسية وغياب القوة الاحتكارية أي أن المنافسة تكون على شكل متوازن بين الأطراف المكونة لها، ويتوقف تحديد الأسعار على حجم الطلب على السلعة. فنادرا ما يمكن تحقيق هذا النوع من المنافسة في أرض الواقع، ويمكننا القول بأن هذا النوع يتميز بجملة من الخصائص نوجزها فيمايلي:

- تجانس المنتج عند كل المنتجين له،
- وجود عدد كبير من المنتجين،
- توفر المعلومات عن السوق لجميع المنتجين،
- عدم وجود عوائق تمنع الدخول والخروج من السوق الذي تنشط به المؤسسات.

2-2-2-2 احتكار القلة: Oligopoly:

يتميز سوق المنافسة الاحتكارية بوجود عدد كبير من المنشآت، وتكون السلع متشابهة ولكنها ليست متجانسة، ولا يوجد حرية في الدخول إلى السوق والخروج منها، والمنافسة هنا هي منافسة غير سعرية (المركز الوطني للتنافسية، 2011، ص09)

ويمكننا القول هنا أن هذا النوع من المنافسة يتميز بوجود عدد قليل من المنتجين العارضين لمنتجاتهم في السوق مع صعوبة دخول منتجين آخرين جدد لها، مع عدم تجانس السلع في مواصفاتها وهذا ما يطلق عليه بمنافسة القلة التمييزية.

2-2-3-3 المنافسة الاحتكارية: Monopolistic Competition:

يتميز هذا النوع من المنافسة بتواجد عدد كبير من المنتجين يقدمون منتجات متشابهة وغير متجانسة، ويقع هذا النوع ما بين المنافسة التامة والاحتكار كما أنه يتم رفع عوائق الدخول إلى السوق نوعا ما في ظل هذا النوع من المنافسة.

2-2-4-2 الاحتكار التام: Pure Monopoly:

يتميز السوق حسب هذا النوع من المنافسة بتواجد عارض وحيد للسلعة أي أنه يمثل السوق كله و يسيطر عليه، مع عدم وجود بدائل أخرى للسلعة المعروضة، و وجود عوائق تمنع دخول عارضين آخرين جدد للسوق كعدم توفر المواد الأولية اللازمة و عدم الحصول عليها بسهولة لإنتاج نفس السلعة، وعدم توفر رأس المال اللازم لقيام صناعة مماثلة لها، و وجود قوانين حكومية تمنع إنشاء مؤسسات صناعية أخرى تقوم بإنتاج منتج من نفس النوع لأسباب اقتصادية أو سياسية.

ثمة فرق مفاهيمي هام بين التنافس والتنافسية. فإذا كانت التنافسية تعرف على أنها قدرة البلد العامة على تصريف بضائعه في الأسواق الدولية أو أنها كون البلد الذي يحدد إنجازها في التجارة الدولية بالمعنى الواسع، فإن المنافسة أو المزاحمة هي الشروط التي يتم وفقها الإنتاج والتجارة في البلد المعني وبالتالي التي تصف تلك السوق المعنية (الغزالي، 2003، ص08)، ولنتطرق للتنافسية في المطلب الثاني لتوضيح الفرق بينها وبين المنافسة.

المطلب الثاني: التنافسية الصناعية:

سنتطرق في هذا المطلب إلى كل من تعريف التنافسية من عدة وجهات نظر، و سبب ظهورها والاهتمام بها، وكذا خصائص أهم أنواع لها.

1-تعريف التنافسية الصناعية و سبب ظهورها:

1-1 سبب ظهور التنافسية:

لقد عرف الاقتصاد خلال القرن العشرين قفزة نوعية بكل مجالاته نظرا لمختلف التطورات التكنولوجية التي عرفها المجال الصناعي خلال الثورة الصناعية الأولى، فلم يكن الاهتمام بالتنافسية يمثل أولوية الصناعيين و أرباب العمل خلال تلك الفترة نظرا لزيادة الطلب مقارنة بحجم السلع الصناعية المعروضة آنذاك. فقد كان عدد المتنافسين محدودا و لا يشكل تهديدا فعليا لكل منهم و انصب اهتمام المنتجين في تلك الفترة على تطور العوامل الإنتاجية و التحكم فيها.

إن التحكم في التكنولوجيات الجديدة الناتجة على الثورة الصناعية الأولى، و الإنتاج بكميات هائلة بعد ذلك، و ظهور المصانع في عدة دول و التفكير في كيفية تسييرها بطريقة أحسن، إضافة إلى تطور قنوات التوزيع و تسهيل عملية إيصال المنتجات للمستهلكين، و زيادة و تطور حاجات المستهلكين، و كذا تشجيع ذلك على النطاق الواسع أدى إلى تغير نظرة المنتجين إلى السوق، و التفكير أكثر في تنافسية المؤسسة و العوامل المؤثرة فيها.

تواجه المؤسسات الحالية المنافسة الشرسة و الشديدة نتيجة لتدويل اقتصاديات معظم الدول و انفتاح أسواقها، فلم يعد اهتمام المؤسسات منصب على قدرتها الإنتاجية فقط، و إنما تحول ذلك إلى الاهتمام بقدرتها التنافسية بل تعدى ذلك إلى قدرتها على التنافس و البقاء في الأسواق و اقتحام أسواق جديدة، و تحييد أو عزل منافسيها لتفوز بحصة أكبر و تنشط في بيئة تضمن لها الاستقرار و الأمان، ولهذا أصبح الاهتمام بالتنافسية من أهم ما تصبو إليه المؤسسة مستعملة في ذلك كل الأدوات المتواجدة بمحيطها الداخلي و أو الخارجي الممكن استعمالها.

يمكننا أن نلاحظ مما سبق أن مصطلح التنافسية مرتبط بعدة مصطلحات أخرى فتارة نتكلم عن تنافسية المؤسسة و تارة عن تنافسية الدول، و تارة نتحدث عن نشاط المؤسسات المؤثر على تنافسيها، و تارة أخرى عن محيطها الخارجي الذي أدى إلى تطور الاهتمام بالتنافسية من طرف المؤسسات. و لأجل ذلك نقوم بتوضيح معنى التنافسية في النقطة الموالية.

2-1 تعريف التنافسية:

لقد مر مصطلح التنافسية بعدة تطورات عبر الزمن و سائر بذلك مختلف التغيرات الحادثة في المحيط الخارجي للمؤسسة الاقتصادية وخاصة الصناعية منها. إذ ارتبطت تارة بالتجارة الخارجية، و تارة أخرى بالسياسة الصناعية المتبعة من طرف الدول، و مرة أخرى بالتطورات التقنية الممارسة على مستوى المؤسسات بشتى مجالاتها و أنشطتها، إلى أن أصبح يركز على مستوى معيشة المواطنين و العدالة في توزيع الدخل بينهم لنعبر أن الدولة في أعلى مستوياتها من القدرة التنافسية و المكانة الريادية في السوق الدولية، و رغم كل هذه الإشارات إلى معنى التنافسية إلا أنه بإمكاننا تحديد مفهومها حسب رؤيتين اثنتين تمثلتا في مدرسة رجال الإدارة، و مدرسة الاقتصاديين، و يمكننا توضيح ذلك فيما يلي (المرصد الوطني للتنافسية ، 2011، ص 08):

- مدرسة رجال الإدارة: و يعتبر مايكل بورتر من جامعة هارفارد رائد هذه المدرسة التي تركز على الجوانب المتعلقة بالتكلفة و الإنتاجية، إذ تعتبر التنافسية سياسة وطنية يتم تعزيزها عبر زيادة الإنتاجية اعتمادا على الابتكار في الإنتاج،
- مدرسة الاقتصاديين: و تركز على الرفاه الاقتصادي و ترتبط بالنمو المستدام، و يعتبر الاقتصاد تنافسيا إذا كان قادرا على تحقيق النمو دون الإخلال بميزان المدفوعات، و بالتالي ينعكس هذا النمو على زيادة الرفاهة من خلال الاعتماد على رفع مستوى الإنتاجية و زيادة الإبداع، و التوجه نحو إنتاج السلع كثيفة رأس المال.

كما يختلف تعريف التنافسية حسب درجة تطور اقتصاد البلد الذي تنشط فيه المؤسسة، فالتنافسية في سوق ببلد متطور تختلف عنها في آخر نامي، إذ يمكننا القول أن التنافسية لدى الدول النامية يقصد بها قدرة الدول النامية بكل أنشطتها قطاعاتها و مؤسسات الحفاظ على مكانتها في السوق الدولية و قدرتها على النمو فيها و الحصول على حصة سوقية بها، أما التنافسية بالدول المتقدمة فتتعلق بقدرة هذه الأخيرة على الحفاظ على موقعها الريادي في الاقتصاد العالمي من خلال الإبداع و الابتكار أي أنها وصلت إلى درجة مرتفعة من التطور في تقنيات الإنتاج و التحكم فيها و ما بقي لها سوى الإبداع و الابتكار للتقدم أكثر و حصولها على ميزة تنافسية أحسن و منه مكانة ريادية أحسن مما هي عليه.

و يمكن كذلك تقديم تعريفات مختلفة للتنافسية و على عدة مستويات، إذ يمكن إعطاء تعريفات للتنافسية على مستوى الاقتصاد الجزئي و على مستوى الاقتصاد الكلي أي على مستوى

المؤسسة، القطاع و الدولة و يمكن توضيح ذلك في النقاط التالية:

1-2-1-2-1 تنافسية المؤسسة:

يمكننا تعريف تنافسية المؤسسة على أنها قدرتها على توفير المنتجات المطلوبة من طرف المستهلكين بطريقة فعالة و كفاءة مقارنة بمنافسيها، و هي "مرتبطة أساسا بمنتجات المؤسسة، أسعارها، ووضعتها و بمعنى آخر يتم إدراج بُعد المقارنة بين المنافسين، (يحي، 2013، ص18). كما أنها تعبر عن قدرة المؤسسة على تحقيق أداءات أعلى من المتوسط و تابعة للتسيير الداخلي للمؤسسة، و عن القدرة على الاستثمار و القدرة على التكيف مع متطلبات المحيط " (يحي، 2013، ص 19).

و يمكن اعتبار التنافسية قدرة المؤسسة على بيع منتجاتها بالسعر الذي يسمح لها بأداء التزاماتها اتجاه الغير و يضمن لها تحقيق النمو المستمر. فنجد هنا أن هذا التعريف يركز على عامل السعر. و يمكننا إعطاء تعريف آخر للتنافسية على أنها قدرة الإنتاج (مؤسسة) امتلاك حصة سوقية مهمة بشكل دائم يعود عليها بالمردودية. و يمكننا كذلك أن نورد تعريف آخر ينص على أن التنافسية هي قدرة المؤسسة على اكتساب أو زيادة حصتها في السوق بالاعتماد على عنصرين هما السعر و التميز في جودة المنتجات (العابد، 2013، ص 40)

مما سبق يمكننا القول انه باستطاعتنا تعريف التنافسية من منظورين الأول مبني على أساس السعر و التكاليف و الثاني على أساس الحصة السوقية و عليه يمكننا تقديم ذلك كما يلي:

• تعريف مبني على التكاليف:

إن تنافسية منتج معين هي القدرة على عرضه في السوق بسعر أقل أو مساوٍ لأسعار المنافسين الفعليين أو المحتملين ، ولكنه كافي لدفع مقابل عوامل الإنتاج، وتوليد هامش ربح أكبر من هامش المنافسين أو مساوي له. و بالنسبة لمؤلفي مجموعة بوسطن الاستشارية (BCG) فتمثل تنافسية المؤسسة في قدرتها على الإنتاج بأقل التكاليف الممكنة (Belkasssem, 2013, P60).

كما عرفت تنافسية المؤسسة على قدرتها على إنتاج السلع و الخدمات المضبوطة و المطلوبة من النوعية الجيدة بالسعر المناسب و في التوقيت الملائم، و أنها تعني القدرة كذلك على تلبية حاجات المستهلكين بكفاءة أكثر من المؤسسات الأخرى (تجاني، 2016، ص 09)

و تعني كذلك قدرة المؤسسة على تعظيم الأرباح أي أن التركيز جاء على عامل الربح كمؤشر

للتنافسية، كما يمكن القول أن التنافسية تعني هنا القدرة الحالية والمستقبلية على تصميم وإنتاج سلع أو خدمات بجودة عالية (مناسبة) وتكلفة قليلة نسبيا لتعظيم الأرباح في المدى الطويل (النسور، 2009، ص15)

• تعريف مبني على الحصبة السوقية:

نقول أن المؤسسة تنافسية في السوق الذي تنشط فيه إذا كانت قادرة على الدفاع والحفاظ على حصتها السوقية، وكذا الحصول على حصة سوقية أكبر مما كانت عليه سابقا.

2-2-1 التنافسية على مستوى الفرع أو القطاع:

يعتبر مفهوم التنافسية على مستوى القطاع أكثر شمولاً من مستوى المؤسسة، حيث أنه يشمل ضمناً مفهوم تنافسية المؤسسة، ويمكن تعريف التنافسية على مستوى القطاع على أنها قدرة مؤسسات ذلك القطاع على ممارسة أنشطتها بطريقة مربحة و مستمرة في سوق حرة (تجاني، 2016، ص8)

وتعرف التنافسية على هذا المستوى بأنها قدرة القطاع على تحقيق القيمة المضافة العالية، ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات مرنة وناظمة لها تتماشى مع التطورات الاقتصادية، وضمن آليات فعالة لقوى السوق من ناحية الموردين والمستهلكين، بالإضافة إلى حرية الدخول إلى سوق والعمل و الخروج منه (المرصد الوطني للتنافسية، 2011، ص04)

كما تعني تنافسية قطاع ما قدرة المؤسسات المنتمية لنفس القطاع الصناعي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية (رزيق، 2001، ص02).

3-2-1 التنافسية على مستوى الدولة:

لقد تعددت تعاريف التنافسية على مستوى الدولة أي تنافسية الدول في ما بينها وهذا ما جعلنا نحاول القيام بمسح لها من خلال التطرق إلى تعريفها عند مختلف المنظمات والهيئات الدولية الخاصة بالتنافسية والاقتصاد الدولي ولنتطرق لأهمها في النقاط التالية:

• تعريف معهد التنافسية الدولية:

يرى معهد التنافسية الدولية أن تنافسية الدولة تتعلق بالأداء الحالي و الكامن للأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالتنافس مع الدول الأخرى، وهي قدرة الدولة على الإنتاج الكفاء و عالي الجودة وبتكلفة اقل، و قدرتها على التصدير و استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.(حامد، 2011، ص 27)

كما تعبر التنافسية حسب المعهد على قدرة المؤسسة على الإنتاج بشكل اكبر و أكثر كفاءة نسبيا، و زيادة مبيعاتها من السلع المصنعة، و التحول نحو السلع عالية التقانة و التصنيع ذات القيمة المضافة العالية، و تحقيق دخل قومي أعلى للفرد، و استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة و التي ترتبط بمدى توفير الدولة لبيئة مناسبة (المركز الوطني للتنافسية، 2011، ص 06).

• تعريف المنتدى الاقتصادي العالمي WEF:

و يرى المنتدى الاقتصادي العالمي أن تنافسية الأمم هي قدرتها على تحقيق نمو اقتصادي مستمر على المدى المتوسط و الطويل (تيجاني، 2016، ص 06)، كما يعرف تنافسية الدول على أنها مجموعة المؤسسات و السياسات و العوامل التي تحدد مستوى الإنتاجية في الاقتصاد(المركز الوطني للتنافسية، 2011، ص 25)

• تعريف منظمة التنمية و التعاون الاقتصادي: OCDE:

عرفت منظمة التنمية و التعاون التنافسية على أنها القدرة على توليد المداخل من عوامل إنتاج تكون مرتفعة نسبيا، بالإضافة إلى توليد مستويات عمالة مستدامة لعوامل الإنتاج (رزيق، 2005، ص 04)

كما أنها تمثل القدرة على إنتاج السلع و الخدمات التي تواجه اختبار المزاومة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي، و في وثيقة أخرى للمنظمة فتعتبر تنافسية الأمة على انه ما هو إلا قدرتها على توليد الموارد اللازمة لمواجهة الحاجات الوطنية (عدنان وديع، 2003، ص 05)

• تعريف منظمة الأمم المتحدة للتعاون و التنمية: CNUCED:

يركز تعريف منظمة الأمم المتحدة للتعاون و التنمية على الفعالية التجارية، إذ أن تنافسية بلد ما هي قدرته على الحفاظ على حصصه على مستوى الأسواق و توسيعها، أي تنوع و توسيع أماكن التدخل (الأسواق) من خلال تنوع الصادرات(CNUCED, 2002, P26).

- تعريف المعهد الدولي للتنمية والإدارة: IMD:

يعرف المعهد الدولي للتنمية والإدارة التنافسية على أنها قدرة البلد على توليد القيمة المضافة العالية، وبالتالي زيادة الثروة الوطنية، وتحقيق الازدهار للشعوب. كما أنها جزء من اقتصاد المعرفة الذي يحلل الوقائع والسياسات والتي تحدد قدرة الدولة على إيجاد بيئة مناسبة والحفاظ عليها، والتي تساعدها على توليد القيمة المضافة المستدامة لمؤسساتها. (المركز الوطني للتنافسية، 2011، ص05)

- تعريف المعهد العربي للتخطيط: API:

يعرف المعهد العربي للتخطيط التنافسية على أنها الأداء النسبي الحالي والكامن للاقتصاديات في القطاعات والأنشطة المتنافسة مع الاقتصاديات الأخرى. ويتناول هذا التعريف الأنشطة التصديرية، ومنافسة المستوردات، والاستثمار الأجنبي المباشر. (المركز الوطني للتنافسية، 2011، ص05)

بعد توضيحنا للتنافسية في هذه النقطة نتطرق الآن إلى أنواع التنافسية

2-أنواع التنافسية:

يمكننا التمييز بين عدة أنواع للتنافسية الصناعية ولنتطرق لها من خلال الأربعة أنواع التالية:

1-2تنافسية التكلفة أو السعر: (تجاني، 2016، ص22)

تمتلك المؤسسة تنافسية السعر من خلال تحقيقها تكلفة منخفضة مقارنة مع منافسيها، ويرتبط هذا النوع من التنافسية بعاملين رئيسيين، الأول تكلفة الإنتاج الداخلية والتي تتعلق بتكلفة الأجر للوحدة، والثاني معدل سعر الصرف.

2-2التنافسية غير السعرية: (تجاني، 2016، ص22)

التنافسية خارج السعر يطلق عليها كذلك التنافسية الهيكلية، وهي تعني التنافسية التي تؤثر على الطلب بفضل مجموعة عوامل بعيدة عن السعر تتعلق بالجودة وتميز المنتج، فهي تعتمد على

المرونة، البحث و التطوير، الإبداع، المهارات و الكفاءات و تسير المعرفة حول التكنولوجيا. و تتعلق التنافسية خارج السعر بالقدرة الداخلية على الإنتاج و التوزيع من خلال العوامل الهيكلية كالقدرات المالية، فاعلية التسيير، الاستثمار الوطني، الحماية التجارية، الاستثمار في رأس المال البشري حيث تؤثر هذه العوامل الهيكلية على التنافسية في المدى الطويل.

2-3 التنافسية النوعية: (محبوب، 2016، ص71)

وتشمل بالإضافة إلى النوعية و الملائمة عنصر الابتكارية. فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة، و الأكثر ملائمة للمستهلك، وحيث المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق يتمكن من تصدير سلعه حتى ولو كانت أعلى سعرا من سلع منافسيه.

2-4 التنافسية التقنية: (محبوب، 2016، ص71)

حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في صناعات عالية تقنية.

ويمكننا أن نبين الآن كيفية قياس التنافسية و المؤشرات المعتمدة في ذلك في المطلب الموالي.

المطلب الثالث: مؤشرات قياس التنافسية:

هناك العديد من المؤشرات التي يُعتمد عليها لقياس التنافسية سواء كان ذلك على مستوى المؤسسة، قطاع النشاط أو البلد، و سنتناول هذه المؤشرات لكل منها في النقطة التالية

1 مؤشرات التنافسية على مستوى المؤسسة:

تعرف التنافسية المؤسسة على أنها قدرتها على تلبية حاجات المستهلكين و إنتاج السلع بالسعر المناسب، و الجودة المناسبة و في الوقت المناسب مقارنة بالمنافسين الآخرين، و لقياس مدى إمكانية المؤسسة في تحقيق ذلك نلجأ إلى استعمال مؤشرات خاصة بقياس تنافسية المؤسسات و المتمثلة في الربحية، الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج، تكلفة الصنع و الحصة السوقية.

1-1 الربحية:

"يشكل الربح مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية و مقياسا لها، و إذا كان ربح المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن يمتد إلى فترة من الزمن فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق

بالقيمة السوقية لها، إن نسبة القيمة السوقية للدين ورؤوس الأموال الخاصة بالمؤسسة على تكلفة استبدال أصولها تسمى مؤشر توبين (Tobin) فإن كانت هذه النسبة أصغر من الواحد فإن المؤسسة ليست تنافسية" (النسور، 2009، ص 25).

كما يمكننا استعمال عدة نسب ضمن هذا المؤشر من أهمها مايلي:

- المردودية الاقتصادية = (نتيجة الاستغلال - الضرائب على الأرباح) / الأصول،
- المردودية المالية = النتيجة الصافية / الأموال الخاصة
- نسبة هامش الربح = الربح الإجمالي / رقم الأعمال
- نسبة الأرباح = النتيجة الصافية / رؤوس الأموال
- مردودية المبيعات = النتيجة الصافية / عدد العمال

2-1 تكلفة الصنع:

يمكن اعتبار تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس إلى تكلفة المنافسين كمؤشر كافي عن التنافسية في فرع نشاط ذو إنتاج متجانس، ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمؤسسة، ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تكون بديلا جيدا عن تكلفة الصنع المتوسطة، وهذا عندما تشكل اليد العاملة النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية (سحنون، 2010، ص 03).

13-1 الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج:

تقيس الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج "الفعالية التي تحول المؤسسة بها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات لكن هذا المفهوم لا يوضح مزايا و مساوي تكلفه عناصر الإنتاج " (عدنان وديع، 2003، ص 14)

نستطيع أن نقارن الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج أو نموها بعدة مؤسسات على المستويات المحلية والدولية ويمكن إرجاع نموها سواء إلى التغيرات التقنية وتحرك دالة التكلفة نحو الأسفل أو إلى تحقيق و فرات الحجم، كما يؤثر دليل النمو بالوفرات عن الأسعار المستندة إلى التكلفة الحدية ويمكن تفسير الإنتاجية الضعيفة بإدارة أقل فاعلية أو بدرجة من الاستثمار غير فاعلة أو بكليهما معا (حسن، دون سنة، ص 08)

4-1 الحصص من السوق:

وهي المقدار الذي تستحوذ عليه المؤسسة من السوق الداخلي أو الخارجي، ويمكن أن تكون حصتها من السوق الداخلي كبيرة نظرا لأنها تستفيد من الحماية المفروضة على سوقها المحلية من طرف الدولة في حين لا تستطيع المنافسة على المستوى الدولي، لأن حصتها لا تعكس تنافسيتها الحقيقية (يجي، 2013، ص 24)

ولقد أصدرت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية سنة 1991، بعض النتائج المحققة في مؤشرات التنافسية كما يلي:

- ينتج عن العوامل المساهمة في التنافسية مجموعة كبيرة من المؤشرات المتنوعة، كالحصص من السوق والاستثمارات وتوزيع الأرباح... وغيرها، وذلك بهدف تقييم تنافسية المؤسسات،
- لا يمكن حصر تنافسية المؤسسة في الأسعار أو في تكلفة عوامل الإنتاج (الأجور وتكاليف اليد العاملة والمواد الأولية)، وذلك في أغلب النشاطات الاقتصادية،
- توجد عوامل عديدة لا ترتبط بالسعر، لكنها تؤدي إلى فروقات معتبرة في إنتاجية اليد العاملة ورأس المال (اقتصادية الحجم، سلسلة لعمليات، حجم المخزون، التسير، علاقات العمل.. الخ) وفي جودة مردودية المنتجات،
- المؤسسة التي تعتمد على تقليص تكلفة عوامل الإنتاج لتحسين موقعها التنافسي تكون في وضعية هشّة اتجاه منافسة مؤسسات أخرى تعتمد على عوامل إنتاج أرخص،
- إن التركيز على تنافسية المؤسسة يتطلب استخدام تقنيات إنتاج مرنة ورقابة مستمرة على النوعية والتكاليف والتطلع إلى الأمد الطويل أكثر من الأمد القصير.

2 مؤشرات التنافسية على مستوى القطاع:

يمكن قياس تنافسية فرع نشاط ما من خلال استعمالنا لمؤشرات خاصة بذلك، وأهم هذه المؤشرات مؤشرات التكاليف والإنتاجية، ومؤشر الميزة النسبية الظاهرة، كما يتم ذلك بمقارنة هذه المؤشرات مع مثيلاتها في فرع النشاط المقابل لبلد آخر.

1-2 مؤشرات التكاليف والإنتاجية:

يكون فرع النشاط تنافسيا إذا كانت الإنتاجية الكلية للعوامل فيه متساوية أو أعلى منها لدى

المؤسسات الأجنبية المزاخرة أو كان مستوى تكاليف الوحدة بالمتوسط يساوي أو يقل عن تكاليف الوحدة للمزاحمين الأجانب (الغزالي، 2003، ص 14). و يمكننا وضع المعادلة التي تعبر عن دليل تنافسية تكلفة اليد العاملة لفرع النشاط i في البلد j في الفترة t كمايلي: (عدنان ودبيع، 2003، ص 14)

$$CUMOijt = WijtXRjt / (g / L) ijt$$

حيث:

- $Wijt$: تمثل معدل أجر الساعة في فرع النشاط (i) في البلد (j) وفي الفترة (t)
 - $XRjt$: يمثل سعر صرف الدولار الأمريكي بعملة الدولة (j) خلال الفترة (t)
 - $(g/L) ijt$: يمثل الإنتاج الساعي في فرع النشاط (i) في البلد (j) وفي الفترة (t)
- و بذلك يصبح من الممكن التعبير عن التكلفة الوحودية لليد العاملة النسبية للبلد (j) مع البلد (K) من خلال المعادلة التالية:

$$CUMOikt / CUMOijt = CUMORijt$$

حيث:

- $CUMORijt$: التكلفة الوحودية لليد العاملة النسبية في البلد (j) مع البلد (K)
 - $CUMOijt$: التكلفة الوحودية لليد العاملة لفرع النشاط (i) في البلد (j) وفي الفترة (t)
 - $CUMOikt$: التكلفة الوحودية لليد العاملة لفرع النشاط (i) في البلد (k) وفي الفترة (t)
- و يعود ارتفاع تكلفة اليد العاملة الوحودية للبلد (j) إلى الأسباب التالية: (الغزالي، 2003، ص 15)

- ارتفاع معدل الأجور والرواتب بشكل أسرع مما يجري في الخارج،
- ارتفاع إنتاجية اليد العاملة بسرعة أقل من الخارج،
- زيادة قيمة العملة المحلية بالقياس مع عملة بلدان أخرى.

2-2 مؤشرات التجارة والحصة من السوق الدولية :

يُستعمل الميزان التجاري وأيضاً الحصة من السوق الدولية كمؤشرات تدل عن تنافسية القطاع، ففي نطاق التبادل الحر يخسر فرع النشاط تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية، أو أن حصته من المستوردات الوطنية الكلية تتزايد لسلعة معينة آخذاً بالاعتبار حصة

تلك السلعة في الإنتاج الوطني الكلي. كما أن فرع النشاط يخسر تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الدولية الإجمالية لسلعة معينة أو أن تتصاعد حصته من الواردات الدولية آخذا بعين الاعتبار حصة البلد المعني في التجارة الدولية (عميش، 2010، ص 07)

2-3 الميزة النسبية الظاهرة:

لقد وضع بورتير مؤشر الميزة النسبية الظاهرة (Revealed Comparative Advantage Index) RCA كمقياس و مؤشر لقياس تنافسية قطاع نشاط في الدولة z و لفرع النشاط الاقتصادي أو لمجموعة من المنتجات i، كالتالي: (النسور، 2009، ص 27)

$$(RCA Ij) = [(X_{ij} / X_{iw}) / (X_j / X_w)]$$

حيث:

X_{ij} : تمثل صادرات الدولة من السلعة i.

X_{iw} : تمثل صادرات العالمية من السلعة i.

X_j : تمثل صادرات الإجمالية من السلعة j.

X_w : تمثل صادرات العالمية الإجمالية.

يدل مؤشر الميزة النسبية الظاهرة على القوة التصديرية للدولة، و إذا كان أكبر من 01 ، فذلك يعني أن الدولة z تكتسب ميزة نسبية ظاهرة في السلعة i، أما إذا كان أقل من الواحد فهذا معناه أنه ليس للدولة ميزة نسبية.

3- مؤشرات التنافسية على مستوى الدولة:

يتم الاعتماد على عدة مؤشرات لقياس تنافسية دولة ما من بينها نمو الدخل الحقيقي للفرد ونتائج التجارة الخارجية للدولة و حالة ميزانها التجاري، و كذا حصتها من السوق الدولية، و نسبة صادراتها مقارنة ب وارداتها، كما تقوم بعض المنظمات الدولية بنشر مختلف التقارير الخاصة بتنافسية الدول و كل منها يحدد مؤشرات لذلك كالمنتدى الاقتصادي العالمي و المعهد الدولي للتنمية و الإدارة. وغيرها.

و يرى عبد الله علاوي أن تنافسية الدولة i في الفترة t (C_{ti}) تقاس بقدرتها على الرفع و الحفاظ على حصتها من الصادرات X_{ti} في فترة زمنية معينة t تتماشى مع نفس فترة الصادرات العالمية

X_{tm} ومنه فإن الصيغة المبسطة التي تحدد التنافسية العالمية لكل دولة هي من الشكل التالي:

$$Ct_i = f(X_{ti}/X_{tm}) \quad (\text{تجاني، 2016، ص 18})$$

ولتحديد مدى تنافسية دولة ما يتم التركيز عادة على نمو الدخل الحقيقي للفرد أو على نتائج التجارة الخارجية له، إضافة إلى المؤشرات التي تم وضعها من طرف بعض الهيئات المعنية بقياس التنافسية على مستوى الدول ولنتناول كل منها في النقاط التالية.

3-1 نمو الدخل الحقيقي للفرد :

تعتبر العلاقة الموجودة ما بين الدخل الحقيقي للفرد والإنتاج الكلية لعوامل الإنتاج علاقة ارتباط وثيقة، فإذا زادت الإنتاجية الكلية أدى ذلك إلى زيادة الدخل الحقيقي للفرد فيزيد طلبه على المنتجات المحلية ويزيد بذلك حجم الإنتاج مما يؤدي إلى تقليص الواردات مقارنة بصادرات الدولة، ويؤدي إلى زيادة الطلب على العملة المحلية مقارنة بالأجنبية، وهذا ما يؤدي إلى ارتفاع قيمة العملة وتغطية قيمة الواردات بذلك وخلق توازن في الميزان التجاري للدولة.

ويمكن أن تتحسن حدود التبادل للدولة وبالتالي دخل الفرد فيه إذا كان هناك طلب دولي إضافي على السلع والخدمات التي يصدرها أو كان هناك عرض دولي فائض من السلع والخدمات التي يستوردها. لذلك فإن مقارنة التنافسية الوطنية المستندة على التجارة وتلك المستندة على دخل الفرد مترابطتين. (الغزالي، 2003، ص 20)

كما لا يتم عادة التفريق بين الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج ونمو الدخل الحقيقي للفرد عند قياس مدى تنافسية دولة ما، كما يقصد عادة بذلك إنتاجية اليد العاملة والتي يمكننا استعمالها كمؤشر لقياس تنافسية الدول على المستوى الخارجي. كما يمكننا الاعتماد على مؤشرات التجارة الخارجية في ذلك كذلك الأمر الذي سنوضحه في العنصر الموالي.

3-2 النتائج التجارية:

سيتم الاعتماد في هذا العنصر على رصيد الميزان التجاري وتركيب الصادرات وحصص السوق لقياس مدى تنافسية دولة ما .

3-2-1 رصيد الميزان التجاري :

تعتبر حالة الميزان التجاري بصفة عامة و حسابه الجاري بصفة خاصة عن مدى تنافسية دولة ما، إذ يمثل الحساب الجاري الحركة الحقيقية للسلع والخدمات داخل وخارج البلد، و يترجم قيمة و حجم الواردات المتأتية من الخارج و مدى الطلب على المنتجات الأجنبية في السوق المحلية، و عن قيمة و حجم الصادرات المتجهة نحو الخارج و مدى الطلب على المنتجات المحلية من السوق الأجنبية، وهذا ما يعبر عن مدى تنافسية و اقتحام المنتجات المحلية لأسواق أخرى مقارنة بالمنتجات الأجنبية.

2-2-3 تركيب الصادرات و حصة السوق:

إن التركيز المعطى لتركيب الصادرات يربط مقارنة التنافسية المعتمدة على النتائج التجارية مع التنافسية المستندة إلى نمو الانتاجية. وقد استعمل بعض الباحثين تقنية تقيس نسبة الصادرات لبلد ما العائدة للقطاعات ذات القيمة المضافة المرتفعة لكل عامل. فإذا كانت هذه النسبة كبيرة نسبيا أو في تصاعد فهذا يسمح بافتراض وجود أو تحسن الميزة النسبية في القطاعات التي تكون فيها الأجور مرتفعة.

أما بالنسبة للحصة السوقية فوجب أن يكون للبلد حصة سوقية كبيرة لا تميل إلى الثبات أو التراجع في الأسواق الدولية، إلا انه من المهم أن يكون ذلك في سوق صاعدة و متطورة، فزيادة الحصة السوقية للدولة في سوق أقل قد يزيد من خسائرها و يخفض من تنافسيتهما مع تدهور هته السوق.

و يمكننا كذلك التطرق إلى قياس التنافسية الدولية لدى بعض الهيئات المعنية بذلك.

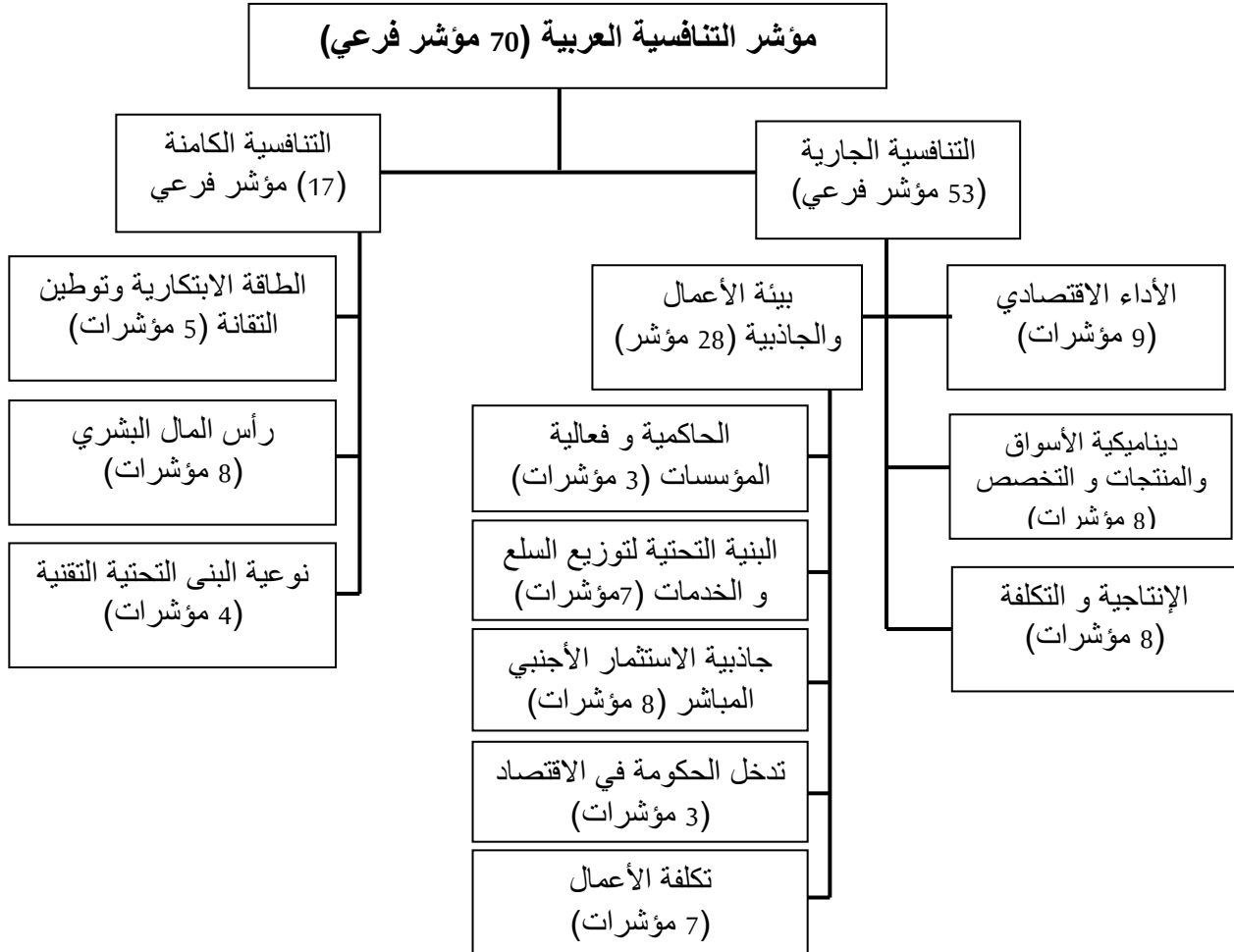
3-3 قياس التنافسية عند بعض الهيئات الدولية:

سنتطرق لمختلف مؤشرات التنافسية في كل من المعهد العربي للتخطيط، المعهد الدولي للتنمية و الإدارة و المنتدى الاقتصادي العالمي.

1-3-3 المعهد العربي للتخطيط API :

لقد قام المعهد العربي للتخطيط بوضع و تشكيل مؤشر لقياس تنافسية الدول العربية، إذ تم تكوينه من مؤشرين فرعيين تمثلا في مؤشر التنافسية الجارية و مؤشر التنافسية الكامنة و سنقوم بتوضيح ذلك من خلال الشكل رقم 02 الموالي:

شكل رقم 02: مكونات مؤشر التنافسية حسب المعهد العربي للتخطيط



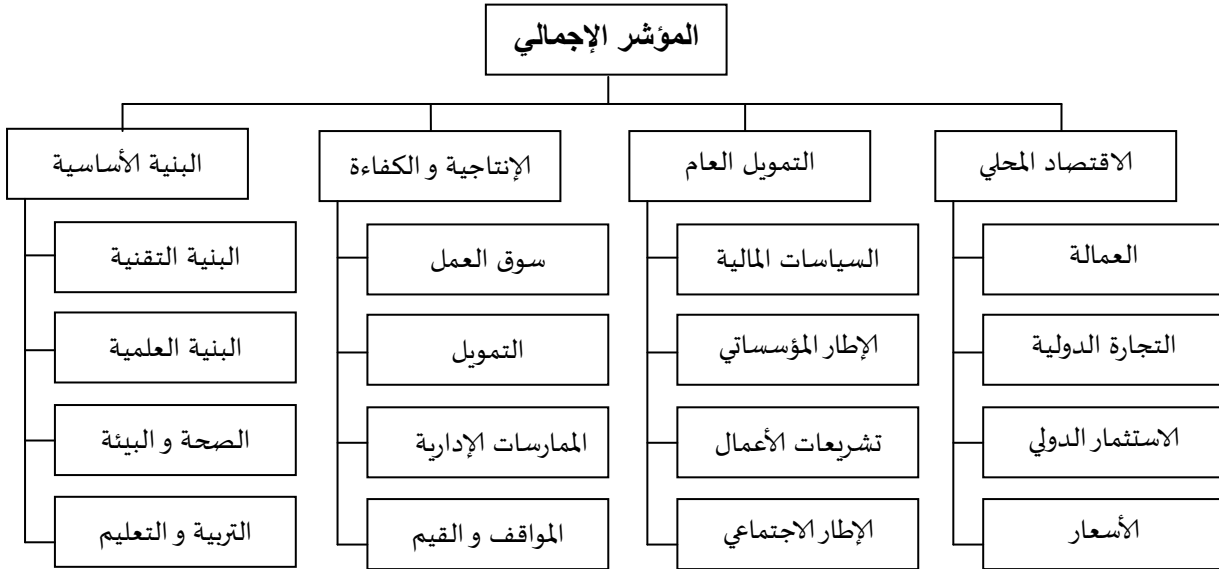
المصدر: المرصد الوطني للتنافسية، التنافسية في الفكر الاقتصادي، مصر، 2011، ص 23.

فكما يوضحه الشكل رقم 02 السابق فإن المعهد العربي للتخطيط قام ببناء مؤشر تنافسية الدول العربية بتقسيمه إلى قسمين قسم خاص بالتنافسية الجارية ويحتوي على 53 مؤشر فرعي يهتم بكل من الأداء الاقتصادي وكل ما يؤثر عليه من ديناميكية الأسواق وبيئة الأعمال إضافة إلى إنتاجية وعمل المؤسسات بصفة عامة. أما بالنسبة للشق الثاني فتمثل في التنافسية الكامنة والتي تحتوي على 17 مؤشر توزعت ما بين الطاقة الابتكارية والتقنية المستعملة، والتي تضمن وتساعد على ديمومة تنافسية الدول.

2-33-المعهد الدولي للتنمية والإدارة IMD :

يضم مؤشر التنافسية للمعهد الدولي للتنمية والإدارة عدة مؤشرات كما هو موضح في الشكل رقم 03 الموالي:

شكل رقم 03: مكونات مؤشر التنافسية حسب المعهد الدولي للتنمية والإدارة



المصدر: المرصد الوطني للتنافسية، التنافسية في الفكر الاقتصادي، مصر، 2011، ص 24.

يبين الشكل رقم 03 السابق أربع مجموعات من المؤشرات الفرعية المكونة للمؤشر الإجمالي للتنافسية حسب المعهد الدولي للتنمية والإدارة، إذ تضم المجموعة الأولى تحت عنوان الاقتصاد المحلي كل من مؤشرات التجارة الدولية، الاستثمار الدولي، العمالة والأسعار، أما المجموعة الثانية بعنوان التمويل العام فتركز على السياسات المالية وتشريعات الأعمال المطبقة من طرف الحكومات ومؤشرات الإطار الاجتماعي والمؤسسي في الدول، أما المجموعة الثالثة فتقيس إنتاجية وكفاءة قطاع الأعمال من حيث التمويل، الممارسات الإدارية وسوق العمل، وبالنسبة للمجموعة الأخيرة المتعلقة بالبنية التحتية فتركز على كل من البنية التقنية والعلمية والبيئية والصحية والتعليمية للدول.

3-3-3 المنتدى الاقتصادي العالمي WEF :

يتضمن مؤشر قياس التنافسية حسب المنتدى الاقتصادي العالمي عدد من المؤشرات التي تؤثر على تنافسية الدول في مختلف مراحل نموها. وتنقسم إلى ثلاث مجموعات سميت الأولى بالمتطلبات الأساسية وتضم كل من مؤشرات المؤسسات، البنية التحتية، بيئة الاقتصاد الكلي، الصحة والتعليم. أما المجموعة الثانية فتعنى بتعزيز الكفاءة وتضم كل من التعليم العالي والتدريب،

كفاءة و حجم أسواق المال و السلع، تطور السوق المالية، و جاهزية التقانة، أما المجموعة الأخيرة فتخص عوامل الابتكار وتطور قطاع الأعمال و الإبداع و يمكننا توضيح ذلك في الشكل رقم 04 الموالي.

شكل رقم 04: مكونات مؤشر التنافسية حسب المنتدى الاقتصادي العالمي:



المصدر: المرصد الوطني للتنافسية، التنافسية في الفكر الاقتصادي ، مصر، 2011، ص 27.

و يستخدم المنتدى الاقتصادي العالمي في إعداد التقارير حول التنافسية العالمية نوعين من البيانات منها الرقمية و يتم الحصول عليها من البنك الدولي و من صندوق النقد الدولي، و منظمة الصحة العالمية و اتحاد الاتصالات العالمي. و بيانات أخرى تسمى ببيانات مسح رأي قطاع الأعمال و تضم كل المعلومات حول رجال الأعمال في مختلف القطاعات، كما تعبر عن مدى سلامة بيئة الأعمال و ارتباطها بالاقتصاد العالمي.

كما يعامل المنتدى الاقتصادي العالمي الدول المدرجة في التقرير معاملة مختلفة ووفقا لمرحلة

التطور الاقتصادي الذي بلغتها الدولة حيث يقسمها إلى ثلاث مراحل للنمو فكلما تقدمت الدولة في النمو الاقتصادي كلما تمت معاملتها بشروط أقسى في حساب مؤشر التنافسية الإجمالي، وذلك وفقا لأوزان مختلفة تم وضعها للمؤشرات الفرعية الثلاثة لمؤشر التنافسية العالمي. ولنبين مراحل النمو الاقتصادي حسب المنتدى الاقتصادي العالمي فيمايلي: (المصدر الوطني للتنافسية، 2011، ص 25)

- مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على عوامل الإنتاج: وهي الدول التي تعتمد على الموارد الطبيعية المتوفرة، واليد العاملة الرخيصة، والموقع الجغرافي المتميز، والمناخ المناسب،
- مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على الكفاءة: وهي الاقتصاديات التي تعتمد على الكفاءة في استخدام عوامل الإنتاج المتاحة،
- مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على الابتكار: وهي الاقتصاديات التي وصلت إلى مرحلة متقدمة من التطور الاقتصادي، وتعتمد على الإبداع والابتكار بوصفها محرك أساسي للنمو.

بعد تعريفنا في هذا المبحث بالمنافسة والتنافسية وكل من مستوياتها وأنواعها ثم تطرقنا إلى مختلف مؤشرات قياسها على مستوى المؤسسة، قطاع النشاط، والدولة نتناول في المبحث الموالي الأداء التنافسي للمؤسسات الصناعية والتي لها ارتباط وثيق بتأهيل المؤسسات المصطلح محل دراستنا.

المبحث الثالث: الأداء التنافسي ومؤشرات قياسه:

يعتبر الأداء التنافسي مصطلح ذو صلة بأداء المؤسسات ونوع من أنواعه، وبما أننا سبق وأن تحدثنا عنه في المبحث الأول، ووقفنا على اقترانه وارتباطه الوثيق بتأهيل وبتنافسية المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة و الصناعية بصفة خاصة و تخصيصنا لمبحثين لكلاهما. نتطرق الآن إلى توضيح كل ما يتعلق بالأداء التنافسي، ولنبدأ بالشق الأول منه ألا وهو مصطلح الأداء.

المطلب الأول: أساسيات حول الأداء

لقد تطورت النظرة لأداء المؤسسات حسب تطور السوق و بيئة المؤسسة، و حسب نظرة مختلف مدارس و نظريات الفكر الاقتصادي عبر الزمن. فإذا نظرنا لتطور السوق فإن أداء المؤسسة بعد الثورة الصناعية الثانية أين فاق عرض السلع عن الطلب عليها ارتبط بكل من وظيفة الإنتاج و منه الإنتاجية.

أما خلال مرحلة ما سمي في بعض المراجع بالثورة الصناعية الثالثة (و هي ثورة المعلومات و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال) فقد تميز السوق فيها بالتنافس ما حتم على المؤسسات ضرورة حماية حصتها السوقية، فاخذ مصطلح الأداء معنى جديد و ارتبط بضرورة تحقيق المؤسسة لما قامت بتخطيطه، و استعانت في التأكد من ذلك بالتقنيات الكمية للتسيير، كما كان للمورد البشري دورا أساسيا لتحديد أداء المؤسسة.

وقد أصبح مصطلح الأداء أكثر تعقيدا و تعلقا بتقلبات السوق و بتغير سلوكات المستهلك، و لم يعد التحكم في العمليات الإنتاجية والتنظيمية وحده يكفي لتحقيق أداء جيد للمؤسسة، إذ ارتبط بالإستراتيجية المتبعة في السوق و الاهتمام أكثر برضا الزبون و جودة المنتجات، و أخذ معنى خارجيا عن المؤسسة متجها نحو التنافسية على مستوى السوق الداخلية و الخارجية. و لم يتوقف على الحفاظ على الحصة السوقية فحسب بل تعدى ذلك إلى طموح المؤسسة إلى توسيع رقعة نشاطها و الرفع من حصتها السوقية، خاصة وأن الفترة الأخيرة تميزت باشتداد المنافسة نظرا للتحكم أكثر في العمليات الإنتاجية وتنظيمها و استعمال تكنولوجيات تساعد على الإنتاج بكميات هائلة في فترة وجيزة و بفعالية و كفاءة مرتفعة.

بعدها تعرضنا لنظرة شاملة عن أداء المؤسسة يمكننا وضع تعريفا له في النقطة الموالية.

1-تعريف الأداء:

إن اختلاف الكتاب حول مفهوم الأداء ينبع من اختلاف المعايير و المقاييس التي يعتمدونها في دراسة الأداء و قياسه في الشركات، فهناك من عرفه على انه النتيجة النهائية للأنشطة و الفعاليات داخل المؤسسة و قدرتها على تحقيق أهدافها المالية، الاجتماعية و الأخلاقية.(الطويل، 2018، ص 77)

ويعود أصل مصطلح أداء لغة إلى اللفظ اللاتيني Performare، و منها اشتق اللفظ الانجليزي Performance و التي تعني لغة القيام بالعمل و انجازه.

أما اصطلاحا فيعرف بأنه المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام لتحقيقها، و يعكس كلا من الأهداف و الوسائل اللازمة لتحقيقها، أي انه مفهوم يربط بين أوجه النشاط و بين الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها (فلاح، 2000، ص 231)

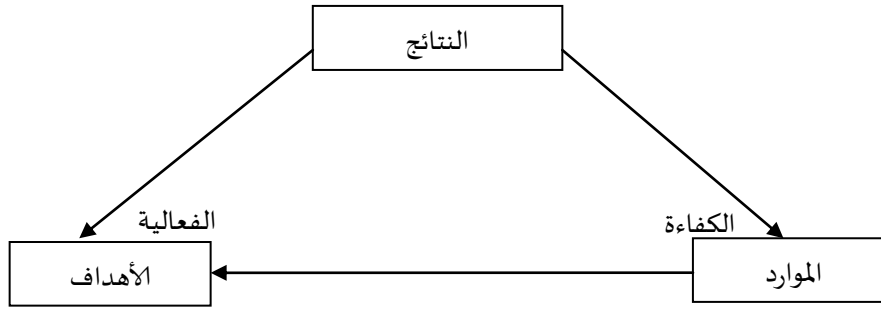
كما يعتبر الأداء مجموعة النتائج المترتبة على الأنشطة و الممارسات التي تقوم بها المؤسسة، و التي يتوقع منها أن تقابل الأهداف المخططة و الموضوعة، كما ينظر إليه على انه النتيجة النهائية لنشاطات المؤسسة (مسغوني، 2013، ص 98)

و يعرف الأداء على أنه مدى مساهمة الأنشطة في خلق القيمة، و تحقيق الأهداف التنظيمية مهما كانت طبيعة و تنوع هذه الأخيرة، هذا التحقيق يمكن أن يفهم في اتجاهه المباشر (النتائج) أو بالمفهوم الواسع للعملية التي تؤدي للنتائج (محبوب، 2016، ص 78)

و يقصد بالأداء كذلك درجة النجاح التي تحققها المؤسسة في انجاز الأهداف المحددة مسبقا، ودرجة بلوغ الفرد أو المنظمة للأهداف المخطط لها بكفاءة و فعالية (سيد مصطفى، 2002، ص 415)، فالأداء انعكاس استخدام المؤسسة للموارد المالية و البشرية، و استغلالها بكفاءة و فعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها (مسغوني، 2013، ص 98). فهو ذلك الجهد المبذول لتحقيق الأهداف بفاعلية من خلال الاستخدام الكفء للموارد البشرية و المادية و المالية و المعلوماتية المتاحة في فترة زمنية وجيزة.(الطويل، 2018، ص 77)

ويمكن توضيح مدى ارتباط الأداء بكل من الكفاءة و الفعالية في المؤسسة من خلال الشكل رقم 05 الموالي:

شكل رقم 05 : الأداء: أهداف، موارد، نتائج



المصدر: Bartoli Annie, Le management dans les organisations publiques, Edition Dunod, Paris, 1997 , P78

يبين الشكل رقم 05 مثلث أداء المؤسسة الذي يعبر عن ضرورة استخدام الموارد بطريقة مثلى وهذا ما يجعل العملية الإنتاجية كفؤة داخل المؤسسة، كما يجب تحقيق النتائج المنتظرة للوصول إلى الأهداف في الوقت المحدد وهذا يترجم فعالية المؤسسة في تحقيق الأهداف ومنه يمكننا أن نستنتج أن أداء المؤسسة هو عملية الجمع بين كل من الكفاءة في استخدام مواردها وفعاليتها في تحقيق أهدافها المخططة

ومنه يمكننا القول مما سبق أن أداء المؤسسة هو قدرتها على تحقيق أهدافها المخططة في الأوقات المحددة باستخدامها الأمثل أي بأقل تكلفة و بأعلى إنتاجية لمواردها المادية المالية التقنية، التنظيمية والبشرية

أما من الناحية الإدارية يعبر الأداء على العمل، نتيجة العمل، ومدى النجاح في تأدية العمل، ويتم التعبير عن الأداء بمجموعة من المؤشرات المعقدة نوعا ما، و يقتضي مصطلح النجاح رضا الأطراف الداخلية والخارجية للمؤسسة، فلا يوجد نجاح دون إقرار خارجي من السوق، كما ينتج الأداء مباشرة عن عنصر العمل، و بالتالي فإن كل عامل سيعطي الأداء الذي يتناسب مع قدراته و خبراته و مهارته من جهة و مع طبيعة عمله من جهة أخرى(مزهود،2001، ص 86)

2-العوامل المؤثرة في أداء المؤسسة:

يعتبر تحديد العوامل المؤثرة في أداء المؤسسة الاقتصادية من الأمور المتميزة بالصعوبة نوعا ما نظرا لتداخلها و تشابكها و ترابطها فيما بينها من جهة، و تعددها و اختلاف درجة تأثيرها من جهة أخرى، كما اختلف التصنيفات من باحث إلى آخر إلا أن التصنيف الأكثر استعمالا هو ذلك التصنيف

القائم على العوامل التي يمكن للمؤسسة التحكم فيها نسبيا و أخرى غير خاضعة للتحكم فيها من طرفها.

1-2 العوامل الخاضعة لتحكم المؤسسة نسبيا:

يكمن هنا دور المسيرين في تعظيم التأثيرات الايجابية لهذه العوامل و التقليل من تأثيراتها السلبية على المؤسسة، و يمكن ذكر أهم هذه العوامل كالتحفيز، المهارات، التدريب و التكوين، و هي بمثابة عناصر رئيسية في تمكين العاملين و زيادة دافعيتهم و أدائهم (ترغيني، 2017، ص 72)

1-1-2 التحفيز:

إن توفير مسيري المؤسسة للحوافز بنوعها المادية و المعنوية و عرضها على العمال كل حسب طبيعته و الحافز المناسب له، يجعلهم أكثر تحفيزا على القيام بمهامهم و يمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها و منه رفع أدائها إلى مستوى أعلى مما كانت عليه.

1-2-12 المهارات: (مسغوني، 2013، ص 114)

يمكن تنظيم المهارات في ثلاث مستويات:

- مهارة التقليد و تمكن من انجاز أو القيام بالنشاطات المتكررة حسب إجراءات محددة مسبقا،
- مهارة الإسقاط تسمح، انطلاقا من وضعية معطاة، بمواجهة وضعيات أخرى شبيهة إلى حد معين للوضعية الأولى،
- مهارة الإبداع و تمكن هذه المهارة من مواجهة مشكل جديد. فالفرد مجبر أن يعود إلى رصيده المعرفي و يستغله في إيجاد الحلول. فحسب هذه الحالة يجب على الفرد أن يكون مبدع في التصرف و التعامل مع حالات جديدة لم يسبق له مواجهتها.

و تعتبر الأنواع الثلاثة مهمة إلا أن مهارة الإبداع هي الأهم و هذا لما يمكن لها أن تؤثر في أداء المؤسسة.

1-2-3 التكوين:

تؤدي عملية تكوين عمال بالمؤسسة إلى الرفع من مستوى معارفهم التقنية و العملية و التنظيمية و كذا التنسيق ما بين الوظائف داخل المؤسسة. كما تضم كل المهام التي تؤدي إلى سهولة

الاتصال و تدفق المعلومات ما بين الموظفين، و جعل سيرورة الإنتاج أكثر فعالية و هذا ما يساعد على تحسين أداء العمال ومنه رفع أداء المؤسسة كذلك.

2-2 العوامل غير الخاضعة لتحكم المؤسسة:

و هي كل العوامل المتعلقة بالمحيط الخارجي للمؤسسة و التي لا تملك المؤسسة أي دخل فيها و من بينها عوامل اقتصادية، اجتماعية، سياسية، قانونية، و تكنولوجية.

1-2-2 العوامل الاقتصادية:

و تتمثل في كل العوامل المتعلقة بالمحيط الاقتصادي الذي تنشط فيه المؤسسة و الذي يؤثر على نشاطها الإنتاجي و منه على أدائها. كالنظام الاقتصادي الذي ينتهي إليه البلد، و الأزمات المالية و الاقتصادية التي يمر بها الاقتصاد أو طبيعة السوق المتواجد به و مدى تطوره، و غيرها من العوامل الاقتصادية الممكن أن تؤثر ايجابيا أو سلبيا على أداء المؤسسة.

2-2-2 العوامل الاجتماعية:

و هي كل العوامل المتعلقة بطبيعة المستهلكين و مجتمع زبائن المؤسسة من فئات عمرية، اوساط اجتماعية، أغلبية الجنس ... و غيرها، و التي تؤثر على سلوكهم و منه على نشاط المؤسسة و مساهمتها لمختلف التغيرات الاستهلاكية و تؤثر بذلك على أداء المؤسسة أيضا.

3-2-2 العوامل التكنولوجية:

تتمثل العوامل التكنولوجية في كل التطورات المتعلقة بالطرق و الآلات و التكنولوجيات الجديدة التي يتم إدخالها على العملية الإنتاجية في المؤسسة و التي من شأنها أن تحسن من أدائها إذا تم استعمالها على أحسن وجه، و الدور هنا يرجع للمسيرين بالمؤسسة و اطلاعهم على مختلف التكنولوجيات الحديثة المتعلقة بمجال نشاطهم و كذا اقتنائها و العمل على تشجيع استعمالها بالمؤسسة و تكوين العمال للقيام بذلك.

4-2-2 العوامل السياسية و القانونية:

إن لمختلف التشريعات و القوانين، و السياسات الخارجية و كذا النظام السياسي السائد في الدولة التي تزاوّل المؤسسة بها نشاطها أثر كبير على نشاط المؤسسة و منه على أدائها، و هذا من

العوامل الخارجية التي لا يمكن للمؤسسة التحكم بها بصفة قطعية، فلا لمدير و لا لمسير المؤسسة القدرة على ذلك لذا وجب على المؤسسة أن تتعايش و تأقلم نشاطها حسب العوامل السياسية و القانونية السائدة.

3-أنواع الأداء:

يتنوع الأداء بالمؤسسة إلى عدة أنواع منها الاقتصادي، الاجتماعي، التنظيمي، الاستراتيجي و أخيرا التنافسي و سنتطرق لكل منها فيمايلي:

3-11الأداء الاقتصادي: (مسغوني،2013، ص 112)

يعتبر الأداء الاقتصادي المهمة الأساسية التي تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى بلوغها، و يتمثل في الفوائد الاقتصادية التي تجنيها المؤسسة من وراء تعظيم نواتجها (الإنتاج، الربح، القيمة المضافة، رقم الأعمال، حصة السوق، المردودية...) و تدنية استخدام مواردها (رأس المال، العمل، المواد الأولية، التكنولوجيا...).

3-2 الأداء الاجتماعي: (مسغوني،2013، ص 112)

تعتبر الأهداف الاجتماعية التي ترسمها المؤسسة أثناء عملية التخطيط قيود أو شروط فرضها عليها أفراد المؤسسة أولا، و أفراد المجتمع الخارجي ثانيا. و تحقق هذه الأهداف يجب أن يتزامن مع تحقيق الأهداف الأخرى و خاصة منها الاقتصادية كما يقول أحد الباحثين " الاجتماع مشروط بالاقتصاد" و في بعض الحالات لا يتحقق الأداء الاقتصادي إلا بتحقيق الأداء الاجتماعي.

3-3الأداء التنظيمي: (محبوب، 2016، ص85)

إن الأداء التنظيمي يساعد في الكشف عن مدى قدرة المؤسسة على مواجهة المحددات البيئية ودرجة ملائمة الإستراتيجية لأهدافها و مواردها، فهو انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة لمواردها المادية والبشرية و استثمارها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها، أو هو محصلة لكافة العمليات التي تقوم بها المؤسسة، و أي خلل فيها لابد أن يؤشره الأداء الذي يعد مرآة المؤسسة.

3-4 الأداء الاستراتيجي:

على الرغم من كثافة التراكم المعرفي في مجال الأداء الاستراتيجي إلا أنه من الصعب تأطير هذا

المفهوم بتعريف محدد وذلك لتباين الفلسفات والمداخل والاهتمامات، ومع ذلك فإن هناك اتفاق ضمني للتعبير عن الأداء الاستراتيجي يتمثل بقدرة الشركة على تحقيق الأهداف بفاعلية، وعلى الرغم من هذا الاتفاق في الاتجاه العام إلا إن الأطر المنهجية والإجرائية للمفهوم غير واضحة إذ أن الأهداف والغايات تختلف باختلاف التوجهات الإستراتيجية للمؤسسات ورؤى إدارتها وحركية بيئتها، كما يعتبر وسيلة للحصول على نتائج أفضل من خلال فهم وإدارة الشركة وفرق العمل والأفراد وعن طريق وضع إطار متفق عليه من الأهداف المخططة، ومقدرة المؤسسة على ترجمة الرؤية والإستراتيجية و الأهداف إلى خطط عمل، وإمكانية قياسها لمعرفة الانحرافات الحاصلة لتمكين المؤسسة من اتخاذ الإجراءات التصحيحية للحفاظ على المسار الصحيح فيها. (الطويل، 2018، ص 81).

3-15 الأداء التنافسي:

إن الأداء التنافسي هو المجال الذي يحدد موقع المؤسسة مع المؤسسات المنافسة على الأمد الطويل وذلك من خلال القيام بمجموعة من الأنشطة التي تساعد المؤسسة للوصول إلى أهدافها المخططة وتكون تلك الأنشطة ذات طابع ذهني لدى الزبون بما يعزز الموقع التنافسي لها. (الطويل، 2018، ص 102).

وسنسلط الضوء على الأداء التنافسي في المطلب الموالي نظرا لارتباطه المباشر بإشكالية بحثنا المتعلقة بتأهيل مؤسسات الصناعة الخفيفة لمواجهة المنافسة المفروضة عليها في السوق.

المطلب الثاني: الأداء التنافسي:

1- مفهوم الأداء التنافسي:

يسمح الأداء التنافسي للمؤسسة أن تعرف موضعها بالنسبة إلى منافسيها وزبائنها، مما يمكّنها من تعديل مختلف القرارات التي تتخذها من أجل تحسين أرباحها. كما أن التركيز على الأداء التنافسي يعتبر وسيلة تستعملها المؤسسة للتعرف على زبائنها سواء كانوا قدامى أو جدد، وسلوكياتهم لمعرفة ما يبحثون عنه نتيجة اقتنائهم لمنتجات المؤسسة (Oubya, 2016, P 46)

و يعرف الأداء التنافسي على أنه عبارة عن استغلال القدرات الموجودة للمؤسسة والتي تساعد على الاحتفاظ بالوضعية الجيدة، مع تطور أنواع جديدة من الميزات التنافسية عبر خلق أو بناء قواعد جديدة في المجال التنافسي للمستقبل (محبوب، 2016، ص 86). وهناك من يحصره في

ذلك السلوك الذي تشجعه المؤسسة والذي يقوم به الفرد لتحقيق أهداف المؤسسة بشكل تنافسي.

كما يعتبر ذلك الأداء الذي يعكس قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الإستراتيجية و المتمثلة بالبقاء، التكيف و النمو من خلال الاستجابة لمتغيرات البيئة الداخلية و التأقلم مع البيئة الخارجية المحيطة، و التكيف مع الأحداث المستقبلية (الصفار، 2009، ص358

إن الأداء التنافسي هو توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من المستعملة من قبل المنافسة حيث بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا (صبيحي، 2009، ص40)

و يرتبط الأداء التنافسي بالبيئة التنافسية للمؤسسة، حيث يجسد النجاح الذي ينتج ليس فقط من أنشطة و عمليات المؤسسة، و إنما أيضا من قدرتها على التكيف و الاندماج في المناخ التنافسي الذي يميز قطاعها الذي تنشط فيه (محبوب، 2016، ص87)

و أخيرا يمكننا أن نعرف الأداء التنافسي على أنه بناء المؤسسة لموقع تنافسي ريادي لها في السوق الذي تنشط فيه و التكيف مع بيئتها التنافسية بمختلف متغيراتها باستعمال مواردها بأحسن طريقة ممكنة من اجل تحقيق أهدافها على المدى القصير و الطويل و هذا ما يعكس رغبتها في النمو و البقاء و تحسين مكانتها في السوق و تأهيلها لمواجهة منافسيها.

و في الأخير يمكننا وضع الجدول رقم 01 الموضح للمصطلحات الثلاثة المعتمد عليها في عملنا هذا بصفة عامة و في الفصل الأول بصفة خاصة.

جدول رقم 01: التأهيل، التنافسية، والأداء التنافسي

| الأداء التنافسي | التنافسية | التأهيل | |
|--|--|---|-----------------|
| مدى قدرة المؤسسة على استغلال مواردها لبناء موقع تنافسي | مدى توفير المؤسسة للمنتجات المطلوبة من طرف المستهلكين بطريقة فعالة وكفاءة مقارنة بمنافسيها | تطوير المؤسسات الاقتصادية من أجل أن تصبح قادرة على المنافسة، من ناحية الجودة، والكفاءة الداخلية في استخدام مواردها، فهو عملية تحسين أداء المؤسسة وتنافسيته. | التعريف |
| التكيف مع البيئة التنافسية للمؤسسة لضمان ديمومتها وتطورها في السوق الذي تنشط فيه | الحفاظ على الحصة السوقية وتوسيعها أكثر | - مواجهة تحديات التنافسية - البقاء - التطور وتوسيع الحصة السوقية | هدف المؤسسة منه |
| تأهيل المؤسسة مقترن بالأداء التنافسي فلا وجود لتأهيل دون وجود لأداء تنافسي للمؤسسة، فبدون الأداء التنافسي للمؤسسة لا يمكننا القول أنها مؤهلة لمواجهة المنافسة في السوق | يمكننا أن نقيس مدى تأهيل المؤسسة من خلال قياس مدى تنافسيته في السوق | | علاقته بالتأهيل |

المصدر: من إعداد الباحثة

2- محددات الأداء التنافسي:

يمكن تحديد الأداء التنافسي للمؤسسة من خلال حصة السوق النسبية للمؤسسة والتي تمثل النسبة بين المبيعات المحققة من طرف المؤسسة والمبيعات المحققة من طرف المؤسسة الرائدة في السوق، كما يمكن تحديد الأداء التنافسي للمؤسسة بالاعتماد على حصة السوق المطلقة لها، أي حسب النسبة بين مبيعات المؤسسة وإجمالي مبيعات المؤسسات المنافسة لها، كما نستطيع تحديده كذلك من خلال تحليل رضا الزبائن عن المؤسسة ومنتجاتها ويكون ذلك من خلال القيام بمقابلات مع زبائنها أو من خلال إجراء دراسات فيما يخص ذلك (Oubya, 2016, P 46)

كما يمكننا وضع محددات أخرى للأداء التنافسي ولندكر منها: (محبوب، 2016، ص 88):

1-2 النمو في إنتاجية العمل:

تمتلك المؤسسات التي تحقق معدلات نمو أعلى نسبياً لإنتاجية العمل الفرصة الأكبر في تحسين أدائها التنافسي، وهذا يعتمد على كفاءة عنصر رأس المال البشري من حيث الخبرة و القدرة على استيعاب الوسائل الحديثة للإنتاج، و كذلك على كثافة رأس المال المادي المستخدم في العملية الإنتاجية.

2-2 متوسط حجم الإنتاج بالمؤسسة:

من الممكن لبعض المؤسسات الإنتاجية أن تحقق بعض المزايا التنافسية في الأسواق العالمية بسبب وفورات الحجم، و التي قد تنشأ نتيجة لاستثمارات ضخمة تقوم بها المؤسسة في المدى الطويل، سواء في رأس المال المادي أو البشري، وهذا ما يؤدي إلى تناقص متوسط التكلفة عند زيادة حجم الإنتاج.

2-3 الانفاق على الإضافات و التحسينات:

إن زيادة الإنفاق لتحسين جودة السلع المنتجة أو لتحسين وسائل الإنتاج بهدف تخفيض التكاليف، يكسب المؤسسة قدرة أكبر على المنافسة من حيث الجودة أو السعر حيث إن مثل هذه الإنفاقات تعمل على زيادة إنتاجية عناصر الإنتاج، و بالتالي تتمكن المؤسسة من المحافظة أو زيادة حصتها السوقية في الأسواق المحلية أو العالمية.

2-4 درجة المعالجة التصنيعية:

تمتاز الاقتصاديات الصغيرة بضعف نسبي في درجة التكامل العمودي ما بين الصناعات المحلية مقارنة بالاقتصاديات الكبيرة، و يمكن إرجاع السبب في ذلك إلى ضعف القاعدة الإنتاجية الصناعية من حيث التنوع في خطوطها الإنتاجية و نوعية منتجاتها، و لذلك فإن الصناعات التي تحقق أداء تنافسيا غالبا ما تلجأ إلى الاستفادة من مدخلات الإنتاج المستوردة.

2-5 دور الاستثمار الأجنبي:

يلعب الاستثمار الأجنبي دورا هاما في توسيع القاعدة الإنتاجية لمؤسسات البلد المضيف، و تكون في الغالب رديفا - و ليس بديلا - للاستثمارات المحلية المحدودة أصلا في معظم الاقتصاديات

النامية بسبب محدودية مدخراتها الوطنية، هي بذلك تساهم في خلق المزيد من القيم المضافة وفرص العمل. إضافة لذلك فإن الاستثمار الأجنبي يساهم في نقل التقنيات الحديثة في الإنتاج والإدارة، مما يحسن المستوى العام للكفاءة الإنتاجية في البلد المضيف من خلال التأثير الإيجابي بالآخرين.

المطلب الثالث: مؤشرات قياس الأداء التنافسي للمؤسسات و أبعاده:

1-أبعاد الأداء التنافسي:

يعكس الأداء التنافسي رغبة المؤسسة في النمو والبقاء وبناء مكانتها التنافسية، ولا بد من توفر بعض الأبعاد لتتوصل المؤسسة لبناء موقع تنافسي ريادي لها في السوق و يمكن ايجاز هذه الأبعاد فيمايلي:

1-1-الجودة:

تهدف برامج تحسين الجودة إلى إحداث تغيير و تطوير على مستوى المؤسسة ككل، و زيادة الوعي لدى المنتفعين بالخدمة و اهتمامهم المتزايد بالجودة، حيث لم يعد السعر العامل المحرك لسلوك المستهلك بقدر ما يهتم بالثقة في جودة السلعة المقدمة، و ابتكار أنواع جديدة من المنتجات و التنوع فيها، و بالتالي تعد الجودة عامل رئيسي في بناء تنمية القدرات التنافسية (العلي، 2010، ص45)

ولقياس بعد الجودة يمكن استخدام المؤشرات الآتية: (الطويل، 2018، ص103)

- نسبة التالف في الإنتاج: يقصد بالتالف المنتجات التي لا يمكن استعمالها أو إعادة تصنيعها أو تصحيحها، و تحسب وفق المعادلة التالية :

$$\text{نسبة التالف} = (\text{عدد الوحدات التالفة} / \text{عدد الوحدات المنتجة}) \times 100$$

1-2الكلفة:

يعتبر هذا العنصر من أهم أبعاد الأداء التنافسي لارتباطه بتحديد أسعار المنتجات، إذ ترتبط التنافسية بعلاقة عكسية مع تكلفة الإنتاج، بمعنى أن تنافسية المؤسسة تزداد كلما تمكنت هذه الأخيرة من تخفيض تكاليف إنتاجها (مسعداوي، ، 2007)

تعتمد المؤسسات المتنافسة فيما بينها على التكلفة المنخفضة للرفع من القدرة التنافسية

لمنتوجها وذلك بانخفاض السعر كنتيجة لذلك وكسب الزبائن أكثر جراء ذلك.

فعملية خفض التكاليف تعد أحد المقومات الأساسية لزيادة القدرة التنافسية للمنتوج واستمرار تزايد هذه القدرة، إذ أن خفض التكاليف ينجم عنه خفض الأسعار إلى الأمد الذي يتعدى قدرة المنافسين. ويرى البعض في حالة كون الهدف الذي تسعى إليه المؤسسات تقديم كلفة منخفضة مقارنة بباقي المؤسسات المنافسة في السوق

ولابد من التمييز بين التكاليف المرتبطة بالمنتجين و التكاليف المرتبطة بالمشترين، ففي هذه الحالة قد يتطلب تحقيق هذا التمييز أن تكون على دراية واسعة ليس فقط بالتكاليف التي تتحملها المنتجات التي يتعامل معها ولكن أيضا عليك أن توسع من هذه الدراية لتشمل التكاليف الإجمالية التي يتحملها المشتري. ومن أهم مقاييس الكلفة مايلي:(الطويل، 2018، ص104)

- كلفة المنتجات = كلفة المنتجات المباعة/ مجموع المبيعات
- إنتاجية رأس المال = قيمة الإنتاج/ قيمة الموجودات
- نسبة الانتفاع من الطاقة = عدد الساعات الفعلية لاستعمال المكائن / عدد ساعات التشغيل المتاحة
- إنتاجية ساعات الاشتغال الفعلية = عدد الوحدات المنتجة / مجموع ساعات اشتغال المكائن

1-3-المرونة:

تعد المرونة السلاح الفعال في المنافسة وهي محاولة تقديم تشكيلة متنوعة من المنتجات إلى المستهلك، حيث أن القدرة على تصنيع تشكيلة سريعة و واسعة من المنتجات و تقديمها بصورة جديدة ومستمرة سوف يؤدي إلى الاستجابة السريعة لحاجة المستهلكين من جهة و بناء قدرة تنافسية للمنتج من جهة أخرى (السلي، 2008، ص 07)

وتعبر المرونة عن قدرة المؤسسة على تغيير حجم المنتجات حسب طلبات الزبائن أي أنها تهدف إلى التوفيق بين متطلبات الزبون من حجم و مواصفات و ما تم تصميمه و تخطيطه للعملية الإنتاجية من قبل و هذا ما يجعل المؤسسة تتمتع بميزة تنافسية مقارنة بباقي المؤسسات و ما يرفع من أدائها التنافسي.وتقاس المرونة بالآتي: (الطويل، 2018، ص105)

- كفاءة المكائن الإنتاجية = عدد الساعات الفعلية لاشتغال المكائن/ عدد الساعات المتاحة

لاشتغال المكائن $x \times 100$

- كفاءة خط الإنتاج = الوقت المطلوب لانجاز المهام / (عدد المحطات) x (وقت الدورة)
- تشكيلة المنتجات = الإنتاج في فترة معينة لكل نوع من المنتجات / إجمالي الوحدات المنتجة لتلك الفترة.

4-1-التسليم:

يعكس بُعد التسليم مدى قدرة المؤسسة على الالتزام بمواعيد تسليم المنتجات للزبائن، وديمومة ذلك مقارنة بمنافسيها، وللتسليم عدة جوانب من بينها: (الطويل، 2018، ص105، 106)

1-4-1 السرعة في التسليم:

و تتمثل بقدرة المؤسسة على تلبية طلبات الزبائن بسرعة، كما تعرف أنها المدة الزمنية التي ينتظرها الزبون لاستلام الطلبية، و تقليل الانتظار، و يضمن استخدام المكننة و الامتعة في معدات مناولة المواد في سرعة نقل المواد و بالآتي تخفيض وقت دورة التصنيع و تخفيض وقت الانتظار

2-4-1 التسليم بالوقت المحدد المتفق عليه:

و تعني الاعتمادية و تسعى المؤسسة باستمرار إلى الالتزام بتسليم المنتجات في الوقت المحدد تماما. حيث يمكن قياس الاعتمادية من خلال تسليم الطلبيات إلى عدد الطلبيات المتفق عليها، أي درجة الالتزام بالمواعيد المقررة في حالة اعتماد أسلوب أوامر الطلب، في حين تقاس الاعتمادية بأقل مستوى مخزون محتفظ به في حال اعتماد المؤسسة أسلوب الاحتفاظ بالمخزون . و يمكن استخدام المؤشر التالي:

الالتزام بجدولة الإنتاج = زمن الإنتاج الفعلي / زمن الإنتاج المخطط $x 100$

3-4-1 سرعة التطوير:

و هي معدل السرعة اللازمة لتقديم منتجات جديدة، و يتم قياس سرعة التطوير عن طريق احتساب الوقت منذ ولادة الفكرة إلى إعداد التصاميم حتى الحصول على سلع جديدة تحقق ميزة تنافسية للمؤسسة.

2- مؤشرات قياس الأداء التنافسي للمؤسسة:

ذكرت مجموعة من مقاييس الأداء التنافسي و من أهم هذه المقاييس المعتمدة في الأداء التنافسي مايلي: (الطويل، 2018، ص107)

2-1-مقاييس السوق:

وترتبط بمؤشرات النمو في الحصة السوقية وتشير إلى قدرة المؤسسة في الدخول إلى قطاعات سوقية جديدة من خلال النمو في المبيعات أو زيادة عدد المكائن.

2-2-مقاييس القيمة المضافة:

وتعد من المؤشرات المفضلة في قياس ما تحققه المؤسسة من عوائد مقارنة بالكلف المباشرة لتحقيق تلك العوائد، وتدخل في إطار القيمة المضافة مؤشرات الابتكار والتعلم، وتطوير الخدمات الجديدة وقيادة التقنية، ومعدلات التحسين والإبداع، وجميعها تهدف إلى خلق المبادلة الأنسب بين السعر والقيمة المضافة.

2-3-مقاييس الرضا:

وتشكل الزبون الداخلي والخارجي، إذ يُعرف الرضا انه نتاج لقدرة مؤشر استجابة ما (ماديا كان أم معنويا) على تحقيق توقعات المستفيد أو التفوق عليها، و من مؤشرات قياس رضا الزبون الداخلي، معدل دوران العمل، ودافعية العاملين، ونفقات التدريب والتطوير. أما الزبون الخارجي فهو الناتج النهائي لتقويم المستفيد للمنتج. أي انه نتاج لمستوى التوافق بين التوقعات والأداء الفعلي لخصائص المنتج ويرتبط بردود فعل شخصية وشعورية تأتي للاستجابة للمقارنة بين الجودة المدركة والمتوقعة.

2-4-مقاييس الموقع التنافسي:

يشير الموقع التنافسي للصناعة إلى قدرتها في تحقيق مزايا تنافسية على منافسيها في السوق أيا كان مصدر تلك المزايا التنافسية، سواء أكان في القدرة على التكيف والبقاء أم في النمو السريع في بيئة الصناعة.

لا يكفي تطرقنا للأطر النظرية لكل من التأهيل، التنافسية، وأداء تنافسي الإمام بالمتغير التابع

لإشكاليتنا، بل وجب توضيح مكانتها في الاقتصاد الجزائري، وذلك من خلال وضعنا للمطلب الأخير لهذا المبحث والذي سنوضح من خلاله الوضعية التنافسية للاقتصاد على المستوى الدولي، وهذا ما سيترجم مدى تأهيل مؤسساته لمواجهة المنافسة و يبين موقعها و أدائها التنافسي على كل من الصعيدين الداخلي والخارجي

وبعد توضيحنا لمختلف المصطلحات ذات الصلة بالتأهيل ارتأينا ضرورة التكلم عن الوضعية التنافسية للاقتصاد الجزائري بصفة عامة قبل التطرق إلى وضعيته بالنسبة للصناعة الخفيفة وصناعات المشروبات بصفة خاصة. خاصة و أن الاقتصاد الجزائري قد مر بعدة تغيرات منذ الاستقلال وواجه عدة تحديات و صعوبات خلفها الاستعمار الفرنسي من جهة، و وضعها الانفتاح الاقتصادي وتطور التجارة الخارجية من جهة أخرى، فقبل أن نخوض في البحث عن أجوبة لإشكاليتنا الرئيسية في الفصول اللاحقة ننهي هذا الفصل بوصفنا للحالة التنافسية للاقتصاد الجزائري.

المطلب الرابع: الوضعية التنافسية للاقتصاد الجزائري:

يصف هذا المطلب الحالة التنافسية للاقتصاد الجزائري و يوضح مختلف المؤشرات المؤثرة فيه حسب المنتدى الاقتصادي العالمي.(Word Economic Forum) و هو منظمة دولية غير ربحية تم إنشائها سنة 1971 على يد البروفيسور الألماني كلاوس شواب (Klaus Schwab) مقرها جنيف بسويسرا، يقوم المنتدى بنشر تقارير سنوية مختلفة من بينها تقرير التنافسية العالمية

1-تنافسية الاقتصاد الجزائري حسب مؤشر التنافسية العالمية:

يعتبر تقرير التنافسية العالمية أداة لمعرفة وضعية الدول في الاقتصاد العالمي و مدى تنافسيها، و كذا لمعرفة نقاط القوة الواجب الحفاظ عليها و تقويتها أكثر و نقاط الضعف الواجب النهوض بها لتحسين ترتيب تنافسية الدول. و يمكننا توضيح المكانة التنافسية للاقتصاد الجزائري حسب هذا المؤشر من خلال عرضنا لترتيبه خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2010-2018 في الجدول رقم 02

جدول رقم 02: تطور مؤشر التنافسية العالمية للاقتصاد الجزائري

| السنوات | 11-2010 | 12-2011 | 13-2012 | 14-2013 | 15-2014 | 16-2015 | 17-2016 | 18-2017 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| الرتبة | 86 | 87 | 110 | 100 | 79 | 87 | 87 | 86 |
| المؤشر | 04 | 04 | 03.7 | 03.8 | 04.1 | 03.97 | 04 | 04.1 |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي
المواقع الالكترونية التالية:

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

يبين الجدول رقم 02 ترتيب الاقتصاد الجزائري وقيم مؤشراتته خلال الفترة الممتدة من سنة 2010 إلى سنة 2018، إذ أن قيمة مؤشر التنافسية تراوح ما بين 3.7 و 4.1، أما ترتيب الاقتصاد الجزائري فقد كان متراوحا ما بين 86 و 110 خلال كل الفترة. وقد سُجلت أحسن رتبة سنة 2014-2015 بـ 79 من إجمالي 144 دولة أما أسوأها فسُجلت سنة 2012-2013 بمرتبة 110 من مجموع 144 دولة.

و كما نلاحظ من خلال مشاهدتنا للجدول رقم 02 فإن مراتب الاقتصاد الجزائري حسب مؤشر التنافسية العالمية تميز بالتقهقر والتراجع من سنة 2010 إلى سنة 2014 فقد يعود ذلك للركود الذي مس الاقتصاد الوطني و أثر الأزمة المالية على الدول الأجنبية نظرا لتبعية الاقتصاد الجزائري لها من جهة و لتدني عائدات الدولة القائمة على المحروقات خلال هذه الفترة مما أدى إلى ركود باقي الأنشطة ومنه تراجع مكانتها التنافسية بين باقي الدول.

وقد استدركت الجزائر ترتيبها خلال سنة 2015 إذ تحسنت مرتبتها و حازت على الرتبة 79 ثم استقر ذلك خلال السنوات الموالية حول 87 و 86 فقد باشرت الجزائر بالعديد من الإصلاحات الرامية بشكل خاص إلى تنويع الاقتصاد وتحسين مناخ الأعمال وتعزيز الأمن الطاقوي و حماية البيئة وتطوير فروع الاقتصاد الأخضر فربما هذا ما جعل رتبته التنافسية في تحسن خلال السنوات الأخيرة، وبرغم من تذبذب ترتيب الجزائر ما بين الرتبة 79 و 110 خلال كل هذه الفترة إلا أن المؤشر لم يتجاوز 4.1 و

لم ينخفض عن 3.8 أي أنه بقي مستقرا حول 07/04 وهذا ما يصنف الجزائر ضمن الدول المنتقلة من مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على عوامل الإنتاج إلى مرحلة الدول المعتمدة على الكفاءة. و لتوضيح وتفسير سبب هذه التغيرات في مؤشر التنافسية العالمية سنمر لدراسة مختلف مؤشرات و التعرف على نقاط ضعف ونقاط قوة الاقتصاد الجزائري.

2- تصنيف الجزائر حسب مؤشر المتطلبات الأساسية:

يمثل مؤشر المتطلبات الأساسية أول مؤشر أساسي لمؤشر التنافسية العالمية حسب المنتدى الاقتصادي العالمي، ويتكون من مجموعة من المؤشرات الفرعية كمؤشر مؤسسات الدولة، و مؤشر البنية التحتية و مؤشر البيئة الاقتصادية الكلية، و مؤشر الصحة و التعليم الابتدائي، و يميز هذا المؤشر الدول المنتمية إلى أول مرحلة من مراحل النمو و هي مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على عوامل الإنتاج. ولنقرأ الجدول رقم 03 الموضح لتصنيف الجزائر حسب هذا المؤشر خلال الفترة 2010-2018.

جدول رقم 03: تصنيف الجزائر حسب مؤشر المتطلبات الأساسية:

| السنوات | 11-2010 | 12-2011 | 13-2012 | 14-2013 | 15-2014 | 16-2015 | 17-2016 | 18-2017 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| الرتبة | 80 | 75 | 89 | 92 | 65 | 82 | 88 | 82 |
| المؤشر | 4.3 | 4.4 | 4.2 | 4.3 | 4.6 | 4.4 | 4.3 | 4.4 |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي المواقع الالكترونية التالية:

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

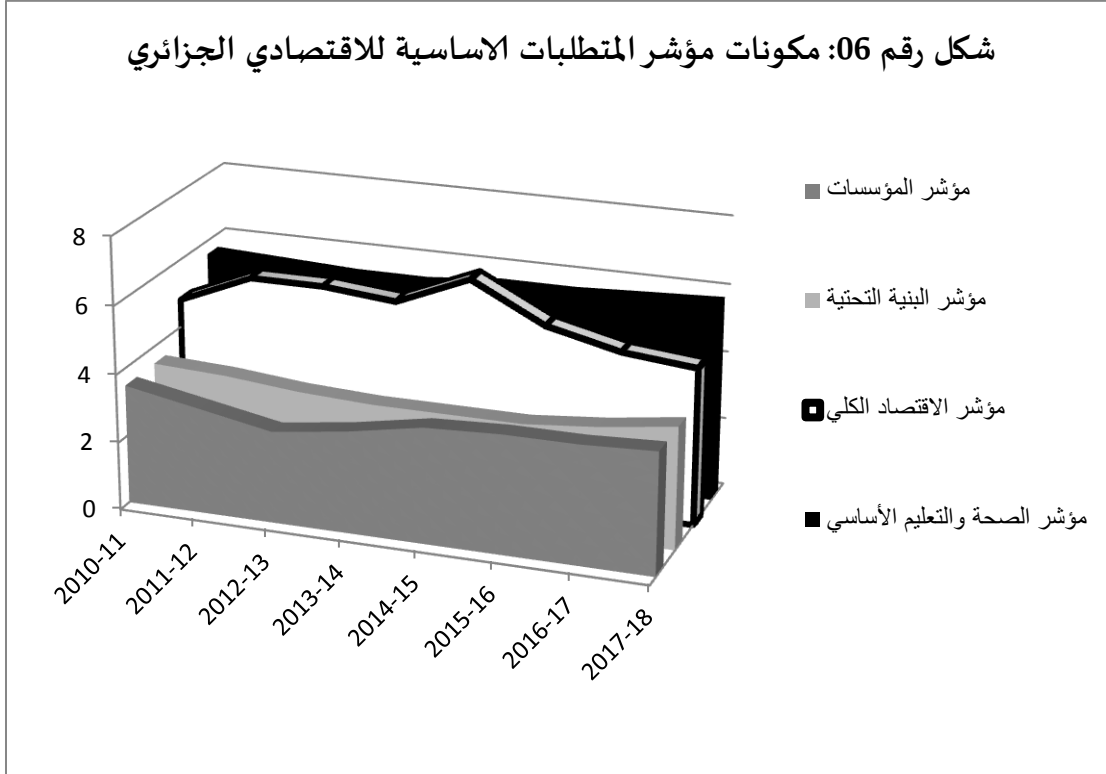
www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

لقد سجلت الجزائر حسب مؤشر المتطلبات الأساسية قيم مؤشرات لا تزيد عن 4.6 و لا تنخفض عن 4.2 وهذا ما يبين بان الاقتصاد الجزائري في مرحلة انتقالية من اقتصاد معتمد على عوامل الإنتاج إلى اقتصاد معتمد على الكفاءة. كما حازت على مراتب ما بين 65 سُجلت سنة 2014-2015 و 92 سنة 2013-2014 و هذا ما بين التراجع ما بين السنتين ب 27 مرتبة، على أن تبقى سنة 2014-2015 أحسن سنة من حيث مرتبتها سواء بالنسبة للمؤشر العام للتنافسية العالمية أو بالنسبة

لمؤشر المتطلبات الأساسية ويمكننا توضيح سبب هذا التراجع بوضعنا للشكل رقم 06 الموالي:



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي المواقع الالكترونية التالية:

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

يوضح الشكل رقم 06 مكونات مؤشر المتطلبات الأساسية وقيمها للاقتصاد الجزائري خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2010 و 2018، ويتضح من خلاله أن المؤشر مكون من أربع (04) مؤشرات فرعية تمثلت في:

- مؤشر المؤسسات و الذي يعبر عن جملة من المتغيرات من بينها مدى حماية الملكية الفكرية، حجم المدفوعات غير النظامية والرشاوى، استقلالية القضاء، حجم الجريمة المنظمة، شفافية السياسة الحكومية،
- مؤشر البيئة التحتية و يعبر عن جودة كل من البنية التحتية و الطرقات، و البنية التحتية للمواصلات و حجم اشتراكات الهاتف المحمول/100 نسمة مثلا،
- مؤشر البيئة الاقتصادية الكلية و يحتوي على الادخار الوطني الإجمالي، ميزانية الدولة، نسبة التضخم، حجم الديون الحكومية.... وغيرها،
- مؤشر الصحة و التعليم الابتدائي و يضم كل من حالات الملايا/100000 نسمة، حالات السل/100000 نسمة، وفيات الرضع حديثي الولادة/1000 ولادة حية، جودة التعليم الابتدائي و غيرها.

و يبين الشكل رقم 06 كذلك ثبات كل من مؤشر البنية التحتية و مؤشر الصحة و التعليم الابتدائي نوعا ما خلال كل الفترة المدروسة. أما بالنسبة لمؤشر المؤسسات فقد سجل انخفاض خلال سنة 2012-2013، إذ سجل قيمة 2.7 برتبة 141 خلال هذه السنة بعدما كان بقيمة 3.1 ورتبة 127 خلال السنة السابقة. أي انه سجل تراجع قُدر ب 14 مرتبة و ب 0.4 للمؤشر و هذا ما قد يفسر سبب تراجع مؤشر التنافسية العالمية للجزائر خلال سنة 2012-2013. أما سنة 2014-2015. فقد عرفت ارتفاع لمؤشر البيئة الاقتصادية الكلية إذ سجلت خلال هذه السنة قيمة 6.4 للمؤشر ورتبة 11 من مجموع 144 دولة بعدما كان في السنة السابقة بقيمة 5.5 ورتبة 34 من مجموع 148 دولة و هذا ما يفسر تحسین مرتبة الجزائر وفق مؤشر التنافسية العالمية خلال هذه السنة و حيازتها على الرتبة 79 من 144 دولة.

3- تصنيف الجزائر حسب معززات الكفاءة :

إن ارتفاع مؤشر معززات الكفاءة يعبر عن تصنيف اقتصاد الدولة ضمن الاقتصاديات التي تعتمد على الكفاءة في استخدام عوامل الإنتاج المتاحة إليها، و يتكون هذا المؤشر من ست (06) مؤشرات فرعية نذكر منها:

- مؤشر التعليم العالي والتدريب إذ يعبر مثلا عن جودة النظام التعليمي، وصل المدارس بالانترنت ومدى تدريب الموظفين بالقطاع،
- مؤشر كفاءة سوق السلع و يحتوي على المتغيرات المتعلقة بكثافة المنافسة المحلية، فعالية

- سياسة مكافحة الاحتكار، وبتكاليف السياسة الزراعية و عبء الإجراءات الجمركية،... الخ،
- مؤشر كفاءة سوق العمل و يضم كل من مرونة تحديد الأجور، الإنتاجية، هجرة الأدمغة، نسبة النساء من القوى العاملة مقارنة بالرجال،... وغيرها،
 - مؤشر تطور الأسواق المالية كتوافر الخدمات المالية، التمويل من خلال سوق الأسهم المحلية، وسهولة الحصول إلى القروض مثلا،
 - مؤشر الجاهزية التكنولوجية كتوفر و استخدام أحدث التكنولوجيات، و نسبة مستخدمي الإنترنت / 100 نسمة مثلا،
 - مؤشر حجم السوق و يتكون من مؤشر حجم السوق المحلية و مؤشر حجم السوق الخارجية.
- و يمكننا أن نبين مراتب و قيم مؤشر معززات الكفاءة للاقتصاد الجزائري خلال الفترة المدروسة بعرضنا للجدول رقم 04 الموالي:

جدول رقم 04: تصنيف الجزائر حسب مؤشر معززات الكفاءة

| السنوات | 11-2010 | 12-2011 | 13-2012 | 14-2013 | 15-2014 | 16-2015 | 17-2016 | 18-2017 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| الرتبة | 107 | 122 | 136 | 133 | 125 | 117 | 110 | 102 |
| المؤشر | 3.5 | 3.4 | 3.1 | 3.2 | 3.3 | 3.4 | 3.6 | 3.7 |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي المواقع الالكترونية التالية:

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

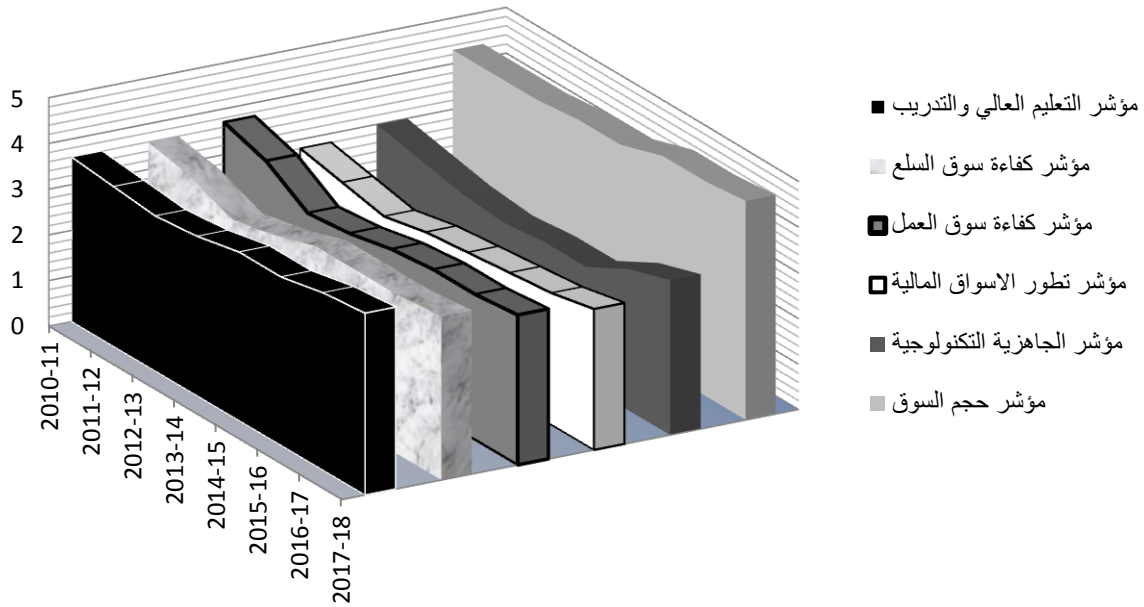
report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

توحي النظرة الأولى التي نلقها على الجدول رقم 04 بانخفاض قيمة مؤشر الكفاءة مقارنة بمؤشر المتطلبات الأساسية الموضح في الشكل رقم 03، إذ نلاحظ أن مؤشر معززات الكفاءة لا يتعدى قيمة 3.7 كما أن مراتب الاقتصاد الجزائري حسب هذا المؤشر في تراجع مقارنة بالمتطلبات الأساسية إذ استحوذ على مراتب تراوحت ما بين 107 و 136. كما بقيت سنة 2012-2013 أسوأ سنة من حيث

ترتيب مؤشر الكفاءة برتبة 136 و بأضعف قيمة قدرت بـ 3.1، و يمكننا القول أن سنة 2017-2018 ردت الاعتبار للاقتصاد الجزائري حسب هذا المؤشر، إذ سجلت أحسن مرتبة لم تسجلها خلال كل الفترة المدروسة والتي قدرت بـ 102 فعلى الرغم من أنها متأخرة إلا أنها في تحسن بـ 34 رتبة مقارنة بسنة 2012-2013 وهذا ما يجعلنا نتفاعل حول مستقبل الاقتصاد الجزائري و تنافسيته. و يمكننا توضيح أثر كل المؤشرات الفرعية لمؤشر معززات الكفاءة من خلال الشكل رقم 07.

شكل رقم 07: مكونات مؤشر معززات الكفاءة للاقتصاد الجزائري



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي
المواقع الالكترونية التالية:

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

يوضح الشكل رقم 07 تطور المؤشرات الفرعية لمؤشر معززات الكفاءة إذ نجد أن أعلى مؤشر هو مؤشر حجم السوق وقد تميز بالثبات نوعا ما بالرغم من انخفاض قيمته خلال الفترة المدروسة و التي قدرت في المتوسط بحوالي 4.6 و برتبة 36 خلال السنتين الأخيرتين. كما يمثل مؤشر أسواق المال نقطة ضعف للاقتصاد الجزائري فهو أضعف مؤشر من بين مؤشرات معززات الكفاءة و الذي لا تتعدى قيمته 3.1 سجلت خلال سنة 2016-2017.

ويمكننا أن نلاحظ كذلك من خلال الشكل رقم 07 انخفاض مؤشرات معززات الكفاءة خلال السنة 2012-2013 كما كان الحال بالنسبة للمتطلبات الأساسية في الشكل رقم 06 وهذا ما يفسر كذلك حصول الجزائر على مؤشر تنافسية منخفض خلال هذه السنة إذ أن مؤشر معززات كفاءة الأسواق تميزت بالانخفاض في مجملها خلال هذه السنة، فقد سجل مؤشر كفاءة سوق السلع قيمة 03 بعدما كان 3.4 في السنة السابقة، أما مؤشر كفاءة سوق العمل فقد تحصل على قيمة 2.8 بعدما كان 3.4، وأخيرا مؤشر كفاءة أسواق المال بقيمة 2.4 بعدما كان 2.6 سنة 2011-2012.

وأخيرا ننتقل إلى تصنيف الاقتصاد الجزائري حسب مؤشرات عوامل تطور الإبداع والابتكار.

4-تصنيف الاقتصاد الجزائري حسب عوامل الإبداع والابتكار:

تتميز الدول المصنفة ضمن الدول في مرحلة الاقتصاديات الأكثر تطورا و المعتمدة على عوامل الابتكار و الإبداع عند قيامها بمختلف أنشطتها الاقتصادية بحصولها على قيم مرتفعة لهذا المؤشر، ولتوضيح مكانة الاقتصاد الجزائري ضمن ذلك ارتأينا ضرورة وضع الجدول رقم 04 الموضح لقيم مؤشر الإبداع والابتكار خلال الفترة 2010-2018.

جدول رقم 05: تصنيف الجزائر حسب مؤشر عوامل الإبداع والابتكار

| السنوات | 11-2010 | 12-2011 | 13-2012 | 14-2013 | 15-2014 | 16-2015 | 17-2016 | 18-2017 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| الرتبة | 108 | 136 | 144 | 143 | 133 | 124 | 119 | 118 |
| المؤشر | 3.0 | 2.7 | 2.3 | 2.6 | 2.9 | 3.0 | 3.1 | 3.1 |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي المواقع الالكترونية التالية:

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

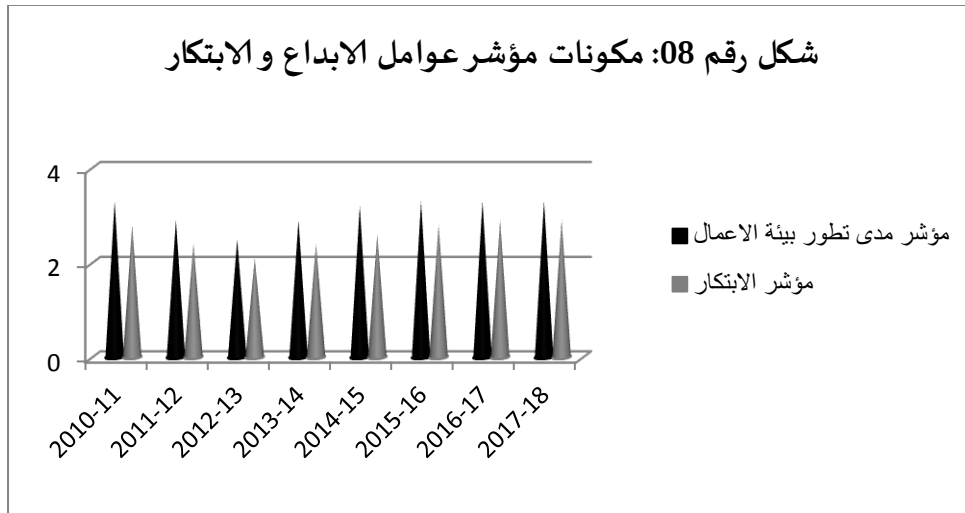
www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Sstandlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

يبين الجدول رقم 05 استحواذ الجزائر على مراتب جد متأخرة لمؤشر عوامل الإبداع والابتكار والتي تراوحت ما بين 108 سنة 2010-2011 و 144 سنة 2012-2013 و هذا ما يبين عدم اعتماد المؤسسات الجزائرية في مجملها على الإبداع والابتكار لدفع عجلة النمو والتطور و مواجهة المنافسة الخارجية، كما أن قيمة المؤشر جد منخفضة إذ تراوحت ما بين 2.3 لسنة 2012-2013 و 3.1 لسنة 2017-2018. و كما كان الحال بالنسبة لمؤشر المتطلبات الأساسية و مؤشر معززات الكفاءة فإن مؤشر الإبداع والابتكار سجل أضعف قيمة و مرتبة له سنة 2012-2013 بـ 2.3 و 144 على الترتيب، إلا أن المؤشر تميز بالارتفاع من حيث القيمة و الرتبة خلال السنوات الثلاثة الأخيرة إذ انتقلت قيمة المؤشر إلى 3.1 سنة 2016-2017 بعدما كانت 2.3 سنة 2012-2013 أي بتحسّن قدر بـ 0.8 كما أصبحت رتبته 118 سنة 2017-2018 بعدما كانت 144 سنة 2012-2013 أي تقدم بـ 26 رتبة إلا أن ذلك غير كافي فبالرغم من التحسّن في الترتيب إلا أن الجزائر تبقى دائما في المراتب الأخيرة، كما أنها لم تستعد بعد مرتبتها لهذا المؤشر (108) التي سبق و أن تحصل عليها سنة 2010-2011. و يمكننا توضيح مكونات مؤشر عوامل الإبداع والابتكار من خلال الشكل رقم 08 الموالي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

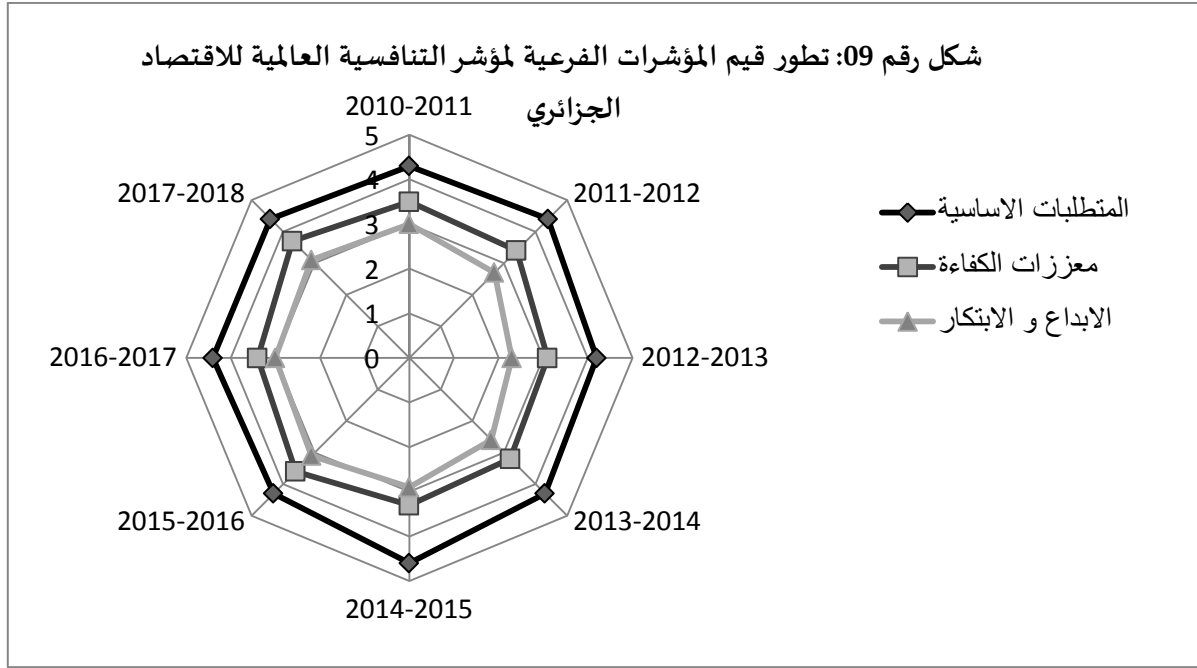
www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

يوضح الشكل رقم 08 مكونات مؤشر عوامل الإبداع والابتكار والتي تتمثل في مؤشرين فرعيين هما:

- مؤشر مدى تطور بيئة الأعمال و يمثل كل من طبيعة الميزة التنافسية، السيطرة على التوزيع الدولي، مدى التحكم في التسويق... الخ،
- مؤشر الابتكار و يتمثل في كل من القدرة على الابتكار، إنفاق الشركات على البحث والتطوير، علاقة الجامعة بالصناعة من حيث البحث والتطوير.

وكما يبين نفس الشكل فبالرغم من انخفاض على العموم قيمة المؤشر بفرعيه فان كل من مؤشر مدى تطور بيئة الأعمال و مؤشر الابتكار يسيران في نفس الاتجاه خلال كل الفترة المدروسة، إلا أن مؤشر مدى تطور بيئة الأعمال هو المؤشر الفرعي الأكثر تأثيرا و مساهمة في مؤشر عوامل الإبداع و الابتكار مقارنة بالمؤشر الفرعي الثاني المتعلق بالابتكار.

و للإمام بالمرحلة التطورية و الحالة التنافسية للاقتصاد الجزائري مقارنة بالدول الأخرى نقترح الشكل رقم 09 الموالي.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي المواقع الإلكترونية التالية:

www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf

www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf

report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf

www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

يبين الشكل رقم 09 تطور قيم مؤشرات كل من المتطلبات الأساسية، معززات الكفاءة و عوامل الإبداع و الابتكار و التي لا تزيد في مجملها عن 04، و هذا ما يدل على تواجد الجزائر بالمرحلة الأولى للتطور خاصة و أن مؤشر المتطلبات الأساسية هو الذي يسجل أعلى القيم في كل الفترة المدروسة، كما يوضح الشكل كذلك ضعف تنافسيها مقارنة بالدول المصنفة في مرحلة الدولة المعتمدة على الكفاءة للتطور والتي سبق لها وان تحكمت في مختلف مؤشرات المتطلبات الأساسية لبناء اقتصادها، و كذا الدول التي وصلت إلى مرحلة تطور جعلتها تعتمد على مؤشرات الإبداع و الابتكار لدفع عجلة نموها و تنافسيها على المستوى الداخلي والخارجي لأسواقها.

خلاصة:

من خلال عرضنا لعملية تأهيل المؤسسات الصناعية في هذا الفصل توصلنا إلى وضع تعريف للتأهيل على أنه يعنى بتطوير المؤسسة وانتقالها من مستوى إلى مستوى أعلى، بالاعتماد على مجموعة من الإجراءات العملية الهادفة لإحداث تغيرات هيكلية على عدة مستويات، وتهيئة العوامل الداخلية والخارجية للمؤسسة لمساعدتها على مسايرة التطورات الحاصلة في الاقتصاد العالمي.

فالتأهيل من منظور التنافسية هو عبارة عن تلك الميكانيزمات الواجب القيام بها لتحسين تنافسية المؤسسة، وجعلها قادرة على مواجهة المحيط التنافسي على الصعيدين الداخلي والخارجي، وإعطائها الأدوات و الطرق اللازمة لتطوير أدائها التنافسي، كما أن الغاية الكبرى من ذلك هي العمل على إبقاء وديمومة نشاط المؤسسة في وسط نسيج اقتصادي يتميز بالتغير المستمر في عالم غير مستقر على الدوام، فالغرض الأساسي من التأهيل هو الحصول على مركز تنافسي للمؤسسة وتحسين أدائها التنافسي.

و تصنف الجزائر حسب مؤشر التنافسية العالمي ضمن الدول المنتقلة من مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على عوامل الإنتاج إلى مرحلة الدول المعتمدة على الكفاءة، إذ توصلنا إلى ضعف تنافسيها مقارنة بالدول المصنفة في مرحلة الدول المعتمدة على الكفاءة، و الدول التي تعتمد على مؤشرات الإبداع والابتكار لدفع عجلة نموها و تنافسيها على المستوى الداخلي والخارجي لأسواقها.

و لذلك لا يمكننا التكلم عن تأهيل المؤسسات الصناعية و تحسين أدائها التنافسي دون التطرق إلى تأهيل الجودة بداخلها والاهتمام بها كأحد أهم متطلبات التأهيل داخل المؤسسة، ففي إطار تأهيل المؤسسة لمواجهة المنافسة المفروضة عليها يسعى دائما مسيرها إلى الاطلاع على أحدث التقنيات لإدارة الجودة و تطبيق كل المعايير و المقاييس الخاصة بمجال نشاطها. الأمر الذي سنتطرق إليه في الفصل الموالي.

الفصل الثاني:

أساسيات إدارة الجودة في المؤسسة الصناعية

- ✓ المبحث الأول: الجودة ماهية، تطور تاريخي و أهداف
- ✓ المبحث الثاني: أبعاد و محددات الجودة، خصائصها و أدواتها
- ✓ المبحث الثالث: ادارة جودة المؤسسة الصناعية

تمهيد:

تنشط المؤسسات الاقتصادية و الصناعية منها في محيط يوصف بظروفه الصعبة و المعقدة فازدياد شدة المنافسة نظرا لتعدد و تنوع المنتجات و المنتجين و عملهم على إرضاء حاجات الزبون لضمان وفائه و الحفاظ على مكانة المؤسسة في السوق يجعل المؤسسات في ضغط دائم و عمل دعوب لضمان ذلك، و هذا ما يدفعها إلى التفكير المستمر في العامل الواجب التركيز على تسييره بالمؤسسة للوصول إلى تلك المكانة التنافسية التي تحلم بها و التي تجعلها محصنة ضد منافسيها فترى في ذلك ضرورة الاهتمام بجودة المنتجات بل تطبيقها داخل المؤسسة ككل و بكل وظائفها.

إن الاهتمام بجودة المنتج النهائي وحده غير كاف في ظل ظروف المؤسسات حاليا و في البيئة التنافسية التي تعيش فيها، و لذلك تسعى المؤسسة إلى التركيز على الوصول بمؤسسها إلى درجة جودة أعلى من ذلك، فعملت على وضع نظام جودة بالمؤسسة شيئا فشيئا إلى أن شمل ذلك كل الوظائف و المهام المتواجدة بها، فلم تبقى الجودة داخل المؤسسة حكرا على وظيفة الإنتاج فقط و تم التوصل في الأخير إلى وضع عدة أساليب لإدارة الجودة داخل المؤسسة، الأمر الذي سنتطرق إليه في هذا الفصل و الذي قسم إلى أربع مباحث تناولنا من خلالها كل من المفاهيم العامة للجودة و تطورها التاريخي، أهميتها، أدواتها وكذا مختلف الأساليب المستعملة لإدارتها و ركزنا في الأخير عن أساليب ادارة الجودة في الصناعة الغذائية لتماشى ذلك مع الجانب التطبيقي لبحثنا هذا.

المبحث الأول: الجودة ماهية، تطور تاريخي و أهداف :

لقد أصبح لفظ الجودة أكثر استعمالاً و شيوعاً في مختلف القطاعات و المجالات سواء كانت صناعية أو خدمية، و يعود ذلك لمدى تطور المعاملات الاقتصادية ما بين المؤسسات نظراً للمنافسة الداخلية و الخارجية المفروضة عليها و لمتطلبات السوق و تطور حاجات الأفراد بداخله. الأمر الذي أدى إلى تطور مفهوم الجودة و اتسع مجاله من الاهتمام بتدنية كمية المعاب من الإنتاج إلى الانشغال بإدارة جودة وظيفة الإنتاج بأكملها و بكل مهامها و وظائفها من تصميم، تخطيط، إنتاج، صيانة و تسويق المنتج النهائي.

و يزيد تعقد مصطلح الجودة خاصة في المجال الصناعي نظراً لقدم عملية التصنيع مقارنة بالخدمة، و نظراً للطابع الملموس للمنتج الاستهلاكي المستعمل مباشرة من قبل الزبون، فنجد صعوبة في وضع مفهوم و تعريف موحد للجودة و الذي يختلف باختلاف وجهة نظر كل متعامل اقتصادي سواء كان مستهلك نهائي للمنتج ، منتج في حد ذاته، مسوق للسلعة، أو إحصائي يقوم بتدقيق و مراقبة جودة المنتج. كما أنه يختلف من منطقة إلى أخرى و من سوق لأخرى حسب مجالات و استعمالات و تطور العملية الإنتاجية في كل منها. ونظراً لما سبق ذكره و جب علينا توضيح مفهوم الجودة في أول نقطة من هذا العمل للتمكن من لمس و وضع يدنا على التعريف الذي سنستعمله و نتناوله في كامل عملنا هذا.

المطلب الأول: مفهوم الجودة و أهميتها:

1- مفهوم الجودة:

" يعود أصل كلمة جودة إلى اللفظ اللاتيني Qualitas الذي يقصد به طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلاحيته" (صالح، 2007).

أما الجودة لغة فيردها المعجم الوسيط إلى " فعلها الثلاثي جاد و مصدره جودة بمعنى صار جيداً، ويقال جاد العمل فهو جيد، و جمعها جياذ أو جياذ، و جاد الرجل أي أتى بالجيد في القول أو العمل" (تميمي، 2008، ص 13). كما أن كلمة "جودة في أصل اللغة تعني الجيد ينقض الرديء، و يقال جاد فلان في عمله و أجود و استجاد أي عده جيداً" (الطائي، 2009، ص 55).

و الجودة في المعاجم الانجليزية تعني "الامتياز، و أحيانا تعني بعض العلامات أو المؤشرات التي

يمكن من خلالها تحديد الشيء أو فهم بنيته " (مجيد، 2007، ص 15).

أما في المعجم الفرنسي لروس فتعرف الجودة على أنها " كون الشيء حسن أو سيء وهي التميز والتفوق، كما أنها تعبر عن جدارة الشخص من الناحية الأخلاقية و الفكرية له " (Le Petit Larousse (Illustré P 842

وتعرف الجودة اصطلاحاً على أنها " عملية بنائية تهدف إلى تحسين المنتج النهائي، وهي مجموعة من الخصائص و المميزات لكيان ما تعبر عن قدرته على تحقيق المتطلبات المحددة أو المتوقعة" (سكر، 2006، ص 207) و حين استعمالنا لمصطلح جودة فإننا نفكر عادة في " المنتج أو الخدمة الممتازة التي تحقق رغباتنا، فبمجرد أن يحقق المنتج حاجتنا بتفوق اعتبرناه ذو جودة " (Besterfield, 2002, P05)

و على العموم " نجد الجودة عادة ما تعبر عن الترف و الغلاء في ذهنية الكثير من الناس " (Huberac , 2001, P 22) فبمجرد اقتناء المنتج بأعلى سعر ممكن اعتبرناه ذو جودة عالية، فهناك ربط وعلاقة مباشرة ما بين ارتفاع و انخفاض السعر ودرجة جودة المنتج عند عامة الأفراد.

و بمفهومها الكلاسيكي تعرف الجودة على أنها "الفحص و السيطرة على المواصفات" (عبد الستار علي، 2010، ص 21) إضافة إلى توفر خصائص معينة للسلعة المنتجة و " خلوها من العيوب" (بشاريزيد الوليد، 2008، ص 182)

وتعرف الجودة حديثاً على أنها قيمة نسبية يعبر عليها بالنسبة لمرجع معين، فهي لا تعني الوصول إلى منتج راقى " Produit haut de gamme " و لا تقديم خدمة بأداءات مثالية، فالجودة تعتمد على احترام مواصفات ما لتلبية حاجات معينة في إطار ميزانية معينة، فهي توافق بين الأهداف المرجوة والانجازات المحققة (Hannequin Le Meur, 2004, P153).

كما عرفت بأنها حالة ديناميكية مرتبطة بالمنتجات المادية و الخدمات و بالأفراد و العمليات و البيئة المحيطة بحيث تتطابق هذه الحالة مع التوقعات (الدرادكة، 2002، ص 16)، و اعتبرت علماً متعدد ومختلف تختلف أهميته حسب البيئة المحيطة به، و هو يهدف إلى إدخال مفاهيم جديدة للإدارة بهدف رفع مستوى الأداء و تحسين الإنتاج (حلمي آغا، 2006، ص 164).

وقد تم تعريف الجودة من طرف منظمة التقييس الدولية ISO حسب معيار ISO 9000:2000 على أنها قدرة مجموعة من الخصائص الأساسية على تلبية المتطلبات

(www.qualité-méthode.com/qualité/qualitéIso.html)

وحسب مواصفات الجمعية الفرنسية للتقييس Afnor (120 – 50 NFR) فإن الجودة هي عبارة عن مجموعة من خصائص ومميزات كيان ما تلبي الحاجات المعبر عنها (الظاهرية) أو الضمنية (Périgod, 1993, P227)

فمن الملاحظ من خلال هذا التعريف أنه مهم نوعا ما إذ أنه لا يحدد طبيعة الكيان المقصود هنا أي جودة منتج صناعي؟ أو خدمة؟ أو وظيفة معينة؟ ولا عن حاجات من؟ مستخدم لهذا الكيان؟ أمستهلك له؟ أو منتج له؟ ومنه فإن " مصطلح جودة لا يمكن تعريفه بصفة مطلقة ولكن يجب أن ينسب إلى شيء ما أو كيان معين " (Deeb, 2008, P31).

أما حسب الجمعية الأمريكية لضبط الجودة (ASQC) والمنظمة الأوروبية لضبط الجودة (EOQC) "فالجودة هي المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات معينة (العزاوي، 2005، ص 13).

وبالنسبة لتعريفها حسب المعايير اليابانية فقد عرفها المهندس الياباني تاجوشي على أنها " تعبير عن مقدار الخسارة التي يمكن تفاديها والتي قد يسببها المنتج للمجتمع بعد تسليمه له " (العزاوي، ص 15)، كما يمكن تعريفها على أنها تطوير وتصميم وصنع السلع الأكثر اقتصادا ومنفعة والأكثر تلبية لحاجات مقتنيها " إضافة إلى التموين بالسلع ذات الجودة الملائمة للسعر المناسب وبالكميات اللازمة للسوق " (Seddiki, 2008, P24).

وفي الجزائر فإن المعهد الجزائري للتقييس IANOR يعتمد في وضعه للمواصفات والمقاييس الجزائرية تحت رمز NA على الجمعية الفرنسية للتقييس AFNOR والمعايير الفرنسية NF وعلى منظمة التقييس الدولية ISO كمرجعية له في ذلك . وبذلك يعود تعريف الجودة حسب المعهد الجزائري للتقييس إلى نفس التعاريف التي تم ذكرها من قبل من طرف كل من الجمعية الفرنسية للتقييس والمنظمة الدولية للتقييس.

ويشمل مصطلح الجودة عدة جوانب وله عدة مداخل ويكون ذلك على أساس الحاجة المعبر عنها والغرض من ذلك وسنتطرق إلى هذه المداخل في الفقرات اللاحقة.

فحسب التعريف الفلسفي للجودة هي عنصر فلسفي غير قابلة للقياس، فهي تعبر مثل كل من الجمال والنقاء عن تجربة شخصية لا يمكن تكرارها (Sépari, 2010, P 243). كما أنها قيمة جديدة

يتم تقاسمها داخل المؤسسة و نقلها عبر العصور مما يجعلها جزء لا يتجزأ من الطبيعة البشرية كالنشاط الحرفي مثلا (Mispelblom Beyer, 1999, P110).

أما بالنسبة للتعريف الإحصائي فيعتبر المنتج ذو جودة بمجرد قبول إحصاءات ما محسوبة على المستوى التشغيلي و العملي (Seddik, 2008, P18) فيمكن قياس الجودة بالاستعانة بمؤشرات إحصائية معينة كنسبة التالف، تكلفة الرجوع إلى التصنيع، تكلفة استبدال الوحدات، فقدان الزبائن وعدد شكاوهم (Riopet 2008, P481).

كما تعرف الجودة من وجهة نظر المستهلك على أنها مدى "قدرة السلعة أو الخدمة على تلبية حاجات مستعملها" (Deeb,2008, P31)، هذا المدخل التسويقي للجودة لا يعطيها على العموم مفهوما موضوعيا بل يمكن اعتباره ذاتيا يعتمد أساسا على التوافق المتواجد بين ما ينتظره المستهلك و ما تحويه السلعة من خصائص.

و الجودة حسب المنتج " تكمن في التمكن من الإنتاج بأقل تكاليف سلعا تستطيع أن تلي حاجات مستعملها" (Khalaf, 2008,P23)، كما يمكن تعريفها من هذا المنظور على أنها احترام المنتج للمعايير والمقاييس أثناء قيامه بعملية الإنتاج " فيكون المنتج ذو جودة إذا تواجدت قيمه داخل مجال التغيرات المقبولة حسب المعيار المحدد لإنتاجه" (Sépari,2010, P 244)

و بالنسبة للتعريف المُركز على القيمة فيمكن تعريف الجودة على أنها " درجة التميز و التفوق للمنتج المعروض بسعر مقبول " (Deeb,2008, P32)، إذن فالجودة من هذا المنظور تتميز بالتوافق الممكن الوصول إليه نتيجة للتعريفين السابقين المعتمدين على تلبية حاجات المستهلك و اقتنائه للسلعة بالسعر المناسب من جهة و تلبية حاجات المنتج و إنتاجه لسلعة بأقل تكلفة ثم عرضها على المستهلك بسعر معقول من جهة أخرى.

و أخيرا يمكننا التطرق إلى تعريف الجودة حسب نظرة المؤسسة لها باعتبارها منظومة جديدة وأسلوب جديد للتسيير إذ تعتبر الجودة داخل المؤسسة على أنها "تلك السياسة التي ترمي إلى التجنيد الدائم للعمال لتحسين:

- جودة السلع و الخدمات،
- نجاعة سير العمل داخل المؤسسة،
- الجدارة في فهم أهداف المؤسسة و العمل على ملاءمتها مع تطور محيطها" (Khalaf,2008, P23)

و منه يمكن القول أن الجودة هي ذلك " الهدف الذي يدل على أن المؤسسة تبحث بطريقة مصممة، مجهزة، ومراقبة على التحسين المستمر لسيرتها ولخدمة زبائنها" (Wellhoff, 2011, P183).

بعدها تطرقنا إلى مختلف التعاريف السابقة يمكننا القول أنه للجودة عدة تعاريف تختلف باختلاف وجهة نظر كل طرف إليها، و تختلف حسب الحاجات المتغيرة لكل فرد، فهناك من يرى الجودة على أنها مجرد تلبية لحاجاته الاستهلاكية وهناك من يعرفها على أنها أسلوب عمل و نظام حديث لتسيير المؤسسات وهناك من يحصرها في الجانب الكمي و آخر الشكلي، و من المتعاملين من يربطها ارتباطا وثيقا بالكلفة. إضافة إلى تلك النظرة التاريخية و الإرث المفاهيمي و الإقتصادي الذي يتم تداوله عبر الأجيال خاصة في المؤسسات الصناعية العائلية.

و منه يمكننا حصر تعريف الجودة على أنه ذلك المفهوم الديناميكي و المتغير الذي يتوقف على تلبية و تطور حاجات الأفراد كل حسب وجهة نظره و متطلباته فهذا التميز بالتغير و الديناميكية يكون حسب تطورات كل من السوق و سلوك المستهلك و المنتج من جهة و تطور النشاط الإنتاجي للفرد من جهة أخرى. و كذا تطور مفهوم الجودة من الإهتمام بخصائص المنتج إلى الإهتمام أكثر بنظام إدارة الجودة داخل المؤسسة ككل.

بعدها تطرقنا في النقطة الأولى لمفهوم الجودة و وضعنا تعريفا له ننتقل فيما يلي إلى أهمية الجودة.

2-أهمية الجودة:

تأثرت الجودة باهتمام عالمي متزايد في العقدين الأخيرين من هذا القرن، كما أنها أضحت عنصرا أساسيا في التمييز بين السلع والخدمات المتداولة عالميا. وتعد الجودة ذات أهمية إستراتيجية سواء على مستوى المؤسسة، أو على المستوى الاقتصادي الكلي و الدولي. حيث تقوم المؤسسات بخدمة الزبون وزيادة حصتها السوقية بتقديم السلع والخدمات التي تتميز بالجودة سواء لإرضاء حاجات ورغبات زبائنها، أو لجذب زبائن جدد عن طريق تخطيط الحملات الإعلانية وإتباع السياسات الترويجية التي تعد هامة جدا في ميدان المنافسة.

أما على المستوى الكلي، فاعتبرت الجودة هامة، خاصة إذا كانت صناعتها تتنافس في السوق الدولية بفاعلية. ويعود هذا الاهتمام الكبير والمتزايد بالجودة إلى عوامل كثيرة أهمها:

- تزايد عدد الزبائن المطالبين بالجودة
- تعاظم وتفاقم المنافسة في الأسواق الداخلية والدولية
- زيادة المطالبة بربحية أفضل وأحسن
- تقديم تشريع أحسن للمسؤولية القانونية عن السلعة (زغيب ، 2007)

و للجودة فوائد كثيرة داخل المؤسسة خاصة أثناء مزاولة نشاطها فالاهتمام بها يساعد على التقليل من الأخطاء و الوقت الضائع عند القيام بالمهام إضافة إلى الاستفادة المثلى بالموارد المتاحة و زيادة رضا العاملين المستفيدين منها.

كما أن جميع المؤسسات تعطي اهتماما كبيرا بالجودة و هذا الإهتمام يعود لعدة اعتبارات هي (الطائي، 2003، ص88):

- صار المستهلكون يتمحصون كثيرا قبل الإقدام على شراء السلع و الخدمات
- إن التطور التكنولوجي أو التقني قد ساعد المدراء في تقديم خدمات إضافية و ملائمة للزبائن
- تنامي حدة المنافسة فإن الجودة تعتبر ميزة تنافسية تجبر الإدارات على أخذها بعين الاعتبار في نشاطها التسويقي.

و يمكن توضيح أهمية الجودة في المؤسسات الصناعية من خلال الفقرات التالية: (الطائي، 2003، ص 74):

1-2 شهرة المؤسسة:

تُستمد شهرة المؤسسة من مستوى الجودة الذي تنتج به منتجاتها، فهذا يضيف على المؤسسة السمعة الحسنة و الانتشار الواسع لمنتجاتها، و يترتب على فشل الإدارة في إعطاء الاهتمام الكافي بالجودة الإساءة إلى سمعة المؤسسة و ربما فقدانها لعدد كبير من زبائنها.

2-2 المسؤولية القانونية عن المنتج:

إن المؤسسات التي تقوم بتصميم منتجات معينة و إنتاجها، تكون مسؤولة قانونا عن كل أذى يحصل نتيجة استخدام المنتج، و عليه لا بد من أن تنتج، و توزع منتجات خالية من العيوب، و الأخطاء قدر الإمكان لتتجنب المسائلة القانونية المترتبة على ذلك .

3-2 التطبيقات الدولية

من أجل أن تكون المؤسسة المنتجة في وضع تنافسي على المستوى الدولي، فإن عليها الإهتمام بمستوى الجودة، فالمنتج يجب أن يتوافق و ينسجم مع المتطلبات العالمية، حتى تضمن المؤسسة بقائها في بيئة الأعمال، فعلى سبيل المثال عند الحصول على شهادة ISO 9000 يتطلب ذلك من المؤسسة الالتزام بالمواصفات المحددة و المتفق عليها دوليا في مجال الجودة، كما أن حصول المؤسسة على هذه الشهادة لا يعني توقف المؤسسة عن تطوير مستواها بل يجب أن تعمل على التحسين المستمر لجودة إنتاجها.

4-2 التكاليف و الحصة السوقية:

إن تحقيق الجودة الجيدة و التحسين المستمر لها سوف يؤدي إلى جذب أكبر عدد من الزبائن، ومن ثم زيادة الحصة السوقية و ذلك يؤدي إلى تخفيض التكاليف و من ثم زيادة ربحية المؤسسة.

كما انه للجودة عدة مزايا من الناحية التجارية و التقنية و كذا التكنولوجيا و القانونية خاصة إذا كان الإهتمام بها صوب عيني المسؤول عن المؤسسة فعلى المستوى التجاري مثلا تعتبر الجودة أداة اتصال فعال مع الزبائن و يمكن جمع هذه المزايا التجارية في خمس نقاط كمايلي:

- "رفع ثقة الزبون في المؤسسة و في مختلف علاماتها التجارية و منتجاتها،
- المفاضلة بين المنافسين،
- تحسين الصورة التجارية للمؤسسة،
- حماية المؤسسة و زبائنها من المنتجات المقلدة و جودتها الرديئة،
- فعالية أكثر لقوى البيع بالمؤسسة " (Maurin, 2010,P 02)

و نظرا لهذه الديناميكية و التغير في مفهوم الجودة و كذا لأهميتها كونها عنصر مهم داخل المؤسسة ووجب الإهتمام به ننتقل إلى النقطة الموالية للتطور التاريخي للجودة في المطلب الثاني.

المطلب الثاني: التطور التاريخي للجودة:

لا يمكننا التحدث عن مجال ما دون البحث و التعرف على تاريخه، فالتطور التاريخي للجودة قديم قدم الحضارات البشرية عبر الزمن فقد اهتم بها كل من السومريين و المصريين و البابليين و كذا

كل من الرومان و البيزنطيين و الأنباط، كما كانت لها مكانتها في الحضارة الإسلامية ، ثم تم أخذها بعين الاعتبار إبان الثورتين الصناعيتين الأولى والثانية في كل من أوروبا وأمريكا على التوالي. وأخيرا تم الاهتمام بإدارة الجودة حديثا كفلسفة جديدة داخل المؤسسات الاقتصادية. و سنقوم بعرض كل مرحلة من مراحل التطور التاريخي للجودة عبر الزمن بنوع من التفصيل في الفقرات الموالية.

1 الجودة في العصور القديمة:

سيتم التركيز في هذه النقطة على التطور التاريخي للجودة خلال العصور القديمة أي عند كل من السومريين، المصريين القدامى، البابليين، الرومان و البيزنطيين وكذا الأنباط.

1-1 الاهتمام بالجودة عند السومريين: (3000 ق م)

لقد اهتمت الحضارة السومرية قبل الميلاد بـ 3000 سنة بتنوع الأنشطة الاقتصادية و الإنتاجية ومنه بالجودة بالموازاة لذلك، ففي مجال الهندسة المعمارية مثلا كان تصميم المساحات المخصصة للبناء يستلزم إتباع قواعد محددة لتخطيط و تنظيم المناطق الحضرية و الاهتمام بجودة تقسيم هذه المساحات، ومن أجل القيام بهذه الأعمال من تخطيط و بناء على أكمل وجه وضع السومريين ادارة حقيقية تشرف على تنفيذ مختلف المهام، فإن أرشيف جيرسو يبين لنا مدى دقة و تعقيد القواعد الإدارية في تلك المرحلة و التي تمت ممارستها من طرف مسؤول الكهنة، مدققين، مفتشين و مراقبين لضمان السير الحسن للعمليات التنفيذية.

(www.larousse.fr/encyclopedie/autres-région/Summer/145506)

أما في مجال الحرف فإن جميع المواد المستوردة كانت تستعمل في إنتاج السلع الفاخرة الموجهة للنخبة الحضرية. مما استوجب على الحرفيين وضع و إتباع تقنيات إنتاج جديدة لتلبية حاجات هذه الطبقة من المجتمع السومري للتمكن من إنتاج سلع ذات جودة عالية تليق بهذه النخبة.

كما كان السومريين من أحسن صانعي المجوهرات و الصاغة إذ كانوا يتقنون أهم تقنيات الشق والنقش على الذهب، فهم من اخترع الخيط الذهبي الذي يساعد على صنع المجوهرات الذهبية لتلبية حاجات الملوك و تزيين مقابرهم الملكية بتل المقير (Our).

(www.larousse.fr/encyclopedie/autres-région/Summer/145506)

كل ما سبق يوضح مدى الإهتمام بجودة السلع الموجهة خاصة لطبقة واحدة من المجتمع السومري و هي طبقة الملوك و النخبة الحضارية فبالرغم من ذلك إلا أن السومريين كانت لهم اهتمامات بإتقان التقنيات الإنتاجية و تحسينها و الرقابة عليها لتلبية حاجات ملوكهم و أهم طبقة في مجتمعهم قبل 3000 سنة من الميلاد.

2-1 الإهتمام بالجودة في الحضارة المصرية: (2700 ق م - 2200 ق م):

لقد كانت للزراعة مكانة هامة عند الحضارة المصرية القديمة كما تميزت بتقسيم العمل ما بين مجموعة من العمال يتم الإشراف عليهم و مراقبة أعمالهم من طرف " موظفين مؤهلين لذلك يقومون بتسجيل مردودية كل فريق عمل و كل عامل فرديا، كما يجبرون المزارعين على تحقيق مواصفات إنتاج تم تحديدها مسبقا" ([http:// mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html](http://mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html)).

وقد تعددت الأنشطة مع بداية عهد الإمبراطورية المصرية القديمة من تربية النحل، صناعة الخبز، فلاحة، و جني التمور وغيرها هذا ما أدى إلى تنظيم مختلف هذه الأنشطة فبدأت البوادر الأولى للتخصص في العمل بالظهور. " ففي بعض الأنشطة مثلا تم العثور على جِرار مسجل عليها نوع و جودة المنتج المحافظ عليه بداخلها و مصدره و اسم منتجه، و هذا ما يبين مدى الإهتمام الكبير بجودة المنتجات الغذائية خلال تلك الفترة " ([http:// mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html](http://mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html)).

و في صناعة الخشب فتستعمل أنواع الخشب حسب المنتج المراد صناعته و يتم تحديد لكل نوع من المنتجات نوع و مصدر الخشب الملائم له، و ذلك لضمان جودة المنتجات كل حسب نوعها، " فقد خصص خشب الأرز المقاوم للحشرات لصناعة السفن و الأثاث الثمين، أما الطاولات و الأغراض يومية الاستعمال فيتم استخدام خشب شجرة الجميز نظرا لسهولة استعماله و ليونته، و بالنسبة لخشب النخيل فقد استعمل في عمليات البناء. أما صناعة الأسلحة الخشبية فخصص لها خشب الدردار. و قد تطلبت صناعة الخشب في تلك الفترة الدقة و الخفة و المهارة أكثر من القوة و الجهد البدني " (http://fr.wikistrike.org/wiki/M%C3%A9tiers_dans_l%27%C3%89gypte_antique#Les_artisans).

و كما هو الحال في صناعة الخشب تميزت كذلك صناعة الجلود بالاهتمام بجودة و نوعية المواد الأولية المستعملة في هذا النشاط. إذ خصصت جلود النمر المستوردة من بلاد النوبة شمال السودان حاليا لرجال الدين نظرا لقيمتها الثمينة. أما الجلود الخفيفة و الرقيقة الممكن صبغها فتستعمل لصناعة الأحزمة و تزيين الأقمشة و الملابس، و الجلود البيضاء و الأفضمة فتستعمل للكتابة.

" كما أن الأهرامات في مصر شاهد على جودة أداء الفراعنة في بناء و صيغ المعابد المصرية وذلك في القرن الخامس عشر قبل الميلاد (سوسن ، 2007، ص 43).

في نفس مجال البناء، يتم التخلي عن الكتلة الحجرية المستعملة بمجرد ظهور تشققات عليها، وهذا ما حدث عند بناء المسلة الناقصة بأسوان في مصر التي كان بإمكانها أن تصل إلى علو 42 متر إذا اكتملت عملية بنائها.

3-1 الجودة عند البابليين خلال عهد الملك حمورابي (1792 ق م – 1750 ق م):

لقد قام الملك البابلي حمورابي بنقش قرابة 300 قانون على حجر الديوريت على شكل " لائحة جزاءات لحالات الإهمال و القصور في أداء العمل و التي نقشت على مسلة شهيرة أطلق عليها مسلة حمورابي التي يوجد نموذجها الأصلي في متحف اللوفر بباريس" (الحريري، 2010، ص 47). وقد تضمنت عدة بنود من بينها " قانونا يخص التجارة اوجب على من يقدم ما هو غير جيد أو ناقص القيمة في السلعة أو الخدمة التي يتاجرها القيام بإصلاح العيب" (الطائي، 2009، ص 62).

فالبند 05 مثلا ينص على وجوب جودة عمل القاضي و حكمه إذ يفرض عليه تسديد اثنتي عشرة مرة الغرامة التي قام بفرضها سابقا إذا تبين خطئه في إصدار حكم ما إضافة إلى منعه و إزاحته من منصبه كلية. كما ينص البند 53 على ما يلي: " أي شخص كان كسولا في الحفاظ على سده على أحسن حال و لا يقوم بصيانته متسببا بذلك في فيضانات على الحقول المجاورة سيتم حجز السد و بيعه لتعويض الخسائر المتأتية جراء ذلك"

<http://www.wikistrike.com/article-traduction-en-français-du-code-hammurabi-66925501.html>

" و من بين هذه القوانين كذلك ما يشير إلى المسؤولية الطبية ففي البند 218 إذا قام طبيب بإجراء عملية جراحية لشخص ما مستعملا مشرطا من برونز و تسبب في موته أو عي له سيتم قطع أصابعه" (Martinez, P 19)، و الأمر يعيد نفسه بالبند 233 الذي ينص على التحكم في جودة الإنتاج وخاصة في البناء، فأى بناء قام ببناء منزل ما و لم يقم بذلك حسب المواصفات اللازمة لذلك و كان أحد الحيطان مائلا يستلزم عليه إعادة تمطينه و تحمل تكاليف ذلك.

كل ما سبق يبين لنا مدى أهمية الجودة عند البابليين و لننتقل الآن إلى الجودة عند الرومان والبيزنطيين و الأنباط في النقطة الموالية.

4-1 الجودة عند الرومان، الأنباط و البيزنطيين:

لقد كان العمل إبان حكم الإمبراطورية الرومانية (753 ق م - 900 ق م) صعب للغاية إذ كانت المناجم ملك للدولة يعمل بها كل من العبيد و المحكوم عليهم بالإعدام تحت إشراف و مراقبة نائب الدولة لغرض حثهم على القيام بالأعمال بأحسن طريقة و أعلى جودة ممكنة

ففي مجال النحت على الرخام فقد اعتمد الرومان على تقسيم العمل بين مختلف العمال المتخصصين للوصول إلى أحسن نتيجة ممكنة، فكل منهم ينحت جزء معين من الرخام ثم يتم تجميع مختلف الأجزاء للحصول على الشكل النهائي. فإذا تسبب أحد النحاتين في خطأ أو عيب عند قيامه بمهمته فسيتوقف ذلك على الجزء الذي قام به ولن يؤثر على جودة الشكل النهائي، و يتحتم عليه إعادة و إصلاح العيب الذي تسبب به فقط. و بهذه الطريقة تمكن الرومان من التحكم في جودة المنحوتات باستعمال التخصص في العمل و تقسيمه.

و " اهتم الأنباط (100 ق م – 37 ق م) بممتلكاتهم لدرجة أنهم يعاقبون كل من يترك ممتلكاته تتدهور و لا يعتني بها، على عكس من يعمل على تحسينها إذ تمنح له أوسمة شرف نتيجة لذلك".
(<http://www.cosmovation.com/ChronoNabateens.htm>).

كما " بينت دراسات حديثة عن صناعة الحرير عند البيزنطيين (330 م) استعمالهم لتقنيات حياكة معقدة و جد متطورة بالنسبة لتلك الفترة و الممارسة من طرف يد عاملة جد مؤهلة و متمكنة من استعمال هته التقنيات" (Angliki,2003, P849). و هذا ما يبين مدى تطويرهم لعوامل الإنتاج المستعملة و لتقنيات ضمان جودة منتجاتهم و تحسينها أكثر لتلبية حاجاتهم.

2- الجودة عند المسلمين من الكتاب و السنة:

إن المسلمون معنيون قبل غيرهم بأمر الجودة و التجويد و مأمورون بالتجويد و الإحسان في كل أمر من أمورهم بل في كل لحظة من لحظات حياتهم. و قد وضع الإسلام دليل جودة لم يترك شاردة و لا واردة إلا ذكر كيف تؤدي بإحسان حتى النوم و اليقظة و الأكل و الشرب و مختلف جوانب الحياة و المعاملات و قد جاءت كلمة الإحسان و هي المرادف للجودة و التجويد، بل و أرفع درجة في القرآن الكريم في سبعة و ثلاثين موضعا (محمد سعيد، 2006، ص 188)، كما قال سبحانه و تعالى في سورة الكهف الآية 30: " إِنَّا لَا نُضَيِّعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا"، و في سورة البقرة الآية 195: " و أَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَ لَا تُلْفُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَ أَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ"، و كذلك قوله تعالى في سورة النحل الآية 128: " إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَ إِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا"

و " كذلك أكد الرسول صلى الله عليه و سلم على الجودة و التجويد و الإحسان في كل أمور حياته و حرصه على إرشاد المسلمين إلى ذلك حيث جاء في الحديث الشريف: "إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمَلَ أَحَدًا عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ" و عمل هنا ذكرت نكرة أي المقصود أي عمل يقوم به الإنسان و كذلك جاء في صحيح مسلم: "إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ، فَإِذَا قَتَلْتُمْ فَأَحْسِنُوا الْقِتْلَةَ، وَ إِذَا ذَبَحْتُمْ فَأَحْسِنُوا الذَّبْحَةَ وَ لِيَحْدُ أَحَدُكُمْ شَفْرَتَهُ، وَ لِيُرْحَ ذَبِيحَتَهُ" حيث نجد أن مفهوم الإحسان هو الوفاء بمتطلبات العمل على أحسن وجه (محمد سعيد، 2006، ص 189)

3- الجودة في العصر الحديث:

لقد تطور مفهوم الجودة نتيجة المستجدات و الاكتشافات المتسارعة خاصة مع كل من الثورتين الصناعيتين و ثورة المعلوماتية، مما جعل مفهوم الجودة يمر بعدة مراحل في العصر الحديث كما سيتم توضيحه في ما يلي:

1-3 مرحلة الفحص: (الثورتين الصناعيتين):

و تقتصر هذه المرحلة على إجراءات الفحص و التفتيش لاستبعاد المعيب دون التعرف على أسبابه لمنع تكراره، ففي بداية هذه المرحلة كان على الحرفي القيام بفحص منتجته بنفسه عند انتهاء العملية الإنتاجية، و "بذلك كانت عملية الرقابة على الجودة ملازمة للعمل التصنيعي الحرفي حيث كان العامل مسؤولاً عن تصنيع المنتج بأكمله " (العزاوي، 2005، ص 17)

و مع مختلف التطورات التي شهدتها الثورتين الصناعيتين الأولى و الثانية و ظهور المصنع و تقسيم العمل بداخله و تنظيمه للوصول إلى أكبر حجم ممكن من الإنتاج أصبحت عملية مراقبة الجودة من مسؤولية رئيس العمال الذي يقوم بالسهر على فحص و فرز المنتجات النهائية لتفادي المعيب منها.

وقد "ظهرت هذه المرحلة مع مطلع القرن العشرين بزيادة "فريدريك تايلور" الذي اهتم بدراسة الحركة والزمن في إطار نظرية التنظيم العلمي للعمل أو ما يسمى بالإدارة العلمية للعمل، التي قدمت للعالم سبل تخفيض تكلفة الإنتاج من خلال الحد من الهدر والضياع في العمل التصنيعي الذي كان سائداً آن ذاك. ولقد تميزت هذه المرحلة من تطور الجودة بظهور مصطلح جديد أطلق عليه "فحص الجودة" وهو عبارة عن فحص السلعة للتأكد من طبيعتها ومطابقتها للمواصفات الخاصة لغرض التأكد من أن الإنتاج يسير بالشكل الذي يرتئيه المشروع" (كورتل، 2012، ص 21).

و كما تم توضيحه سابقا فقد شهدت هذه الفترة تطورا جديدا وزيادة في حجم المنتوجات نتيجة للتطورات التكنولوجية و التنظيمية خاصة ما بين سنتي 1920 و 1946 أي خلال الثورة الصناعية الثانية الشيء الذي جعل رئيس العمال لا يتحكم في السيطرة الدقيقة على العمل المنجز من طرف كل عامل، ما استلزم خلق وظيفة جديدة للفاحص الذي يقوم بتدقيق جودة المنتجات بعد الانتهاء من الإنتاج لفرز وعزل المنتجات الغير متطابقة مع المعايير الواجب احترامها، و " من أولى الشركات التي أنشأت قسما للفحص شركة وسترن إلكترىك (Western Electric) التي تعود ملكيتها إلى مجموعة شركات AT and T عام 1925 (الطائي، 2009، ص65).

2-3 مرحلة الرقابة الإحصائية على الجودة: 1940 – 1960:

إن الزيادة الكبيرة في حجم الإنتاج وكثرة تنوعه زاد من تعقيد عملية الفحص و التفتيش الكلي للمنتجات فاستصعب الأمر على ذلك الفاحص الذي يقوم بفرز كل المنتجات لعزل المعيب منها، وهذا ما أدى إلى ضرورة استخدام الأساليب الإحصائية في هذه المهمة بإتباع أسلوب المعاينة الإحصائية " فقد صمم كل من هارولد دودج (Harold Dodge) و هاري رومينج (Harry Roming) أسلوبا إحصائيا لفحص عينات من الإنتاج بدلا من فحصه كله، حيث في ضوء نتائج هذا الفحص يمكن قبوله أو رفضه " (عقيلي، 2001، ص24).

و استخدم في هذه المرحلة علم الإحصاء في الرقابة على الجودة باعتبار أن القيام بنشاط الفحص أصبح غير كاف، و زود الفحص بأدوات و أساليب إحصائية لتحليل عملية التشغيل و مخرجاته، مما جعل أسلوب الفحص أكثر كفاءة باستخدام الأسلوب العلمي و أصبح أسلوب ضبط عملية التصنيع إحصائيا الأسلوب الرئيسي في الرقابة لتحديد مخرجات عملية الإنتاج فيما إذا كانت مطابقة للتصاميم (الحريري، 2010، ص 51).

"ويعد العالم والتر شيوارت (Walter Shewart) من مؤسسي و مطوري نظرية ضبط الجودة الإحصائية، فنمطية المنتج وفق قياسات موحدة مكنت من استخدام الأساليب و الأدوات الإحصائية في مجال الرقابة. و من أبرز من استخدم الرقابة الإحصائية على الجودة العالم ادوارد ديمينج (Edward Deming) (شاكرا مجيد، 2007، ص 44).

إن هذا الأسلوب لا يتصف بالدقة، و الفحص فاستعمال عينة من حجم الإنتاج الكلي لا ينفي إمكانية تسرب بعض الوحدات المعيبة إلى السوق و وصولها إلى الزبون و هذا ما يؤثر سلبا على سمعة المؤسسة في السوق من جهة و لا يلبي حاجات الأفراد و منه يؤثر على مستوى الرضا لديهم اتجاه

المؤسسة من جهة أخرى.

3-3 مرحلة ضمان الجودة: 1960-1970:

عرفت هذه المرحلة تطور أساليب الرقابة على الجودة بشكل كبير، إذ أصبحت المؤسسة تسعى إلى إتباع أسلوب عمل معين يؤدي إلى الوصول ليس إلى الجودة فحسب بل إلى القيام بما يضمن الوصول إليها وتحقيقها من خلال إتباع مراحل عمل تجعل المؤسسة والعاملين على ثقة بأن كل شيء صحيح وخال من العيوب.

وقد ظهرت مرحلة ضبط الجودة و ضمانها على "يد فيجنباوم (Feigenbaum) و تميز هذه المرحلة بمايلي:

- الاهتمام بدراسة تكلفة الجودة و القرار الإقتصادي المحدد لمستوى الجودة،
- الاهتمام بقياس جودة السلع المتعددة القطع و خلو التصميم من الخلل،
- ظهور مفهوم ضبط الجودة (النواة الحقيقية لحركة إدارة الجودة الشاملة). (النعيمي ، 2009، ص52)

كما تعرف الجمعية الفرنسية للرقابة الصناعية للجودة ضمان الجودة على أنه "وضع مجموعة من الإجراءات المناسبة و المنظمة و المؤدية إلى منح الثقة في الحصول على الجودة بطريقة منتظمة (Bussenault,1997, p 144)

فضمان الجودة عبارة عن " مجموعة من الأنشطة التنفيذية والمخططة والضرورية من أجل توفير ثقة كافية بأن المنتج أو الخدمة يستحق الوفاء بالمتطلبات المقدمة والتي تتعلق بالجودة، وبمعنى آخر تأكيد الجودة يعني التركيز على عدم حدوث الأخطاء، وذلك بالتأكد من أن كل الأعمال قد أديت بالصورة الصحيحة من أول مرة باعتماد أسلوب الرقابة الشاملة على العمليات من مرحلة التصميم للمنتج حتى مرحلة وصوله للسوق واستلامه من قبل المستهلك، والرقابة الشاملة لا تحقق إلا بتكافل جهود كل الإدارات المعنية بتنفيذ تلك المراحل" (كورتل 2012، ص 21).

4-3 ادارة الجودة الإستراتيجية: (1970-1980):

إن المنافسة الشرسة و الشديدة على الأسواق العالمية كان سببا في ظهور هذه المرحلة و التي أطلق عليها تسمية ادارة الجودة الإستراتيجية حيث أن المؤسسات اليابانية ذات المنتجات العالية

الجودة والمقبولة الأسعار عملت على غزو الأسواق العالمية، مما جعل المؤسسات الأمريكية تعمل على إتباع إدارة الجودة الإستراتيجية لمواجهة هذه المنافسة والحفاظ على حصتها السوقية وتوسيعها ، و" لعل شركة IBM الأمريكية هي أول شركة أمريكية تبنت إدارة الجودة الإستراتيجية للوقوف أمام المد الياباني، حيث حددت المحاور الرئيسية لإستراتيجية جودتها الآتية:

- إرضاء الزبون وتلبية ما يطلبه ويتوقعه، فتحديد الجودة يكون من قبل الزبون،
- الجودة مسؤولية الجميع من قمة الهرم التنظيمي حتى قاعدته، فالجودة عملية متكاملة لا يمكن تجزئتها، فمن غير المقبول أن تتحقق الجودة في مجال دون الآخر،
- المطلوب تحقيق الجودة في كل شيء الأنظمة، الثقافة التنظيمية، الهيكل التنظيمي، أساليب وإجراءات العمل الخ" (الطائي، 2009 ص 69)

5-3 ادارة الجودة الشاملة: (إبتداء من 1980):

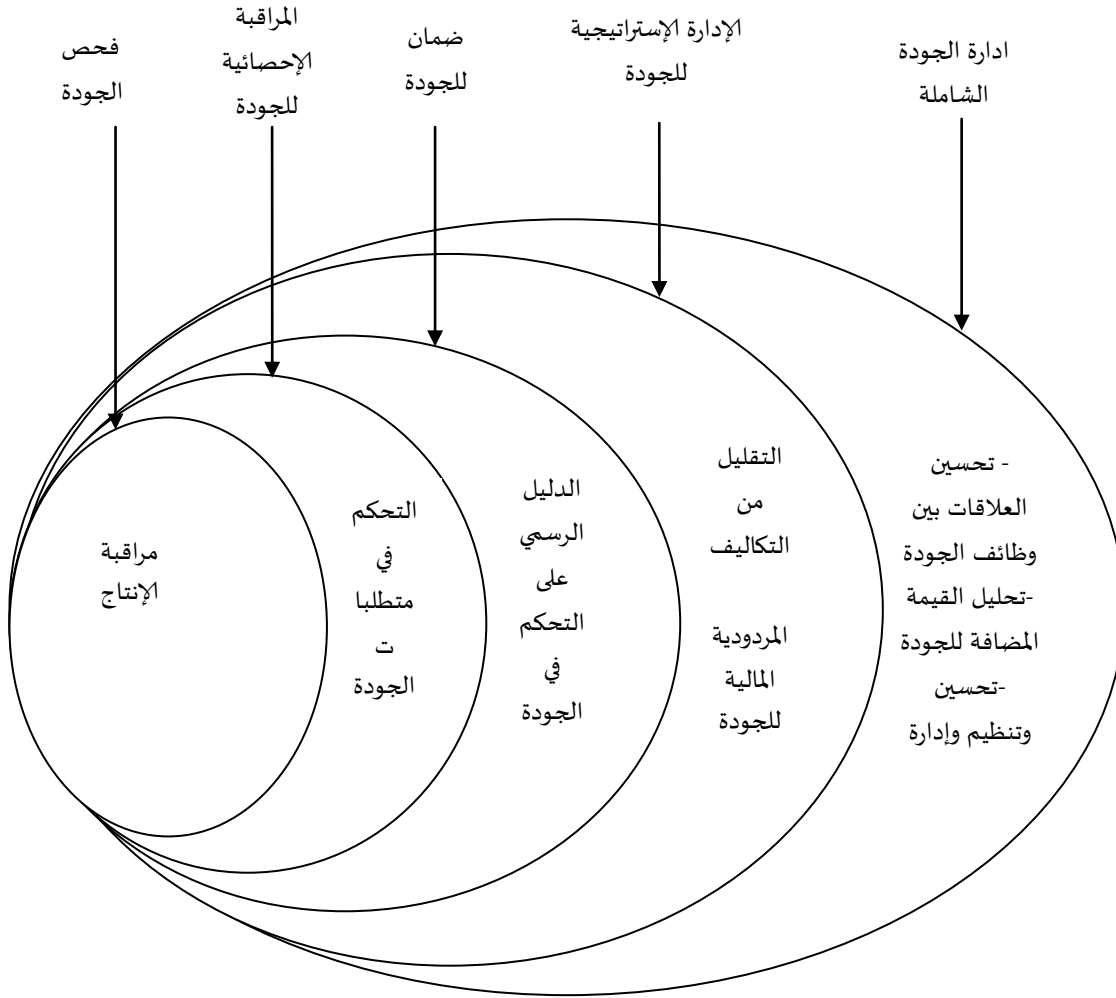
في هذه المرحلة أصبحت الجودة ركنا أساسيا من أركان الوظيفة الإدارية للمديرين، و ادارة الجودة الشاملة تركز على الجودة التي تعتمد على مساهمة جميع أفراد المنظمة لتحقيق النجاح طويل الأمد من خلال رضا الزبون وتحقيق المنافع لجميع أفرادها (الحريري، 2010 ص 51)

وقد عرفها فيجنباوم (Feigenbaum) على أنها " اتفاق على هيكل عمل موثق للمنظمة ككل بصورة إجراءات فنية و إدارية فعالة و متكاملة لتوجيه الأعمال المتناسقة للأفراد، و المكائن، و المعلومات الخاصة بالمنطقة و بالمصنع بأفضل و أكثر الطرق عملية لضمان رضا الزبون عن الجودة و الكلف الاقتصادية لها (الطائي، 2009 ص ص 70، 71).

كما يمكن تعريفها على أنها التحسين المستمر لعمليات المنظمة من أجل زيادة قدرتها على تحقيق توقعات العملاء بأقل تكلفة ممكنة (كورتل 2012 ، ص 23).

و أخيرا يمكننا تلخيص و توضيح أكثر التطور التاريخي للجودة من خلال الشكل رقم 10 الموالي:

شكل رقم 10: تطور مفهوم الجودة في المؤسسات



المصدر:

Pierre Maurin, Gérer et rentabiliser la qualité (Guide pratique dédié au PME) Afnor, Paris 2010, P101

المطلب الثالث: أهم رواد الجودة وأهدافها:

إن تطرقنا في النقطة السابقة للتطور التاريخي للجودة بين لنا وجود رواد لها وضعوا أسسها لتسييرها مع مرور الزمن وهذا ما يقودنا للوقوف أمام هؤلاء الرواد الذين ساهموا بطريقة فعالة في تطوير مبادئ ومفاهيم الجودة ومن أبرزهم:

1- والتر شيوارت (Walter Shewart): (1891-1967):

يعد شيوارت الرائد الأول للرقابة المعاصرة للجودة، وله كتاب عن الجودة نشره عام 1931

بعنوان الرقابة الإحصائية على جودة السلع المصنعة، و كان قد قدم في كتابه هذا مفهوم خرائط مراقبة الجودة، والتي أصبحت من الوسائل الأساسية المستخدمة في الرقابة على الجودة في جميع المنشآت الصناعية. (تميمي، 2008، ص 33).

فقد كان باحث في مخابر ببل (Bell Laboratoires) و اهتم كثيرا بمراقبة الجودة، فخلالها على تاييلور اعتبر الرقابة على الجودة عملية صعبة تتطلب تعاون الكثير من الأشخاص، فقد كان شيوارت مصدر استعمال الأساليب الإحصائية لمراقبة الجودة (Bussenault,1997, P148).

2-ادوارد ديمينج (Edward Deming):

هو أستاذ بجامعة نيويورك، سافر لليابان بعد الحرب العالمية الثانية بناء على طلب الحكومة اليابانية، لمساعدة صناعاتها في تحسين الإنتاجية و الجودة، و نتيجة لجهوده و نجاحه في مهمته أنشأت الحكومة اليابانية عام 1951 جائزة أسمتها باسمه (جائزة ديمينج) تمنح سنويا للشركة التي تتميز من حيث الابتكار في برامج ادارة الجودة (تميمي، 2008، ص 33).

و قد طور ديمينج أربعة عشر مبدأ تعلق بتحسين الجودة و التي تتطلب طرائق السيطرة الإحصائية والمشاركة و التعليم و التحسين الهادف و هي:

- تحديد الهدف من تحسين المنتج: و يتضمن إيجاد القناعة بتحسين جودة السلع و الخدمات المرزعم تقديمها،
- التكيف مع الفلسفة الجديدة: و تعني تبني فلسفة جديدة تقوم على ضوء اعتبارات المنظمة، تحقق أهدافها من خلال تجاوز الإخفاقات المقترنة بالهدر و الضياع في المواد الأولية و انخفاض كفاءة العاملين
- تقليل الاعتماد على الفحص: و الاستعاضة عنه بنظام الرقابة الشامل كطريقة أساسية لتحسين الجودة،
- استخدام الأساليب الإحصائية في الرقابة: و التخلص من الإخفاقات في الأداء الإنتاجي بدلا من الاعتماد على التفتيش النهائي،
- التوقف عن النظر إلى المشروع من خلال السعر: و تعني عدم اعتماد الأسعار كمؤشر أساسي للشراء بل اعتماد المجهزين الذين يعتمدون الجودة العالية في بيع منتجاتهم،
- التحسين المستمر لعملية إنتاج السلع و الخدمات: و تعني متابعة المشاكل التي ترافق الأداء

وتجاوزها وتحسين الأداء المتعلق بالأنشطة التشغيلية بشكل مستمر والإهتمام باستخدام الأساليب الإحصائية،

- إيجاد التكامل بين الأساليب الحديثة و التدريب: وتعني اعتماد الطرق الحديثة في التدريب والتعليم في العمل مع تبني قيادة بديلة،
- تحقيق التناسق بين الإشراف و الإدارة: وتعني تحسين العمليات الإشرافية و تمكين المشرفين من العمل بشكل مباشر مع العاملين في الخطوط و الشعب الإنتاجية و تحسين أدائهم وفق التوجيهات المختلفة و تعميق توجيهات المشرفين نحو تحسين الجودة،
- إبعاد الخوف: و تتضمن إزالة الخوف من العاملين و جعل أنشطتهم تتوجه دائما نحو معرفة المشاكل في الأداء و إبلاغ الإدارة المسؤولة عن ذلك بشكل مستمر و دون تردد أو خوف،
- إزالة الحواجز الموجودة بين الإدارات: و تعكس كسر الحدود الموضوعية بين الأقسام المختلفة و جعلهم يعملون سوية و بروح متفاعلة كفريق واحد نحو إنجاز الجودة الملائمة و الإنتاجية العالية،
- تقليل الشعارات: تفادي استخدام الصيغ و الأساليب غير القادرة على تحقيق الأهداف الأساسية لتحسين الإنتاج،
- اعتماد فرق العمل: تقليل الإجراءات التي تتطلب تحقيق نتيجة محددة من كل موظف على حدا و التركيز بدلا من ذلك على تكوين الفرق داخل منظمة الأعمال،
- إزالة العوائق في الاتصالات: و تتضمن إزالة الحواجز بين الإدارة العليا و العاملين،
- إقامة البرامج التطويرية: و تعني إحلال برامج التعليم و التطوير المستمرين في الأداء و اعتماد سياسات تطويرية جديدة، لكي تحل محل السياسات القديمة ثم الاستغناء عن الطرق القديمة و اعتماد الأساليب الجديدة باستمرار (العزاوي، 2005، ص 47-49).

3-جوزيف جوران (Joseph Juran):

قام جوران عام 1954 بإلقاء محاضرات حول الجودة في اليابان. كما قام قبل ذلك بالعمل لعدة سنوات في برامج الجودة في شركة إلكتريك. و يركز مدخل جوران في برامج الجودة على الأبعاد الإدارية الثلاث التالية:

1-3 تخطيط الجودة:

تحديد مستوى جودة المنتج و تصميم عملية الإنتاج لتحقيق مفردات الجودة المطلوب توفرها في المنتج. و يتطلب التخطيط الإستراتيجي وضع خطة إستراتيجية سنوية للجودة، حيث تقوم الإدارة

بوضع الأهداف و الأولويات، و تقييم نتائج الخطط السابقة، و تنسيق أهداف الجودة مع الأهداف الأخرى للمؤسسة.

2-3 الرقابة على الجودة:

حيث يتم استعمال طرق إحصائية في عملية الرقابة و ذلك للتأكد من أن السلع المنتجة تحقق معايير الجودة خلال عملية الإنتاج. كما تتطلب الرقابة على الجودة تحديد الأداء الفعلي للجودة، و مقارنة الأداء بالأهداف المعدة مسبقا. و من ثم تصحيح أيه انحرافات ما بين الأداء و الأهداف.

3-3 تحسين الجودة: و ذلك من خلال:

- إيجاد و تطوير بنية هيكلية لعمل تحسينات الجودة،
- التعرف على المجالات التي تحتاج إلى تحسين، و تطبيق مشاريع التحسين،
- إيجاد فريق المشروع ليكون مسؤولا عن إنهاء كل مشروع للتحسين،
- تزويد فرق العمل بما تحتاجه من تدريب لتكون قادرة على تشخيص مشاكل الجودة و معرفة أسبابها والعمل على حلها (الترتوري، 2009، ص 47).

4-ارماند فيجنباوم (Armond Feigenbaum):

كان من أوائل من اقترح تطبيق الجودة الشاملة كأساس لضبط الجودة في المؤسسة سواء كانت صناعية أو خدمية، و يعتبر فيجينبوم أول من أشار إلى مصطلح الضبط الشامل للجودة (TQC) و من مبادئه في العمل تطوير الجودة المستمر خاصة في أساليب الفحص. وأكد على أن المنتج أو الخدمة الجيدة هي تلك التي تحقق رغبات المستهلك. أصدر عام 1983 كتابا بعنوان: Total Quality Management: Engineering And Management وأشار إلى أن المسؤولية عن الجودة يجب أن تكون على الجميع و من أبرز الأفكار التي ركز عليها:

- قيادة الجودة.
- التقنيات الحديثة للجودة.
- الالتزام التنظيمي (البروازي، 2011، ص 98).

و عمل فيجنباوم لعدة سنوات في برامج الجودة في شركة جنرال إلكتريك. و لقد استخدم نظاما

شاملاً للرقابة على الجودة من أجل توحيد الجهود و من أجل بقاء استمرار الجودة من قبل جميع العاملين في المؤسسة. وقد قامت الشركات اليابانية -على الأخص- بتبني مبدأ فيجناوم في رقابة الجودة الشاملة. حيث يركز هذا المبدأ على جعل الجودة هي الهدف الأكثر أهمية في المؤسسة، و ضرورة عمل جميع الأقسام في المؤسسة على تحقيقه دوماً (الترتوري، 2009، ص 47، 48).

5- كاورو ايشيكاوا (Kaoru Ishikawa):

لقد تركز عمل ايشيكاوا على ما قام به: ديمنج و جوران و فيجناوم إذ استطاع أن يتوصل إلى خلق مفهوم ما يعرف بحلقات الجودة، و المخططات البيانية المتعلقة بالسبب و التأثير. و يعد من المساهمين الذين أكدوا على تعليم و تدريب العاملين على تقنيات الرقابة في المؤسسة ككل بالشكل الذي أدى إلى انخفاض نسبة المفتشين، و لقد رأى أن مساهمة العامل تعد مبدأ أساسياً للتنفيذ الناجح لإدارة الجودة الشاملة و حلقات الجودة، فقد كان يعتقد بأنها وسيلة مهمة لتحقيق ذلك (العزاوي، 2005، ص 50)

كما تقدم باقتراح تأليف مجموعات صغيرة من العاملين، للقيام بالتعرف على المشكلات المتعلقة بأعمالهم، بهدف تحسين مستوى الأداء و تطويره، مع مراعاة الجانب الإنساني في العمل و الحرص التام على إبراز القدرات الإنسانية و بالتالي إظهار عدد لا متناه من التحسين داخل المنظمة (تميمي، 2008، ص 37).

6- فليب كروسبي (Philip Crosby): (الترتوري، 2009، ص 46)

أمضى كروسبي ثمان و ثلاثون (38) سنة و هو يعمل في مجال الجودة. و قد أَلَّف العديد من الكتب المعروفة في الجودة، منها الجودة مجانية و جودة بلا دموع. و أما خطوات كروسبي في برنامج تحسين الجودة فهي كالتالي:

- أن يكون هناك التزام واضحاً في الإدارة نحو تحسين الجودة،
- إيجاد فرق لتحسين الجودة تتكون من ممثلين من كل قسم داخل المؤسسة،
- إيجاد مقياس للجودة لمعرفة ما إذا كان هناك أية مشاكل حالية أو محتملة حول عدم مطابقة المنتج للمواصفات المطلوبة،
- تحديد تكلفة تقييم الجودة و توضيح كيفية استعمالها كأداة في الإدارة،
- زيادة مستوى معرفة كافة الموظفين في المؤسسة عن الجودة و اهتمام كل منهم بتحسينها،

- اتخاذ إجراءات لتصحيح المشاكل التي قد توجد في الخطوات السابقة،
- تشكيل لجنة لبرنامج خلو المنتج من العيوب،
- تدريب كل المدربين بشكل فعال لأداء دورهم في عملية تحسين الجودة،
- تخصيص يوم خلو المنتج من العيوب لتعريف كافة موظفي المؤسسة بوجود ادارة الجودة الشاملة و أن هناك تغييرا قد حدث في المؤسسة،
- تشجيع الأفراد و الجماعات داخل المؤسسة على وضع أهداف لهم لتحسين الجودة،
- تشجيع الموظفين على إبلاغ الإدارة عن أية صعوبات يواجهونها عند انجاز أهداف تحسين الجودة،
- تقدير جهود كل الموظفين الذين يشاركون في برنامج تحسين الجودة،
- تشكيل مجالس للجودة بشكل دوري،
- تكرار كل الخطوات السابقة و التأكيد على أن عملية تحسين الجودة يجب أن تكون مستمرة ولا تنتهي أبدا.

7-جينشي تاكوشي (Genichi Taguchi): (العزاوي، 2005، ص 50، 51)

و هو مهندس ياباني أكد على قياس الخسارة التي يتحملها المجتمع نتيجة التغيير في المنتجات والانحراف عن المعايير، و استعمل تصميم التجارب الإحصائية كوسيلة للسيطرة على جودة المنتج منذ البداية كدالة خسارة الجودة مثل تكاليف الضمان و شكاوي الزبون، و خسارة استحسان الزبون للمنتج أو الخدمة، فضلا عن كونه شجع على اجتماعات الفريق التفاعلية بين العاملين و المدراء بغية تطوير تصميم المنتج.

يتضح مما سبق أن كل فترة من فترات تطور مصطلح الجودة صاحبه أفكار خاصة بكل رائد من روادها سايروا مختلف المراحل و التطورات و التغييرات التي مرت بها المؤسسة و محيطها و تركوا بصمة لهم جراء ذلك ، فأصبح الاهتمام بالجودة لا يتوقف فقط على نوعية الزبون و تلبية طلباته بل تعدت ذلك لتصحيح متغيرا من المتغيرات و أداة و أدوات التسيير المستعملة لغرض مواجهة المنافسة في السوق والحصول على حصة سوقية اكبر أو الحفاظ على بقاء المؤسسة.

4-أهداف الجودة:

للجودة عدة أهداف يعمل المسؤول عليها على تحقيقها فمنها ما هو متعلق بالوضوح والفهم

التام لأهداف العمل و المشاركة في صنع القرار، و منها ما يهتم بزيادة التعاون مع الإدارات مما يقلل من احتمال حدوث خلافات عمل و منه تطوير القدرات و المهارات عن طريق التدريب المستمر، إضافة إلى الشعور بالفخر و تحقيق الذات باعتبار العامل أو الموظف جزءا من مجموعة يشارك في قراراتها، و أخيرا خلق الاندماج و التناسق بين الهدف و الخطة و تعريف و توضيح المشاكل و العمل المستمر على تحسين النظام للإنتاج و الخدمات لتبني الطرق الجديدة للتدريب (قرايش، 2007). و منها رغبة المؤسسة في السعي لكسب و إرضاء الزبائن و تلبية رغباتهم بدرجة عالية، بغية ضمان البقاء و الاستمرار و التطور في المؤسسة. و هناك نوعان من أهداف الجودة هما:

- أهداف تخدم ضبط الجودة وهي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها، و تصاغ على مستوى المؤسسة ككل و ذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان و رضا الزبائن،
- أهداف تحسين الجودة وهي غالبا ما تنحصر في مستوى الأخطاء و الفاقد و تطوير منتجات جديدة ترضي الزبائن بفاعلية أكبر.

هذا و يمكن تصنيف أهداف الجودة بنوعها إلى خمس فئات وهي:

- أهداف الأداء الخارجي للمنظمة و يتضمن الأسواق و البيئة و المجتمع،
- أهداف أداء المنتج و تتناول حاجات الزبائن و المنافسة،
- أهداف العمليات و تتناول مقدرة العمليات و فاعليتها و قابليتها للضبط،
- أهداف الأداء الداخلي و تتناول مقدرة المنظمة و فاعليتها و مدى استجابتها للتغيرات و محيط العمل،
- أهداف الأداء للعاملين و تتناول المهارات و القدرات و التحفيز و تطوير العاملين" (المحياوي 2006، ص 38).

المبحث الثاني: أبعاد ومحددات الجودة، خصائصها وأدواتها

سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى ثلاث مطالب إذ نتناول في المطلب الأول أبعاد ومحددات الجودة ثم نمر إلى التعريف بخصائصها ونهي مبحثنا هذا بتعرض لمختلف أدوات الجودة المستعملة في المؤسسات الصناعية ولنبدأ الآن بالمطلب الأول

المطلب الأول: أبعاد ومحددات الجودة:

1-أبعاد الجودة:

لقد تناولت مختلف الدراسات موضوع الجودة من زوايا متعددة ووضعت لها أبعاد متنوعة كل حسب منظوره وهذا ما يؤدي إلى التباين في آراء الباحثين حول عدد الأبعاد الأساسية للجودة ففي عام 1988 قدم كارفن (Garvin) ثمانية أبعاد أساسية للجودة في مجال إنتاج السلع وهي:

- قدرة السلعة على الأداء وتحقيق الرغبات المتوقعة،
- السمات المميزة للمنتج: وهي ما هي الأشياء المميزة التي يمكن أن يقدمها المنتج أو السلعة؟
- درجة المطابقة: وهي درجة مطابقة المنتج للمواصفات والمعايير التي تم تحديدها من قبل،
- عمر المنتج: مقياس لقدرة السلعة على الأداء لفترات طويلة،
- سهولة الصيانة والإصلاح: وهي إمكانية وسهولة وسرعة ودقة عملية الإصلاح والصيانة للسلعة،

• مظهر السلعة: وهي مجموعة من الخصائص الغير موضوعية والتي يحددها العميل بناء على تفضيلاته الخاصة ويستخدمها في الحكم على السلعة مثل شكل السلعة أو مذاقها أو رائحتها،

- الجودة كما يدركها العميل: وهنا يستخدم العميل إدراكه الخاص وبعض المقاييس غير المباشرة في الحكم على السلعة و بغض النظر عن المقاييس الفعلية لجودة السلعة التي تستخدم في الحكم على السلعة و من المقاييس التي يستخدمها العميل انطباعات الآخرين و خبراته السابقة (الطائي، 2003، ص 28-29).

• درجة الاعتمادية (الجدارة): وتعرف درجة الاعتمادية بأنها احتمال أن يعمل المنتج أو الجزء أو النظام حسب المواصفات الموضوعية لفترة زمنية معينة في ظل ظروف التشغيل العادية، كما أنها عرفت بأنها مقياس لقدرة المنتج على أداء الوظيفة المطلوبة منه بنجاح في ظروف الاستعمال العادية و لمدة محددة ويعبر عن هذا المقياس بالاحتمال (الدرادكة، 2002، ص 90)

ومن الفوائد التي تحققها الاعتمادية مايلي:

- تلعب دورا أساسيا بالنسبة للعملاء عندما يقومون بمقارنة أكثر من منتج للاختيار بينها،
- يستخدمها البائعون كمحدد من بين العوامل التي يحددون بها مستوى الأسعار للسلع المعروضة،
- تستخدم للتأثير المباشر على العملاء للزيادة من فرص عودتهم لشراء السلع (الدور التسويقي).

2- محددات الجودة:

ويمكن توضيح محددات الجودة من خلال النقاط التالية:

2-1- جودة التصميم:

وهي بعض الخصائص الملموسة وغير الملموسة في تصميم المنتج وقد تأخذ الجودة المرتفعة في التصميم شكل استخدام مادة خام أفضل، ومثال ذلك استخدام الجلد الطبيعي بدلا من الجلد الصناعي في صناعة الأحذية، والاعتماد على الأخشاب الطبيعية بدلا من الخشب الحبيبي (المضغوط) في صناعة الأثاث، وتعني الجودة المتميزة الاعتماد على طريقة إنتاج أفضل لتحقيق دقة أكبر ومظهر أفضل للسلعة، وغالبا ما يظهر ذلك بالنسبة للسلع في شكل مواصفات هندسية أكثر دقة (الطائي 2003، ص 41).

2-2- خدمات ما بعد البيع:

ويشير هذا البعد إلى بعض أنواع خدمات ما بعد البيع، مثل معالجة شكاوى المستهلكين أو التأكد من رضاهم (التميمي، 2008، ص 20).

2-3- الملائمة للاستخدام:

وهي درجة توافق الأداء الذي تقدمه السلعة مع توقعات العميل عن الغرض الذي من أجله أنتجت السلعة، وفي العادة يعتمد العملاء على ثلاثة عوامل للحكم على درجة ملائمة السلعة للاستخدام وهي:

✓ وجود رتبة معينة للسلعة بالنسبة للسلع البديلة فوجود رتبة عالية لهذه السلع من بين

- مجموعة السلع الأخرى المشابهة يعني أن درجة ملاءمتها للاستخدام من قبل العميل أعلى من غيرها،
- ✓ مدى ثبات مستوى الجودة للسلعة داخل نفس الرتبة، فلا يكتفي العميل بوجود رتبة عالية للسلعة من بين مجموعة السلع الأخرى فمن الضروري ثبات مستوى جودة هذه السلعة و عدم تعرضها للتقلب بسرعة،
 - ✓ درجة اعتمادية أو جدارة السلعة وهي قدرة المنتج على أداء الوظيفة المطلوبة منه بنجاح في ظل ظروف الاستعمال العادية ولمدة محدودة،
 - ✓ سهولة الصيانة للسلعة وتوافر قطع الغيار اللازمة لها.

المطلب الثاني: خصائص الجودة:

و من أهم خصائص منظومة الجودة أنها تحقق قدرة عالية للمنتج على التسويق و البيع عن طريق: (النجار، 2000، ص 401):

- ✓ تخفيض تكلفة الجودة كنتيجة لمنع عدم التطابق،
- ✓ منع الجوانب السلبية والانحرافات في المنتج،
- ✓ منع الضعف والخلل في المؤسسة المنتجة،
- ✓ توفير براهين للموردين و المتعاقدين،
- ✓ تحسين المركز التنافسي للمنتجات عن طريق الجودة العالية.

كما يمكننا أن نبين خصائص الجودة كما يلي: (النعيمي، 2009، ص 39):

- ✓ فائقة: حيث الجودة تعني التفوق،
- ✓ قائمة على المنتج: التعامل مع اختلاف خصائص المنتج وجودتها،
- ✓ قائمة على التصنيع: تعني الجودة مطابقة لمواصفات تصميم المنتج،
- ✓ قائمة على القيمة: فالمنتج الأكثر جودة يلي حاجة الزبائن بالسعر الملائم،

و يعتبر توفير خصائص الجودة و تلبية احتياجات الزبائن أمراً حيوياً، ليس فقط بين المؤسسة وغيرها بل أيضا ضمن المؤسسة نفسها، ففي بعض الشركات يتوفر في كل قسم سلسلة من الموردين و من الزبائن و يؤدي الخلل في أي جزء من هذه السلسلة لحدوث مضاعفات، مما يتسبب بالمزيد من الأخطاء والمشاكل في كل مرحلة تالية من العمل. و من أهم الإجراءات لمعالجة هذا الوضع ما يعرف بضبط الجودة.

المطلب الثالث: أدوات الجودة:

و سنتطرق في هذا المطلب لكل من أدوات مراقبة الجودة ، أدوات انتقاء سبب الخلل في الجودة وأخيرا أدوات حل مشاكل الجودة.

1 - أدوات مراقبة الجودة:

1-1 استخدام أدوات الاستفهام: (QQOQCCP):

قبل البحث عن أسباب عدم جودة المنتج وجب أولا حصر المشكل و السبب بدقة كبيرة للتمكن من معالجة ذلك و هذا ما يستدعي استخدام أحد أدوات الاستفهام التي تعتمد على عدة أسئلة جمعها الباحثون في الجودة في بعض الحروف المتشابهة " هذه الحروف (QQOQCCP) تخص بعض الأسئلة الواجب طرحها لتحليل ظرف معين أو تشخيص مشكلة نريد حلها و هته السبعة (7) أسئلة تتلخص فيمايلي : من؟ ماذا؟ أين؟ متى؟ كيف؟ كم مرة؟ ولماذا؟" (Maricourt, 1993, P40).

" و تهدف هذه الطريقة إلى جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول مجمل أسباب مشكلة ما من أجل تحديد السبب الرئيسي لذلك، كما يمكن استخدامها في أي مرحلة من مراحل منظومة الجودة من أجل إيجاد الحلول لأية مشاكل تواجه الجودة، أو لوصف سيرورة العمل و كذا من أجل تحرير أساليب ومناهج الجودة المعتمدة " (Terfaya, 2004, P28)

2-1- خرائط المراقبة:

" و هي مخططات بيانية أين تمثل الخطوط الأفقية فيها الحد الأقصى و الحد الأدنى للجودة، فهي جد فعالة لإظهار الحالات الغير الطبيعية في مراحل الإنتاج، و تستعمل خاصة لتسجيل كل التغيرات في القياس الخاصة بحالة سيرورة إنتاج ما" (Shiba, 2003, P 109)

" و تمثل خرائط المراقبة العامل الأساسي للتحكم و المراقبة الإحصائية للعملية (Maitrise Statistique des Procédés). فالمبدأ الأساسي لها هو اعتبار بأن كل الأنظمة لمتغيرات عشوائية تؤدي إلى توزيع يتبع التوزيع الطبيعي أي توزيع قوس، و بمجرد أن تكون المتغيرات أكبر أو أقل من الحد المقبول و جب القيام بتعديلات لأجل ذلك" (Courtois, 2002, P33).

" و تعتبر خرائط المراقبة الإحصائية من أهم الوسائل المستخدمة في السيطرة النوعية إذ يتم

في ضوءها وبنظرة فاحصة وسريعة بيان ما إذا كان هناك انحراف أو تباين بين المعايير والمواصفات القياسية والمنتج الفعلي.

ومن أهم لوحات السيطرة الإحصائية على نوعية الإنتاج القابلة للتطبيق مايلي:

أ-خرائط التحكم للمتغيرات: وتعتبر من الوسائل الإحصائية المستخدمة في السيطرة على جودة المنتجات، حيث ينصب الاهتمام بصدها على إحدى المواصفات المتغيرة في المنتج من ناحية الطول أو العرض أو الوزن أو الحجم... الخ.

ب-خرائط السيطرة للعوادم: في حالة كون المواصفات المراد السيطرة عليها غير قابلة للقياس (كميا) بالأرقام فإن السيطرة عليها تتم وفق خرائط إحصائية معدة لهذا الغرض يطلق عليها مخططات أو خرائط السيطرة للعوادم كما الحال بالنسبة للمصاييح الكهربائية فان أساس فحصها يكون على ضوء قبولها في حالة الاتقاد ورفضها في حالة عدم الاتقاد.

ج-خرائط السيطرة للشوائب (النواقص): ويتم إعداد خارطة السيطرة الإحصائية على أساس عدد الشوائب فان كان عدد الشوائب كبير فان تلك البضاعة تكون مرفوضة وبالعكس إذا كان عدد الشوائب قليلا ومنسجما مع المواصفات الموضوعه فان البضاعة تكون مقبولة وهكذا.

د- خطط الفحص والمعاينة: وتتضمن اخذ عينات عشوائية ونسب معينة من الدفعات المنتجة أو المواد الموردة و على ضوءها يتقرر فيما إذا يتم قبول الدفعة أو رفضها و وفق الأساليب العلمية المتخصصة في هذا الميدان (الزيادات، 2007، ص 110)

2-أدوات انتقاء سبب الخلل في الجودة:

2-1 مخطط باريتو:

"مخطط باريتو هو رسم بياني على شكل أعمدة توضح المعلومات فيها بشكل تنازلي بدءا من أكبر فئة نزولا حتى أصغرها. وتقوم فكرة هذا التحليل على فصل المشاكل القليلة المؤثرة عن الكثيرة قليلة التأثير، و قد أطلقت تسمية مخطط باريتو من قبل عالم الجودة جوران نسبة إلى عالم الاقتصاد والإحصاء الايطالي باريتو ويعكس هذا المخطط تحديد المشاكل التي يجب التعرض إليها أولا، فمن خلال جمع البيانات ووضعها في جداول توضح أي الأخطاء له تكرار عال فيقرر بناء على ذلك البدء في البحث عن أسبابها وتركيز الجهود بهدف حلها" (العزاوي، 2005، ص 86).

"و يقوم مبدأ باريتو على افتراض مؤداه أن نسبة قليلة قد تمثل 20% فقط من الأسباب مجتمعة يمكن أن تؤدي إلى حدوث 80% من المشكلات و من هذه المشكلات: المشاكل المتعلقة بتلف المواد عند التصنيع، أو انخفاض كفاءة الأداء، أو انقطاع التيار الكهربائي، أو عدم توفر الصيانة الوقائية بشكل مستمر... الخ. و هذا يعني انه يجب التركيز على تحليل هذه الأسباب و العمل على علاجها، حتى يمكن التخلص من النسبة العالية من المشكلات من خلال معالجة نسبة محدودة من الأسباب.

و يقوم أسلوب باريتو على استخدام طريقة التحليل الإحصائي للمشكلات و أسبابها و رسمها في مخططات بيانية وفقا لخطوات متتابعة فيمايلي:

- حصر كافة الأخطاء و المسببات الحقيقية للمشكلات و العوامل المؤثرة فيها حصرا شاملا،
- تحديد معدل تكرار كل واحدة منها،
- تحويل المعدلات إلى نسب مئوية،
- إعداد جدول متكامل لذاك،
- وضع بيانات الجدول على رسم بياني بالأعمدة البيانية

إن استخدام هذا الأسلوب يمكن أن يسهم بتقليص التلف و تقليل التكاليف بنسبة 60% - 80% في الغالب." (الزيادات، 2007، ص 111).

"كما تعتمد طريقة باريتو على تحديد الأهمية النسبية لمسبب الانحراف عن المسار المطلوب. لغرض تحديد الأولويات الواجب معالجتها وفقا للأهمية النسبية بعد تقسيم المسببات إلى الأسباب الأكثر تأثيرا و الأسباب الأقل تأثيرا " (صويص، 2009، ص 110).

2-2 التصويت النسبي (Le Vote Pondéré):

من الواضح أن هذه الطريقة تساعد فريق العمل على التوصل إلى سبب الخلل و الحلول المناسبة له، فهذه الأداة تستعمل في:

- "اختيار المشكل قيد الحل،
- البحث عن الأسباب الأكثر احتمال،
- اختيار الحل الأمثل " (Terfaya 2004, P32)

و يكون ذلك من خلال قيام كل فرد من فريق العمل بوضع علامة من 01 إلى 05 مثلا لكل المشاكل المطروحة و التي تؤدي إلى ظهور اختلالات في جودة الإنتاج و العملية الإنتاجية أو لأسباب حدوثها و كذا لطرق معالجتها و التي تم تحديدها مسبقا و بوضوح.

و بعد الفرز يتم وضع النتائج بجدول موضح لسبب الخلل أو طريقة المعالجة التي تم التصويت على تطبيقها في اقرب الأجال و هكذا حتى يتم معالجة كل مشاكل اللاجودة، و المثال رقم 01 التالي يوضح ذلك.

مثال 01: لنعبر أنه لدينا فريق عمل مكون من 07 أفراد أ - ب - ج - د - هـ - و - ي. و قاموا باختيار خمسة (05) مشاكل تسبب الخلل في جودة المنتج النهائي الذي تنتجه المؤسسة. و الجدول الموالي يوضح العلامات من 01 إلى 06 التي تم منحها كمايلي:

| الأعضاء | المشكلة 01 | المشكلة 02 | المشكلة 03 | المشكلة 04 | المشكلة 05 |
|---------|------------|------------|------------|------------|------------|
| أ | 6 | 2 | 1 | 1 | 3 |
| ب | 4 | 1 | 6 | 4 | 1 |
| ج | 6 | 3 | 1 | 6 | 4 |
| د | 2 | 4 | 2 | 4 | 6 |
| هـ | 4 | 6 | 1 | 5 | 3 |
| و | 1 | 4 | 5 | 2 | 6 |
| ي | 1 | 4 | 5 | 2 | 6 |
| المجموع | 29 | 21 | 22 | 25 | 27 |

المصدر:

Siddiki Abdellah, Management de la Qualité (de l'inspection a l'esprit Kaizen), OPU, 2eme edition , Algerie, 2008, P 261

يبين الجدول السابق بعد فرز نتائج تصويت أعضاء الفريق أنه وجب معالجة المشكلة رقم 01 ثم 05، 04 و 03 و 02 على الترتيب، هذه الطريقة تسمح لكل عضو من أعضاء فريق الجودة بالتعبير عن آرائهم بكل حرية بعيدا عن تأثير أعضاء الفريق حيث أن التصويت النسبي يتم بطريقة سرية.

3-2 الدراسة متعددة المعايير (Etude Multicritères):

و تستعمل هذه الأداة إذا كانت البيانات نوعية أو إذا كان من المستحسن تقديم آراء و ملاحظات وصفية و نوعية عن الجودة داخل المؤسسة حيث يتم استعمال بعض المعايير كمقياس ليكرت مثلا والمثال رقم 02 يوضح كيفية عمل هذه الأداة.

مثال رقم 02: (Siddiki, 2008, P 263)

إذا كان لدينا فريق عمل مكلف باختيار ما بين 03 مشاكل جودة و المتعلقة بأعطاب متكررة للآلات، ممرات مزدحمة و انزلاق بممرات إحدى الورشات و التأخيرات عن العمل من طرف الفريق الليلي الذي يداوم ما بين الساعة الثامنة ليلا و الرابعة صباحا.

سيتم الاختيار بالاعتماد على 03 معايير و هي: الأثر على ديمومة المؤسسة، السلامة داخل المؤسسة و ارتفاع التكاليف، هته المعايير سيتم تنقيطها حسب السلم الموضح في الجدول الموالي:

| التنقيط | | | | | المعيار |
|----------------|------------|----------------|------------|-------------|----------------|
| 05 | 04 | 03 | 02 | 01 | |
| تأثير كبير جدا | تأثير كبير | متوسط التأثير | تأثير ضعيف | عدم التأثير | ديمومة المؤسسة |
| خطيرة جدا | خطيرة | متوسطة الخطورة | غير خطيرة | سالمة | سلامة الممرات |
| مرتفعة جدا | مرتفعة | متوسطة | منخفضة | منخفضة جدا | مستوى التكاليف |

بعد القيام بفرز الأصوات المقدمة من طرف أفراد المجموعة أو فريق العمل تمكنا من جمع النتائج في الجدول الموالي:

| المجموع | مستوى التكاليف | سلامة الممرات | ديمومة المؤسسة | المعيار المشكلة |
|---------|----------------|---------------|----------------|--------------------|
| 36 | 14 | 10 | 12 | التأخيرات عن العمل |
| 42 | 15 | 15 | 12 | ازدحام الممرات |
| 39 | 14 | 11 | 14 | الاعطاب |

من خلال ما سبق يتضح حسب طريقة الدراسة متعددة المعايير أن ازدحام الممرات هو المشكل الرئيسي حسب أعضاء فريق الجودة و الواجب معالجته أولا، يليه ضرورة الاهتمام بالأعطاب المتكررة للآلات و أخيرا العمل على الحد من تأخيرات الفريق الذي يعمل ليلا حيث أن ذلك يؤثر على كل من

التكاليف وديمومة المؤسسة و الحفاظ على مكانتها في السوق الذي تنشط به بالدرجة الأولى.

4-2 الترتيب الحتمي (Classement Forcé):

و يتم العمل حسب هذه الطريقة بقيام كل عضو في الفريق بترتيب مجمل المشاكل المدروسة بقسمين قسم للمشاكل الأكثر أهمية و خطورة و القسم الثاني للمشاكل الأقل منها خطورة، ثم نعيد نفس التقسيم لكل من القسمين السابقين على حدى إلى أن نصل إلى أهم مشكل و أخطره حسب فريق العمل، فإذا كانت لدينا عشرة (10) مشاكل يجب معالجتها نقوم بترتيبها بالطريقة التالية مثلا.

| المشاكل الأقل خطورة (-) | | | | المشاكل الأكثر خطورة (+) | | | |
|-------------------------|--|------------|--|--------------------------|--|-----------|--|
| المرحلة الأولى | | | | | | | |
| 10 - 7 - 6 - 5 - 3 - 2 | | | | 9 - 8 - 4 | | | |
| المرحلة الثانية | | | | | | | |
| (-) | | (+) | | (-) | | (+) | |
| 6 - 5 - 2 | | 10 - 7 - 3 | | 8 | | 9 - 4 - 1 | |
| المرحلة الثالثة | | | | | | | |
| (-) | | (+) | | (-) | | (+) | |
| 5 | | 6 - 2 | | 10 | | 7 - 3 | |
| المرحلة الرابعة | | | | | | | |
| (-) | | (+) | | (-) | | (+) | |
| 2 | | 6 | | 3 | | 7 | |
| (-) | | (+) | | (-) | | (+) | |
| 1 | | 4 | | 1 | | 4 | |

وبعد القيام بالترتيب الحتمي يتبين لنا ضرورة معالجة مشاكل الجودة حسب الترتيب التالي: 4 - 1 - 9

5 - 2 - 6 - 10 - 3 - 7 - 8 -

3- أدوات حل مشاكل الجودة:

1-3 مخطط السبب و النتيجة (Diagramme d'Ishikawa):

" يرجع الفضل في تطوير هذا الأسلوب إلى ايشيكاوا و هو أحد خبراء الجودة اليابانيين، و يقوم هذا الأسلوب في المعالجة على تحديد الهدف الرئيسي المطلوب تحقيقه ثم على ذلك يتم تحديد العلاقة القائمة بين الظاهرة التي أدت إلى حصول تلف أو انخفاض كفاءة الأداء أو رداءة المنتج ... الخ.

وتحديد الأسباب التي يمكن أن تساهم في خلق هذه الظواهر من خلال تحديد كفاءة عناصر العملية الإنتاجية كالعمل و المواد و المكائن و الآلات ... الخ و التي تفاعلت مع بعضها لإنتاج السلعة التي تعرضت للتلف أو المبيعات ... الخ. و رسمها على شكل عظم السمكة و يتم لقاء العاملين ذوي العلاقة بالعملية الإنتاجية المراد معالجتها لاجتماع موسع و استخدام أسلوب العصف الذهني لتحديد كفاءة العوامل التي أدت إلى حصول الخلل و وضع عوامل الإنتاج في الجانب الأيمن من المخطط ثم يتم وضع المشكلة أو الخلل في الجانب الأيسر من المخطط و هكذا يتدارس المعنيون إمكانيات و أسلوب المعالجة المطلوب اعتمادها في هذا المضمارة" (الزيادات، 2007، ص 112)

و منه يمكن حصر مراحل إنشاء مخطط السبب و النتيجة في النقاط التالي:

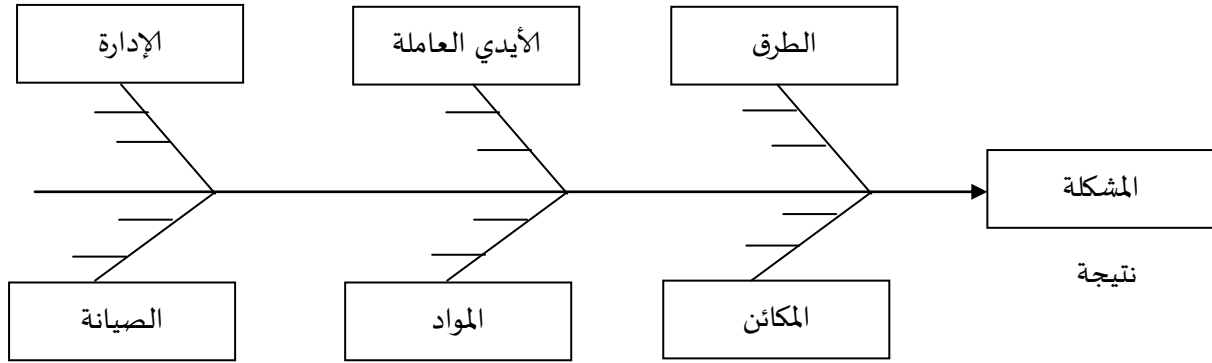
أولاً: ترتيب كل أسباب الخلل و اللاجودة،

ثانياً: توضيح انتماء كل سبب لا جودة إلى المجموعة المناسبة من المخطط، و التي حددها ديمنج في ما يرمز له بـ (M 06) و هي:

- الأيدي العاملة (Men)،
- المواد (Material)،
- المكائن (Machines)،
- الطرق (Methodes)،
- الإدارة (Management)،
- الصيانة (Maintenance).

و يعتبر هذا المخطط قاعدة مرئية لأعضاء الفريق يساعدهم على الاعتماد عليه للكشف عن أسباب الخلل أو اللاجودة و يمكننا توضيحه من خلال الشكل رقم 11

شكل رقم 11: مخطط السبب و النتيجة



المصدر: محمد عبد العال النعيمي، راتب جليل صويص، غالب جليل صويص، إدارة الجودة المعاصرة، دار اليازوري، الأردن، 2008، ص 120.

"و كما هو موضح في الشكل رقم 11 فان الأسباب ليست ثابتة وإنما تتفرع منها فروع أساسية فهي بمثابة العمود الفقري للسمكة حيث توضح هذه الأسباب على شكل مخطط، و كما هو مبين أيضا فإن الأسباب الرئيسية تتفرع منها الأسباب الثانوية و بالتالي سوف تؤثر هذه المسببات على النتيجة النهائية و التي تؤثر بدورها على المنتج.

و كما هو متعارف عليه فقبل إعداد المخطط لابد من جمع البيانات من قبل كل شخص له الرغبة بالمشاركة و يشعر بأنه جزء مهم من حل المشاكل، فيتم سحب عناصر كفاءة من العمليات الإنتاجية و للإدارة الخبرة في هذا المجال، كما يتم التحاور بين قائد المجموعة و الأفراد المشاركين في هذه العملية عن طريق استخدام عصف الأفكار، حيث يتم التركيز على المشكلة المؤثرة ثم تصنيف الأسباب المحتملة الأخرى ثم يتم العلاج سبب بعد الآخر.

2-3 حلقات الجودة:

" و هي عبارة عن مجموعات صغيرة مكونة من 05 إلى 10 أشخاص (عمال، موظفين، مراقبين وإطارات) يعملون بنفس الورشة أو المصلحة أو المكتب. و يكون التجمع في حلقات بصفة تطوعية و دائمة بهدف تحسين الجودة بالورشة أو المصلحة المنتمين إليها، و يتم تنشيط و الإشراف عن مجموعة العمل من طرف المسؤول المباشر للمصلحة عادة و قد يتبع تكويننا خاصا بذلك لاستعمال أدوات إدارة الجودة " (De Maricourt, 1993,P45).

يقوم فريق العمل عادة باختيار موضوع العمل و يضع رزنامة عمله و كل الوسائل و الميزانية اللازمة لذلك، كما يلجأ في بعض الأحيان إلى خبراء في الجودة خارجيين عن المؤسسة إذا استدعى الأمر ذلك خاصة من أجل تطبيق الحلول التي تم التوصل إليها لتحسين الجودة داخل المصلحة أو الورشة المعنية.

و مهام حلقات الجودة متعددة و كثيرة من بينها: (Seddiki 2008, P 288)

- " اختيار مشكلة اللاجودة الواجب معالجتها،
- إيجاد و تطبيق الحلول كذلك و خاصة المتاحة على مستواهم،
- تسجيل كل أفكارهم و نقاشاتهم على مستوى حلقة الجودة،
- إبلاغ مصلحة الجودة داخل المؤسسة بالحلول المتوصل إليها و مدى تطبيقها،
- المصادقة على المواصفات و المعايير المتبعة من طرف مصلحة الجودة،
- القيام بتكوين مستمر حول الجودة،
- العمل على التحسين المستمر و الوصول إلى الجودة الشاملة داخل المؤسسة "

3-3 العصف الذهني (Brainstorming):

" وهو أسلوب يستخدم في إدارة الجودة الشاملة لمساعدة المجموعة لإنتاج أفكار حول الأسباب المحتملة و / أو الحلول للمشكلات و هي عملية ذات قواعد محددة. و المطلوب طرح أية أفكار تخطر بالبال و عدم تقويم أية أفكار أخرى تطرح، ثم تجميع الأفكار معا" (يزيد الوليد، 2008، ص 195). ويمر العمل بهذه الأداة بثلاث مراحل كما هي موضحة فيمايلي:

" المرحلة الأولى: الانطلاق:

حيث يقوم المشرف على فريق الجودة بالتذكير بطريقة العمل و مراحل داخل الفريق ثم يقوم بصياغة المشكلة المراد معالجتها على شكل سؤال.

المرحلة الثانية: تدفق الأفكار:

يطلب المشرف عن الفريق من الأعضاء تدوين في مدة محددة (حوالي 05 دقائق) كل الأفكار الواردة لديهم حول الموضوع أو المشكل محل الدراسة.

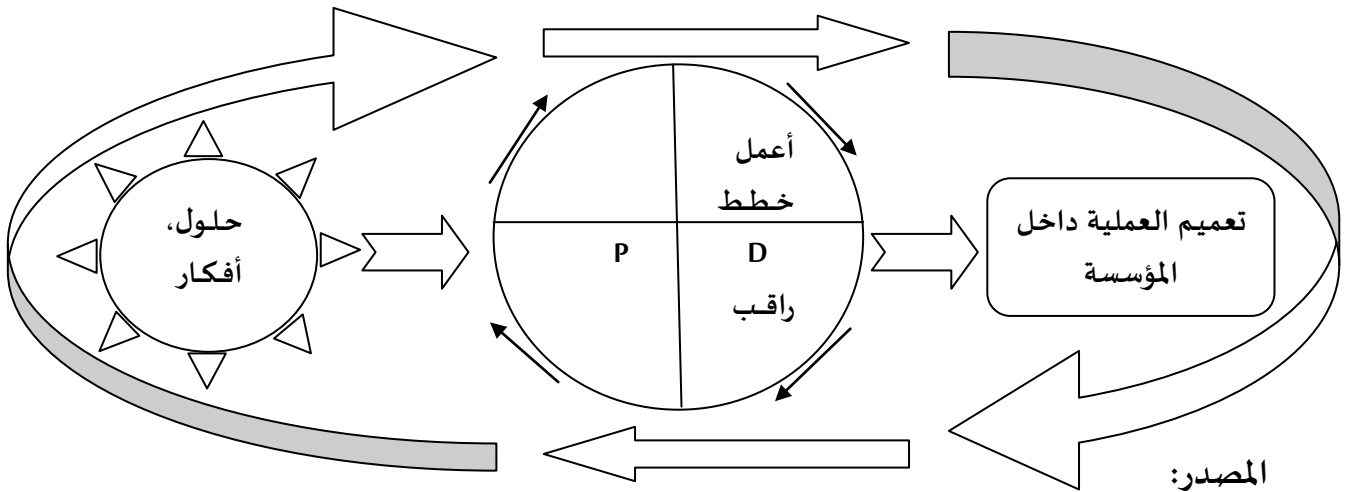
المرحلة الثالثة: استغلال الأفكار:

يقوم المشرف مع أعضاء الفريق بتجميع كل الأفكار للبحث عن أحسن الأفكار التي تم تدوينها حول المشكل المطروح وإلغاء الأفكار خارج الموضوع. ثم يقوم بتجميع الأفكار المتشابهة وترتيبها حسب أهميتها سواء كانت أسباب أو حلول مشكلة اللاجودة المطروحة " (Terfaya 2004, P29).

4-3 قطار التحسين المستمر (Le Train Kaizen):

يسمح قطار التحسين المستمر بوصف كيفية الوصول إلى التحسين المستمر والجودة الشاملة داخل المؤسسة فهو يعتمد على عجلة ديمنج في ذلك ويتكون من ثلاث عوامل أساسية أولها الأفكار الأساسية التي تم الاعتماد عليها سواء لحل بعض مشاكل اللاجودة أو كأفكار للوصول إلى جودة أحسن أما العامل الثاني فيمثل العامل الأهم وهو تلك العجلة التي ستسمح للقطار بالتقدم نحو الأمام وهي عجلة ديمنج، أما العنصر الأخير فهو تعميم العملية أو سيرورة هذا القطار ومنه دفع العجلة مرة أخرى من أجل تحسين مستمر للجودة داخل المؤسسة، ويمكن توضيح مراحل عمل قطار التحسين المستمر من خلال الشكل رقم 12 الموالي.

شكل رقم 12: قطار التحسين المستمر



Siddiki Abdellah, Management de la Qualité (de l'inspection à l'esprit Kaizen), OPU, 2eme edition , Algerie, 2008, P 307

وبما أن قطار التحسين المستمر كأداة من أدوات الجودة يعتمد على عجلة ديمنج فسنقوم

بوصفها لتوضيح مراحلها في الفقرة التالية.

• عجلة ديمنج:

"عندما قام ديمنج بتدريس نظريته حول الإدارة للمسيرين بالمؤسسات اليابانية سنة 1950 لخص نظريته لمراقبة الجودة في ثلاث مراحل (التمييز، الإنتاج، التفتيش)، كما قدم شرح لدورة بأربعة مراحل حيث تمثلت المرحلة الرابعة في اتخاذ قرار عملياتي إما بتعديل أحد المهام من أجل تحسين الجودة ومعالجة مشكلة ما أو إعادة نفس الدورة مرة ثانية وهته الدورة تعرف إجازا عند اليابانيين بـ (P : Plan, D :Do, C : Check, A : Act) " (Gogue, 1997, P 37) أي ما بمعناه باللغة العربية (خطط: P، اعمل: D، راقب: C، صحح: A).

أ-خطط (Plan): و تعني هته المرحلة وجوب القيام بوضع مخطط عمل حسب ما سيتم معالجته وبالاعتماد طبعاً على دراسات تقديرية وتنبؤية.

ب- اعمل (Do): وتختص هذه المرحلة بالقيام بتطبيق ما تم التخطيط له سواء كان ذلك لمعالجة خطأ في الجودة أو في تطبيق مواصفاتها أو من أجل التحسين أكثر والتطبيق المبدئي لأحد المعايير التي تم تخطيطها في المرحلة الأولى.

ج- راقب (Check): وتهدف هذه المرحلة إلى ملاحظة أثر التغيرات التي تم تخطيطها ثم تطبيقها في المرحلتين الأولى، وتحليل ودراسة هته الملاحظات من أجل لمس بعض النقائص الممكن حدوثها أو ملاحظتها والإحاطة بالهفوات التي وقعت في المرحلة الأولى والثانية من أجل تعديلهما.

د - التصحيح (Act): في المرحلة الرابعة والأخيرة نقوم بتصحيح وتعديل كل الهفوات التي تمت ملاحظتها في المرحلة السابقة وإعادة تخطيط العمل مع الأخذ بعين الاعتبار هته النقاط، أما إذا خلت المرحلة الثالثة من العيوب فيعاد تخطيط دورة ديمنج جديدة بمخطط عمل جديد من أجل السعي دائماً إلى تحسين الجودة داخل المؤسسة وذلك بطريقة مستمرة.

المبحث الثالث: ادارة جودة المؤسسة الصناعية

بعد ما تعرضنا في المبحثين السابقين لكل ما هو متعلق بالجودة من مفهومها، تطورها التاريخي، أهميتها و الأدوات المستعملة لتطبيقها داخل المؤسسة. ننتقل في هذا المبحث إليها كنظام متكامل و فلسفة يتم تطبيقها في المؤسسة إذ قمنا بتقسيم المبحث إلى أربع مطالب نتحدث فيها عن ادارة الجودة مكانتها ووظيفتها في المؤسسة خصائصها و مختلف أنشطتها

المطلب الأول: مفهوم ادارة الجودة:

" يعتبر مفهوم إدارة الجودة من المفاهيم الإدارية الحديثة و بدأت بتطبيقها العديد من المنظمات العالمية لتحسين و تطوير نوعية خدماتها و إنتاجها و المساعدة في مواجهة التحديات الشديدة و كسب رضا الجمهور و قد حققت المنظمات الإدارية الحكومية و الخاصة نجاحات كبيرة اثر تطبيق هذا المفهوم خاصة في بعض الدول المتقدمة مثل اليابان، و الولايات المتحدة الأمريكية و بريطانيا. و أصبح مفهوم إدارة الجودة في الوقت الحالي أسلوبا إداريا مهما في مجال الإدارات و المنظمات الحديثة من خلال ما حققه هذا النمط الجديد من نجاحات في الإدارة" (اللوزي ، 2004 ، ص 369).

فإدارة الجودة هي " جميع أنشطة الإدارة العامة للمؤسسة، التي تحدد سياسة الجودة و الأهداف و المسؤوليات و تطبيقها بالاستعانة بوسائل مثل التخطيط للجودة و ضبط الجودة و تحسين الجودة ضمن إطار نظام الجودة " (الخطيب، 2006، ص 34)

وتعرف المنظمة العالمية للتقييس ISO ادارة الجودة حسب معيار ISO 9000:2000 على أنها " وظائف منسقة تسمح بتوجيه و مراقبة منظمة ما حول كل ما يخص الجودة " (Duret, 2005, P43). كما تركز إدارة الجودة مهامها على الأنشطة و الوظائف التي تؤثر على جودة المنتج و ذلك من مرحلة تصميمه و إنتاجه إلى استعماله، و قد عرفها الاتحاد الياباني للعلماء و المهندسين (JUSE) على أنها تتمحور حول تطوير، تصميم، إنتاج منتجات أكثر اقتصادا نفعا و تحقيقا لرغبات المشترين. فإدارة الجودة هي كذلك تسيير سعر البيع، التكاليف و الأرباح (Dayan, P747).

و تعتبر إدارة الجودة كذلك " معالجة الجودة باعتبارها كفاءة يتم قياسها و اتخاذ كل الإجراءات الضرورية لتحقيق المستوى المطلوب من الجودة " (Doucet, 2010, P 13)

فإدارة الجودة هي ذلك المجال الإداري و التقني المتخصص الذي أدى إلى ظهور العمال المتخصصين في المؤسسة، فكوظيفة ادارة الجودة أصبحت فضاء للاعتراف الإداري (Camison, 2010,P651)

المطلب الثاني: مكانة ووظائف إدارة الجودة:

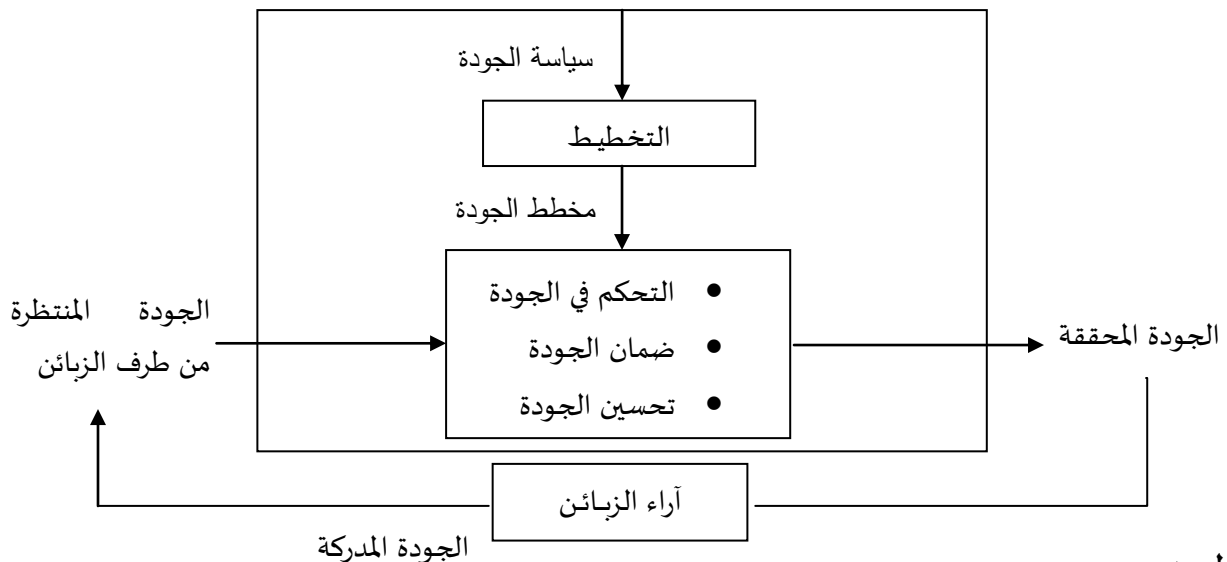
1-مكانة إدارة الجودة المؤسسة:

تكمن أهمية إدارة الجودة في كونها على علاقة وطيدة مع الإدارة العليا للمؤسسة من جهة و مع الوظائف الأساسية داخل هذه الأخيرة من تسويق و إنتاج من جهة أخرى، إضافة إلى علاقتها المباشرة مع الزبائن ما يجعلها تمثل المؤسسة اتجاههم و تعطي نظرة عن مستوى جودة ما تقدمه. هته المكانة تحتم على ادارة الجودة مساعدة الإدارة العليا في تحديد سياسة الجودة و وضع منظومة إدارة الجودة داخل المؤسسة.

" و في إطار الاقتصاد الدولي الحالي، فإن لإدارة الجودة أهمية كبيرة ككل الوظائف الأخرى سواء كانت الإدارة المالية، إدارة الموارد البشرية... الخ، إذ يعتبر بعض المسيرين إدارة الموارد البشرية كجزء لا يتجزأ من ادارة الجودة نظرا لأهمية هذه الأخيرة " (Duret, 2005, P42)

و يمكننا التعبير عن ادارة الجودة كدائرة مغلقة ذات أهمية كبيرة داخل المؤسسة من خلال الشكل رقم 13 الموالي:

شكل رقم 13: ادارة الجودة كدائرة مغلقة



المصدر:

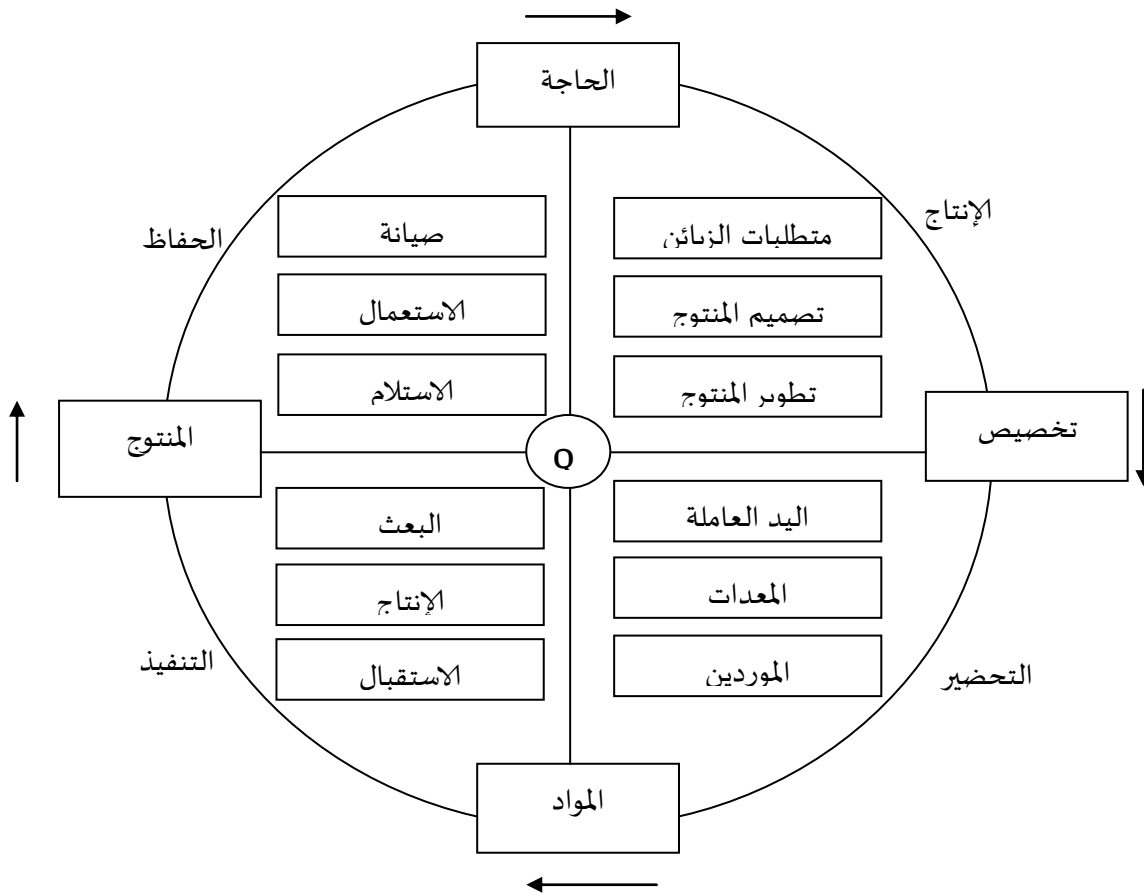
Daniel Duret, Maurice Pillet, La Qualité en Production de l'ISO à Six Sigma, 3eme edition, Edition

d'Organisation, Paris, 2005, P44

2-وظائف إدارة الجودة:

تهدف إدارة الجودة إلى القيام بكل الوظائف المؤثرة على مستوى الجودة وذلك منذ بداية دورة الإنتاج إلى نهايتها وهذا ما يعرف بدائرة الجودة والتي تعبر عن مختلف وظائف إدارة الجودة إذ يمكن توضيحها من خلال الشكل رقم 14 التالي:

شكل رقم 14: دائرة الجودة



المصدر: Armand Dayan, Manuel de Gestion V2, Ellipses, AUF, P748

من خلال الشكل رقم 14 السابق فإن الربع الأول يبين مدى احتياجات و متطلبات الزبائن وتحديدها من خلال دراسات السوق ثم القيام بتصميم المنتج بالاعتماد على ذلك والعمل على تطوير ذلك، كل ما سبق يتم في إطار الأخذ بعين الاعتبار الجودة في كل خطوة من خطوات الوظيفة الأولى لإدارة الجودة.

أما بالنسبة للوظيفة الثانية فتتضح في الربع الثاني لدائرة الجودة وذلك من خلال تخصيص كل من اليد العاملة والمعدات وتحديد الموردين الواجب التعامل معهم مع الأخذ بعين الاعتبار الجودة في ذلك دائما.

ويشير الربع الثالث الموضح في الشكل الجانب العملي الذي يسمح بتنفيذ وتحقيق بطريقة فعالة العملية الإنتاجية المطابقة للمواصفات ومعايير الجودة المحددة مسبقا.

وأخيرا يعبر الربع الأخير للدائرة الوظيفة الأخيرة لإدارة الجودة وذلك بمرافقة المنتج من لحظة بعثه واستلامه من طرف الزبائن عن طريق مختلف قنوات التوزيع وتبع طريقة استعماله وربما صيانتها (حسب نوع المنتج (سلعة، خدمة)) والحفاظ عليه كتقديم خدمات ما بعد البيع للحفاظ على مستوى جودة المنتج لدى الزبون.

المطلب الثالث: أنشطة وخصائص وأساليب إدارة الجودة:

1-1-أنشطة إدارة الجودة:

1-1-1تخطيط الجودة:

وهي عبارة عن الأنشطة الرئيسية التي تحدد أهداف ومتطلبات الجودة من خلال تمييز خصائص الجودة وتصنيفها وكذا تحديد أغراض ومتطلبات الجودة، ويدخل ضمنها أيضا التخطيط الإداري والتشغيل الذي يشمل تحضير تطبيق نظام الجودة وتنظيمه وجدولته وكذلك تحضير خطط ووضع الشروط الخاصة بتحسين الجودة فمن مهامها مايلي:

- " تحديد الأهداف الإستراتيجية للإدارة ومتطلبات الجودة على مستوى المنتج،
- التحضير لوضع نظام ادارة الجودة،
- وضع مخطط الجودة،
- محاولة تحسين الجودة ". (Duret, 2005, P45)

2-2-السيطرة على الجودة بمقاربة " عمليات " (Approche Processus):

يتحتم على نظام وإدارة الجودة الاعتماد على التكنولوجيات الحديثة والمهارات والموارد المادية اللازمة وذات الكفاءات العالية لتواجه احتياجات الزبائن المتطورة والمتزايدة باستمرار.

كما يجب على المؤسسة أن تلتزم بالحفاظ على المهارات التي تمتلكها و تطور روح الاحترافية بداخلها لتتمكن من مواجهة التحديات التي تزداد صعوبة يوم بعد يوم. ولذلك فانه من المستحسن أن تتبع مقارنة عملياتية (مدخلات، مخرجات، تفاعلات) لإدارة الجودة و ذلك من أجل التحكم بطريقة مثلى في الجودة ما سيسمح لكل عامل أو مصلحة التعرف على منتوجها، زبائنها و مورديها بطريقة تجعلهم على علم أكثر بمتطلباتهم و منه تحسين جودة المنتج في حد ذاته، تلبية رغبات الزبائن و الحصول على المواد اللازمة لذلك من طرف مورديها.

و حسب هذه المقاربة " عمليات " و جب القيام كذلك بكتابة كل الإجراءات العملية ذات الصلة و الأثر على الجودة و ذلك للحفاظ على ديمومة مستوى الجودة و التكنولوجيا المتوصل إليها، و هذا ما يساعد على تفادي الانحرافات التي قد تقع فيما ادارة الجودة بالمؤسسة و كذا تجنب الظروف المفاجئة التي تؤدي في غالب الأحيان إلى تضخيم تكاليف اللاجودة.

" و منه فإن السيطرة على الجودة تهدف إلى:

- المطابقة،
- الاحترافية،
- القياس،
- المسؤولية " (Duret, 2005, P45)

3-1 ضمان و تحسين الجودة:

يأتي العنصر ضمان و تحسين الجودة كعنصر مكمل للعنصر السابق ألا و هو السيطرة على الجودة و ذلك بهدف منح الثقة للزبائن و ضمان حصولهم على مستوى الجودة المنتظر للمنتج المقدم من طرف المؤسسة، إضافة إلى طمأنة ادارة المؤسسة و المساهمين عن منهج الجودة المتبع داخل المؤسسة.

و منه فإن ضمان الجودة عبارة عن مجموعة من الأنشطة المخططة الهادفة إلى إعطاء الثقة الكافية بأن المؤسسة ستحقق متطلبات الجودة، أما تحسين الجودة فهي عبارة عن مجموعة من التدابير التي تتخذها المؤسسة لزيادة فعالية و كفاءة الأنشطة و العمليات من اجل إعطاء فوائد إضافية فيما يتعلق بالجودة لكل من المؤسسة و زبائنها.

2- خصائص إدارة الجودة:

" إن المبدأ الأساسي لإدارة الجودة هو تجنيد كل الفاعلين بالمؤسسة للبحث المستمر عن الجودة في كل مستويات الإنتاج (تصميم المنتج، إنتاجه، مروراً باختيار الموردين و المواد الأولية المستعملة). فالهدف الاستراتيجي يبقى طبعاً ديمومة و تطور المؤسسة من خلال تخفيض التكاليف (تكاليف اللاجودة) و عرض منتج أحسن من المنتجات المنافسة " (Jarousse, 2005, P89).

فالأمر هنا يتعلق بنظام يعمل على مشاركة كل عامل في تحقيق هدف مشترك باستعمال وسائل، أدوات و أساليب تسمح بتخفيض تكاليف اللاجودة و تسمح باحترام ما تم التخطيط له من طرف ادارة الجودة و منه الوصول إلى القيام بالمهام حسب المعايير و المواصفات التي تم وضعها و احترام ذلك.

فإدارة الجودة تختلف عن الإدارة الكلاسيكية من خلال:

- الحرص على المشاركة الدائمة لكل موظفي المؤسسة في تحقيق الهدف الجماعي المتعلق بالجودة وبتشجيع روح الإبداع، المبادرة و المسؤولية،
- الاستماع و التعرف على حاجات الزبائن الناشئة و الجديدة من أجل تحسين و تعظيم القدرة على مواجهة ذلك في أقصر الآجال الممكنة لتلبية هذه الحاجات لدى الزبون و منه الفوز بولائه للمؤسسة،
- " البحث المستمر عن تحسين الجودة في كل المجالات سواء كانت جودة السلع و الخدمات، البحث و التطوير، التصنيع، التسويق و البيع، ظروف العمل، أساليب التنظيم و التسيير... الخ هته الخطوة تبدأ بالقيام بتشخيص مشاكل في التنظيم من أجل معالجتها بعد ذلك مباشرة " (Boyer, 2000, P275)
- القيام بمراقبة الجودة بهدف الحفاظ على شفافية و جدية و اتساق كل وظائف المؤسسة.
- التنسيق بين كل المتعاملين المباشرين و الغير مباشرين و إعلامهم بمختلف الأفكار و الأساليب المتبعة لإدارة الجودة داخل المؤسسة. و هذا ما يوضح أهميته كل من نظام العلاقات الداخلي و الخارجي للمؤسسة في خلق الجودة كقيمة مضافة للمؤسسة.

المطلب الرابع: نظام إدارة الجودة:

1- مفهوم نظام ادارة الجودة:

" يعرف نظام ادارة الجودة بأنه نظام يتكوم من سياسات الشركة و إجراءاتها و خططها ومصادرها و عملياتها و تدرج السلطة فيها، و ذلك لتحقيق جودة المنتجات أو الخدمات التي تلي احتياجات الزبائن و أهداف المؤسسة " (النعيمي، 2009، ص 43).

كما يعتبر " نظام ادارة الجودة عنصر من عناصر ادارة المؤسسة الذي يركز على الوصول إلى النتائج بالاعتماد على الجودة و ذلك لتلبية متطلبات و احتياجات أطراف معينة " (Deeb, 2008, P 34).

كذلك يجب على نظام ادارة الجودة ضمان تحقيق أهداف الجودة المرجوة إضافة إلى ضرورة رفع مستوى الرضا عن ما تقدمه المؤسسة من منتجات و عن أساليب تشغيلها و تسييرها. إضافة إلى ذلك فيمكننا وضع تصنيف لنظم ادارة الجودة كمايلي:

- " الأسلوب الإداري النابع عن نموذج إداري يتم فرض الجودة فيه،
- الأسلوب الاشتراكي أين يتم اعتماد الجودة بطريقة ديمقراطية و بناءة لكن هشّة،
- الأسلوب التقني قائم على التمكن من استعمال الأدوات الإحصائية (MPS) " (Khalaf, 2008, P26)

غير أنه وجب توضيح الفرق بين كل من نظام ادارة الجودة و ادارة الجودة فحسب منظمة التقييس الدولية (ISO) فإن ادارة الجودة تضم مختلف المهام التي تسمح بتوجيه و مراقبة الجودة بمؤسستها، أما نظام ادارة الجودة فهو يشمل كل من ضمان الجودة و تحسينها إضافة إلى كل وظائف المراقبة الإحصائية للجودة.

2-أهداف نظام ادارة الجودة:

بما أن نظام ادارة الجودة يساعد على تلبية حاجات الأفراد و يبين مدى التزام المؤسسة واهتمامها بالجودة و كذا التحكم بإدارتها و تنظيمها من خلال إجراءات مدونة فهو يسمح كذلك " بتفادي إنشاء سجلات خاصة بالجودة غير ضرورية و لا حاجة بها، و الفوز بالفعالية أكثر داخل المؤسسة " (Compère, 2000, P49)، فمن بين أهداف القيام بإنشاءه في المؤسسة مايلي:

- وضع، تسجيل، تنفيذ و متابعة نظام ضمان الجودة طبقا للمعايير،
- التحقيق و المصادقة على مخططات الجودة التي تم إعدادها من طرف المسؤول عن الجودة،
- إعداد برنامج مفصل للرقابة و تدقيق الجودة،
- تحليل محاضر تدقيق الجودة و تقييم فعالية الإجراءات التصحيحية،

- تنفيذ الإجراءات التصحيحية والتحقق من تطبيق الحلول،
- وضع الضوابط التي تسمح بتفادي حالات الغير المطابقة للمعايير،
- تحديد وتسجيل كل المشاكل المتعلقة بفهم نظام إدارة الجودة،
- ترتيب وثائق ضمان الجودة.

فعلى مستوى تخطيط الجودة فإن هدف نظام ادارة الجودة يركز على أهداف الجودة نفسها والسيورة العملياتية لتحقيق ذلك، أما بالنسبة للسيطرة على الجودة فنظام ادارة الجودة هنا يهتم أكثر بتلبية متطلبات الجودة كما أنه بالنسبة لضمان الجودة فنظام إدارة الجودة يطمح إلى العمل على منح الثقة بإمكانية تلبية هذه الرغبات وأخيرا بالنسبة لتحسين الجودة فهذا النظام داخل المؤسسة يعمل على رفع إمكانيات تلبية متطلبات الجودة في المؤسسة.

3-مكونات نظام ادارة الجودة و خطوات إعداده بالمؤسسة:

ويتكون نظام ادارة الجودة ممايلي:

- نظام وثائقي (دليل الجودة، إجراءات وتعليمات العمل)،
- تخطيط الجودة (تدقيق، ادارة وتدريب، المصالح التقنية).

يترتب على تصميم، إنتاج و توزيع المنتجات داخل المؤسسة تدفق كم هائل من المعلومات وجب إدارتها باستعمال نظام وثائقي قادر على التحكم في هذه الوثائق ومراقبة المعلومات الخاصة بها و تسييرها بطريقة فعالة، فلايثبات إمكانية القيام بذلك وإثبات الاهتمام بالجودة داخل المؤسسة وجب تقديم كل التسجيلات و الإجراءات المسجلة و المطبقة داخل المؤسسة من خلال تتبع كل الوثائق المكونة للنظام الوثائقي لإدارة الجودة والذي يتميز حتما بمايلي:

- أن يكون فعال (يثبت مدى تسيير و ادارة الجودة بالمؤسسة)،
- وضع معايير ومواصفات لسير العمل بالمؤسسة،
- جعل العمال مستقلين بذاتهم و منحهم مسؤوليات خاصة بهم،
- تسيير أحسن لتناوب العمال على المهام من خلال تشجيع العمال على تعدد المهام و الأعمال بدلا من التخصص،
- تعزيز الاتصالات والتنسيق بين مختلف المصالح.

3-1 بنية النظام الوثائقي للجودة:

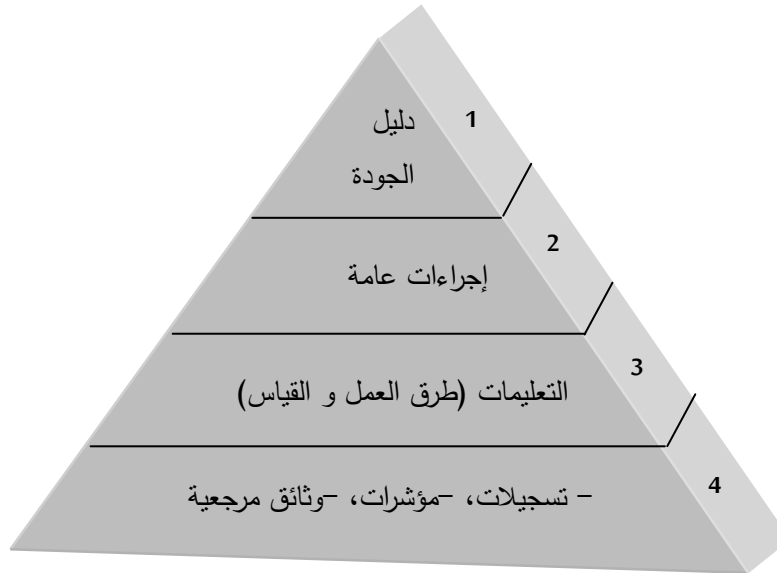
تنقسم بنية النظام الوثائقي للجودة بالمؤسسة إلى أربع (04) مستويات وهي:

- " دليل الجودة و خريطة العمليات،
- الإجراءات العامة،
- التعليمات (طرق العمل و القياس)،
- التسجيلات، المؤشرات، الوثائق المرجعية " (Duret, 2005, P86).

و يمكننا توضيح شكل بنية و هيكل النظام الوثائقي للجودة داخل المؤسسة من خلال الشكل

رقم 15 التالي:

شكل رقم 15: الهرم الوثائقي للجودة



المصدر:

Daniel Duret, Maurice Pillet, Qualité en Production de l'ISO à Six Sigma, Edition d'Organisation, Paris, 2005, P87

على عكس مختلف الهياكل الممثلة بهرم أين يكون أعلى مستوى بالهرم يمثل مركز اتخاذ القرار ومنبع الأمر إذ يجب على كل المستويات السفلى العمل على تطبيق الأوامر المتأتية من أعلى فإن الهرم الوثائقي للجودة يشغل عكس ذلك تماما إذ أن أهم مستوى هو قاعدة الهرم فكل المستويات العليا تعمل على الوصول إلى التسجيلات النهائية بالقاعدة التي تعتبر أهم دليل و الوحيد على مدى تسيير و إدارة الجودة بالمؤسسة.

2-3 دليل الجودة:

وتقوم المؤسسة بإعداد دليل الجودة للإرشاد على أساليب إدارة الجودة، ويضم هذا الدليل مجموعات من المعلومات التالية:

- "وصف منظومة الجودة،
- المعايير والمواصفات،
- كيفية التطبيق العملي بالمؤسسة،
- البيانات،
- المسؤوليات والمسؤوليات،
- الإجراءات اللازمة للضبط الداخلي،
- إجراءات ومقاييس توكيد الجودة.

ومن أهم وظائف دليل الجودة مايلي:

- إعطاء الأوامر،
- توفير الأمن والأمان،
- توفير اقتصاديات الجودة،
- نشر الثقافة والوعي،
- قيادة نهضة الجودة،
- تنشيط المبيعات،
- توفير الحقائق والأدلة،
- التعريف بالمواصفات النمطية." (النجار، 1997، ص 402)

3-3 الإجراءات العامة:

وهي مجموع القواعد التي تساعد على وصف سيرورة العمل وهي خاصة بكل مؤسسة، ورشة عمل، مصلحة، تقنية... الخ حسب نشاط كل واحدة منها (إجراءات عملياتية أو تعليمية) فهي تقوم بتوثيق سيرورة العمل بصفة مفصلة، بسيطة وفعالة لكي تبين وتبرهن عن مدى التحكم في العمل الموثق وذلك لطمأنة الإدارة داخل المؤسسة والزبون خارجها بالتحكم في جودة العمل ومنه منتجات

المؤسسة.

و لتطبيق و وضع نظام إدارة الجودة تمر المؤسسة بمرحلتين (أولية و أساسية)، ففي المرحلة الأولية يتم تحديد سياسة توكيد الجودة و تعيين المسؤول عن الجودة، إذ تقوم الإدارة بوصف و تحرير سياسة ادارة الجودة إضافة إلى تحديد أهداف الجودة التي يتم تعديلها مرة كل سنة، كما تقوم بتعيين رئيس أو مدير الجودة الذي توكل إليه مهمة تطبيق نظام الجودة، التخطيط و مراقبة و تدقيق الجودة، إضافة إلى ذلك تتيح الإدارة و تضع تحت تصرف مسؤول الجودة الميزانية اللازمة لإدارة الجودة و الموارد البشرية الضرورية لحسن سير النظام.

أما خلال المرحلة الأساسية فيتم اختيار معيار الجودة المناسبة للمؤسسة و التأكد من ما هو متوفر أو غائب لتلبية شروط المعيار المختار، ثم وضع قائمة أولية و أخرى نهائية عن ما هو غير متوفر للوصول إلى معيار الجودة المطلوب، بعد ذلك يتم وضع دليل الجودة و النظام الوثائقي للجودة بكل محتوياته آخذين بعين الاعتبار النقائص الملاحظة أنفا و تعديلها من أجل تلبية مطالب و كل الإجراءات اللازمة للوصول إلى معيار الجودة المنتظر و أخيرا تطبيق نظام ادارة الجودة الذي تم وضعه و مساعدة كل العاملين بالمؤسسة على ذلك من خلال إعلامهم و القيام بدورات تكوينية في إدارة الجودة.

خلاصة

يعتبر الوصول إلى الجودة داخل المؤسسة و تحقيقها بالشكل الذي يسمح بتحقيق الأهداف الاقتصادية و السوقية للمؤسسة رحلة يقوم بها المسؤول عنها برفقة الفريق الإداري للمؤسسة فيكون ذلك بوضع نظام جودة خاص بالمؤسسة، وبتابع أساليب ادارة جودة متنوعة و متغيرة من مؤسسة إلى أخرى فالمؤسسة الفتية و المؤسسة ذات الخبرة ، و المؤسسة الصغيرة و المؤسسة الكبيرة لا يمكنها أن تضع نفس نظام الجودة و لا أن تتبع نفس أسلوب الجودة، و لا أن تستعمل نفس أدواتها.

إن دراستنا للجودة داخل المؤسسة الصناعية في فصلنا هذا يجعلنا نقف على مجموعة من النتائج من بينها اختلاف التعاريف الممنوحة للجودة، إذ صعب علينا الوقوف على تعريف واحد في بداية الأمر إلا أننا خلصنا إلى أن للجودة عدة وجهات نظر فرؤية المنتج و المستهلك و البائع لها تختلف نظرا لاختلاف أهدافهم، إلا أننا نرى بأن الجودة من منظور المنتج الصناعي هي مدى إمكانيته من إنتاج سلع صناعية تحتوي على الموصفات التي ينتظرها المستهلك مع الحفاظ على قيمة متدنية لتكاليف الإنتاج، و توصلنا كذلك إلى أن أسلوب الجودة المطبق داخل المؤسسة الصناعية يتوقف على الفترة التطورية التي تنتمي إليها المؤسسة فهناك مصانع تتوقف ادارة الجودة فيها على رقابة جودة المنتج النهائي، و منها من يتبع في ذلك أسلوبا إحصائيا، و من المؤسسات التي تلتهج منهجا يعتمد على ضرورة ضمان جودة المنتج خلال سيرورة العملية الإنتاج ككل أي داخل وظيفة الإنتاج فقط، و أخيرا مؤسسات تتبع أسلوب ادارة جودة شاملة و تطمح دائما للحصول على شهادات جودة تجعلها تقتحم أسواقا أكثر بفضل ذلك. و لتوضيح هته الأساليب سنتناولها بأكثر تفصيل في الفصل الموالي من خلال تطرقنا إلى أساليب ادارة الجودة في الصناعة الخفيفة بصفة عامة و الصناعة الغذائية بصفة خاصة.

الفصل الثالث:

الصناعة الخفيفة في الجزائر، تنافسيتها وأساليب ادارة جودتها

✓ المبحث الأول: الصناعة في الجزائر، تعريفها، خصائصها و أهميتها

✓ المبحث الثاني : الصناعة الخفيفة و دورها في القطاع الصناعي

الجزائري

✓ المبحث الثالث: تنافسية الصناعة الخفيفة الجزائرية

✓ المبحث الرابع: أساليب ادارة جودة الصناعة الغذائية كفرع من فروع

تمهيد:

تطمح السياسة الاقتصادية الجزائرية إلى النهوض باقتصادها الوطني فاعتمدت في ذلك على عدة سياسات و برامج منذ استقلالها سنة 1962، فما كان أمامها في بداية الأمر إلا الاعتماد على الصناعة الإستخراجية التي تتميز بطابعها الثقيل إلا أن ذلك أقحمها في تبعية للاقتصاديات المتطورة نظرا لاعتمادها على عائدات المحروقات و تحكم أسعارها في صحة الحالية الاقتصادية و الاجتماعية والسياسية للبلد.

إن تفعيل الصناعة الثقيلة يتطلب موارد مالية و طاقات بشرية و تكنولوجيا ثقيلة و متطورة للنهوض بها و بباقي القطاعات الاقتصادية، فالبيئية الاقتصادية و الاجتماعية الهشة التي تميزت بها الجزائر بعد 132 سنة من الاستعمار لم تساعد السياسة الاقتصادية إلى الوصول إلى هدفها، فباتت رهينة المديونية و سوء تسيير المؤسسات الاقتصادية و عجزها المالي و الإنتاجي و التنافسي فرأت في ذلك ضرورة التوجه إلى الصناعة الخفيفة الأقل ضحا للموارد بشتى أنواعها و الأسرع مردودية و الأسهل تسييرا.

إن توجه السياسة الاقتصادية إلى الصناعة الخفيفة للحد من التبعية للخارج يتطلب التفكير في مدى تنافسية مؤسساتها سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي، و يستلزم الاهتمام بجودة منتجاتها و بطريقة إدارتها، فلا يكفي أن نخصص الأغلفة المالية و نوجه السياسة الاقتصادية نحو قطاع ما أو منتجات نأمل منها أن تقوم بالاقتصاد إن كانت هذه المنتجات أقل جودة و غير منافسة للمنتجات الأجنبية، التي لطالما اعتاد عليها المستهلك الجزائري و أصبحت عاداته الاستهلاكية تابعة لها خاصة مع الانفتاح على السوق الخارجية.

نتيجة لما سبق ذكره في الفقرات السابقة ارتأينا ضرورة التطرق في هذا الفصل إلى الصناعة الخفيفة، تنافسيتها و أساليب ادارة جودتها في الجزائر و ذلك من خلال أربع مباحث خصصنا الأول للتعريف بالقطاع الصناعي خصائصه و تصنيفه، أما المبحث الثاني فخصص للصناعة الخفيفة و مدى مساهمتها في القطاع الصناعي في الجزائر، و المبحث الثالث فقد تناول تنافسية الصناعة الخفيفة الجزائرية أما المبحث الأخير فقد بين مختلف أساليب ادارة الجودة في الصناعة الغذائية لكونها الفرع الذي يحتل المرتبة الأولى في الصناعة الخفيفة.

المبحث الأول: الصناعة في الجزائر، تعريفها، خصائصها وأهميتها

لدى المؤسسة الصناعية خصوصية مقارنة بالمؤسسات التجارية و الخدمية، فهي تصمم وتصنع وتحسن باستمرار ما تقدمه، و تبتكر منتجات جديدة تواكب التطورات التكنولوجية المختلفة و تتماشى مع حاجيات المستهلكين المتنوعة، كما تقدم حلولاً لجميع التحديات الكبرى التي تواجه البلد المتواجدة فيه فهي وسيلة للتقدم بامتياز، و أداة حقيقية لخلق الثروة وفرص العمل، و لغرض الإلمام بمختلف مفاهيم و مبادئ هذا القطاع نستهل المطلب الأول ببوادر ظهور الصناعة و تعريفها.

المطلب الأول: تعريف الصناعة و بوادر ظهورها:

1-تعريف الصناعة:

يعود اختلاف معنى الصناعة إلى تباين وجهات نظر كل مدرسة من مدارس الفكر الاقتصادي فهو كأي مصطلح اقتصادي يخضع لعدد من التعريفات، فقد تعني " الصناعة كل الأنشطة التي يعمل الإنسان بواسطتها على تحويل مادة أولية أو مواد من شكل إلى شكل آخر يترتب عليه تغيير في استخدامها و في قيمتها. و قد يتم هذا التحويل أو التغيير بالطرق الكيميائية أو الطبيعية أو باستعمال كلتا الطريقتين". (حسن، 2002، ص11)

و يعتقد بعض الباحثين أن كلمة Industry تعني في اللغة العربية الحرفة التي يمارسها الإنسان في سبيل كسب معاشه، غير أن آخرين يرون أنها تنحصر في الدلالة على الصناعة التحويلية (الجنابي، 2013، ص39)

لقد اقترب مفهوم الصناعة في بداية الأمر إلى معنى السوق إذ وضح ألفريد مارشال كيفية تحديد سعر السلعة من خلال تلاقي عرض السلع المصنوعة بالطلب عليها في السوق، فاعتبر الصناعة هنا أداة لنظرية التبادل و لتوزيع الموارد بين الأفراد (Angelier,2002,P47).

و يُعنى كذلك بالصناعة ذلك النشاط البشري الذي يؤدي إلى إنتاج مواد جديدة من مواد أولية مختلفة، فهي تلك العمليات التي يقوم بها الإنسان مستخدماً نوعاً من الآلات و الأجهزة معتمداً على نوع من الطاقة أو الوقود لإنتاج مواد جديدة تستجيب لمتطلبات الإنسان بشكل أكبر من المواد الأولى التي استخدمت في صنعها. (السماك، 1987، ص19)

كما عرفت الصناعة على أنها نشاط اجتماعي تعاوني ينفق في عمليات استخراج الخامات أو

إنتاج جزء كبير منها، أو استردادها ثم تحويلها إلى مختلف السلع الإنتاجية و الاستهلاكية (الأسدي، 1990، ص 15)

و يُعبر عن الصناعة أيضا أنها نشاط إنتاجي يتيح استخدام العناصر الإنتاجية المتاحة بأفضل الطرق و الوسائل في علاقات متشابكة لتحويل الموارد الاقتصادية من حالتها الطبيعية إلى منتجات صالحة لإشباع الحاجات الإنسانية (السماك، 1987، ص 19)، فهي ذلك النشاط الإنتاجي الذي يستخدم فيه الإنسان كمًا من عناصر الإنتاج بهدف إنتاج مواد جديدة أكثر نفعًا للأفراد.

وقد يُقصد بالصناعة تلك الوحدات الإنتاجية التي تنتج سلعة ذات مواصفات موحدة تؤدي إلى منتج ذو مواصفات واحدة أو منتج متنوع، كما ترتبط باكتشاف و إنتاج و توفير مستلزمات الإنتاج والاتجاه الوسيط و كذا الإنتاج النهائي اللازم لتوفير احتياجات المجتمع لأغراض الاستهلاك المحلي ولأغراض التصدير (الصيرفي، 2005، ص 03)

وترتبط الصناعة بمدى قدرة الإنسان التكنولوجية و تقدمه الحضاري، كما أنها ترتبط ارتباطا قويا بمختلف المهن الأخرى للإنسان سواء أكانت إنتاجية أو خدمات، و تعد حرفة أساسية في الدول المتطورة و تعتمد عليها اقتصادياتها اعتمادا يكاد أن يكون مطلقا (حسن، 2002، ص 11).

كما اعتبرت الصناعة بأنها مجموعة المصانع التي تنتج نفس السلعة لخدمة سوق واحدة، فهي عبارة عن رابطة من المصلحة المشتركة تجمع نفرا من رجال الأعمال يعملون في مجال إنتاجي واحد (يونس، 1997، ص 43).

وقد عرفتها الأمم المتحدة بأنها تحويل مواد غير عضوية أو مواد عضوية بعمليات ميكانيكية أو بعمليات كيميائية إلى منتجات أخرى، سواء أنجزت بآلات ميكانيكية تحركها قدرة أو أنجزت بالأيادي. وسواء أحدث إنتاجها في مصنع أم في ورشة أم في بيت (الجنابي، 2013، ص 39).

و يقصد بالصناعة مجموع كل المؤسسات التي تنتج منتجات من نفس النوع فقط و عادة ما يتم جمعها تحت ما يسمى بالقطاعات الصناعية (Chapelle, 2009, P09). كما ترى المدرسة الحدية الصناعة على أنها مجموعة من المشاريع التي تنتج سلعة واحدة متجانسة تجانسا مطلقا إلا أن هذا التعريف قد تعرض إلى انتقادات واسعة من مختلف المدارس الاقتصادية، وذلك لعدم إمكان وجود مثل هذا المفهوم في الواقع العملي، و ذلك من خلال عدم وجود صناعة أو مشاريع تنتج سلع متجانسة بشكل كامل حتى في حالة وجود مشروعان ينتجان سلعة واحدة و لو كانت بسيطة (المعماري، 2010 ص 13)

ويعرف كولن كلارك (C. Clarck) الصناعة بأنها تحويل مستمر، وبكميات كبيرة للمواد الأولية إلى منتجات يسهل نقلها، ويقصد من كلمة مستمر استبعاد الفعاليات اليدوية والحرفية أما تعبير يسهل نقلها أي استبعاد عمليات البناء (إسماعيل، 1981، ص09)

أما كوينزير (J.Cuisenier) فلا يقصد بالصناعة القطاع الثاني وإنما يقصد بها أسلوب إنتاج يتميز بالاستخدام العقلاني للألة التي تمكن من انجاز عملية الإنتاج بكلفة أدنى. ويعرف آخرون التصنيع بخصيتين اثنتين الأولى استعمال التقنية الحديثة في الإنتاج و الثانية تزايد تقسيم العمل (أي التخصص) (إسماعيل، 1981، ص10)

و بالنسبة لفرانسوا بيرو (François .Perroux) فإن الصناعة هي تحقيق بنية متكاملة للاقتصاد الوطني بواسطة استخدام الآلة بقصد تحقيق زيادة تراكمية في قدرة المجتمع على الإنتاج. (إسماعيل، 1981، ص10)

وقد كانت الصناعة تعني في الماضي كل نشاط أو فعالية إنتاجية تعتمد على قوة عضلات الإنسان و تمارس في البيت أو في أي مكان آخر، فكان مفهوم الصناعة يطلق في هذه الفترة على وجوه نشاط التعدين و الصيد و عمليات تحويل شكل الخامات على اختلاف مصدرها وأنواعها.

أما في الوقت الحالي فان مفهوم الصناعة يختلف كثيرا عن مفهومها السابق نتيجة التطورات التي شهدتها العالم في قطاعات الاقتصاد كافة، فالصناعة تمثل في وقتنا الحالي فرعا رئيسيا من فروع الاقتصاد الوطني، و تشمل كل المؤسسات الصناعية بما فيها المعامل و المناجم و حقول البترول ومحطات توليد الطاقة الكهربائية و الورشات التي تقوم بإنتاج المنتجات الجاهزة الصنع و المواد النصف مصنعة واستخراج الخامات الأولية و مواد الوقود و الأخشاب. كما تشمل المؤسسات التي تقوم بمعالجة المنتجات التي تم استخراجها من باطن الأرض أو من الغابات. (شريف، 1981، ص12).

و تأخذ كلمة الصناعة معنيين أساسيين بحسب هدف استخدامها فالصناعة بمعنى النشاط الصناعي قد يقصد بها كل الإجراءات المتخذة من قبل الوحدات الاقتصادية في المجتمع من أجل تحويل خام أو سلع وسيطة إلى سلع أخرى تعتبر من وجهة نظرها سلعا نهائية. و بموجب هذا التعريف نميز الصناعة عن باقي النشاطات الاقتصادية في المجتمع كالزراعة، الخدمات...الخ. من جهة أخرى قد يقصد بها وحدة النشاط داخل القطاع الصناعي، و لذلك فهي تضم كل الوحدات الإنتاجية التي تقوم بإنتاج سلع متقاربة، أو تستخدم نفس المادة الخام أو نفس طريقة الصنع (بامخرمة، 2001، ص15).

و منه يمكن القول أن الصناعة هي ذلك القطاع الذي يضم مجموعة من الفروع الإنتاجية هذه الأخيرة تجتمع ضمنها مؤسسات مختلفة تدعى مصانع تقوم باستخراج خامات أو بتحويل مواد غير قابلة للاستعمال بصفة مستمرة و بكميات كبيرة بهدف الحصول على مواد متشابهة ضمن نفس الفرع وبمواصفات محددة، ويتم ذلك باستعمال آلات و أجهزة متخصصة و متنوعة في آن واحد، كل هذه العملية تتم بطريقة عقلانية وضمن سيرورة إنتاجية مخططة و منظمة و هذا لتلبية حاجات الأفراد، أو للتصدير و النهوض بالاقتصاد الوطني الذي تنتهي إليه.

بعدها تعرفنا على معنى الصناعة حسب وجهات نظر مختلفة و توصلنا إلى وضع تعريف خاص بعملنا هذا لننظر في النقطة الموالية إلى البوادر الأولى لظهورها و التطور التاريخي لشكلها عبر الزمن

2-البوادر الأولى للصناعة:

تطورت الصناعة في العصور ما قبل التاريخ مع اكتشاف النار و راح الإنسان يستعملها في صناعة المعادن فيليناها و يطرقها و يمزجها في هيئة أكثر صلابة، كما صنع المطرقة و السندان و الوعاء الذي يغلي فيه الماء و المنشار الذي يقص به أغصان الأشجار لاستعمالها وقودا، و بدت مهارته في فن النسيج، التي اكتسبها بمراقبة العنكبوت و عش الطير. و قد نسج الألياف و الحشائش و الأوراق و أعصاب الحيوان و جلوده في البداية، و صنع منها ثيابا و أغطية لجدرانها كما تعدى ذلك إلى صناعة الخزف لحفظ أطعمته و طهيها(ريحانا، 2004، ص 30).

وصنع البابليون خلال السنوات الألف الأولى قبل الميلاد آلات من البرونز ثم الحديد، واستخرجوا من باطن الأرض مختلف المعادن كالنحاس و الرصاص و الحديد و الذهب و الفضة فبدأت صناعة صهر المعادن و سكها، كما امتازوا بصناعة الأقمشة المطرزة و نسجوا الصوف و القطن بمهارة جعلتهم يصدرون منتجاتهم بأسعار مرتفعة إلى الخارج.

كما امتازت الحضارة المصرية في العصور القديمة بوفرة الإنتاج الزراعي فاستعملته للحصول على مستلزمات الصناعة كالمعادن من بلاد العرب من خلال مقايضته، فصنعت الأسلحة البرونزية من سيوف و خوذات و دروع بمزج الحديد بالقصدير، ثم انتقلت بعد ذلك إلى صناعة عجلات العربات و الرافعات و البكرات و آلات رفع الأثقال. أما بالنسبة للذهب فكانت تستخرجه من الضفة الشرقية لنهر النيل و من بلاد النوبة، و اشتهرت كذلك بصنع الاسمنت و الفخار و الزجاج، دون أن ننسى صناعة المنسوجات باستعمال الخيوط الدقيقة، و أهم ما يميز الحضارة المصرية في تلك المرحلة صناعة الورق التي تفوقت فيها عن غيرها من الحضارات.

لم يكن الفينيقيون من كبار الصناع بل اهتموا بالتجارة أكثر إلا أنهم تخصصوا في صناعة الأرجوان، كما أتقنوا صناعة الكتان والمنسوجات وسبك المعادن ونقشها وشغل العاج والعظام المختلفة فقد كانت لبعض منتجاتهم مكانة عالية بين الشعوب القديمة.

و عرفت أرض اثينة المعادن واستخراجها لاستعمالها في صناعات شتى فقد شكلت المناجم موردا هاما من موارد ثروتها آنذاك وقد عمل بها العبيد بلغ عددهم أحيانا في المنجم الواحد العشرين ألف عبد يشرف عليهم المهندسون، وكانوا يعملون في أوضاع صعبة جدا لا تنقطع ليلا نهارا. كما عرفت اثينة صناعات أخرى صغيرة الحجم لم تبلغ ما بلغته صناعة التعدين من تقدم وازدهار أبرزها استخراج الرخام وغيره من الحجارة من المقالع واستعمالها في البناء الضخم الذي عرفته الحضارة اليونانية(ريحانا، 2004، ص 83).

ولا يمكن اعتبار بلاد فارس بلدا صناعيا، بل بلدا يتكل في أموره الصناعية على أمم الشرق الأدنى التي أخضعها لحكمه. فهي التي تمارس الحرف والصناعات اليدوية وتحمل إلى فارس منتوجاتها مع الضرائب المجموعة.

وقد ازدهرت في المدن الهندية الصناعات اليدوية على أيدي صناعيين مستقلين انتظموا منذ القرن الخامس قبل الميلاد فهم أول من استخرج الذهب من المناجم إذ كانت الهند مصدرا لكثير من الذهب الذي استخدم في الإمبراطورية الفارسية منذ القرن الخامس ق م، واستخرجت أيضا الحديد الفضة والنحاس والرصاص والقصدير والزنك منذ القرن 15 ق م. وعرفت تصنيع الحديد وطرقه وصبه قبل ظهوره في أوروبا بزمان طويل، كما مارست فن الحياكة والغزل وأتقنته جيدا ونقله العرب عنها في العصر الوسيط، وامتازت الهند علاوة عن النسيج بصناعات يدوية أخرى أبرزها صناعات الخشب والعاج والمعادن والأقمشة والصبغة والدباغة والصابون ونفخ الزجاج والبارود والصواريخ النارية والاسمنت وغيرها. (ريحانا، 2004، ص 135)

لقد كان هاجس الرومان وراء كل الفتوحات الاستعمارية البحث عن مختلف ثروات الأرض. وجمعها، فأقاموا مناجم في أماكن شتى عمل بها كل من العبيد والسجناء فاستخرجوا كل من الذهب والفضة والرصاص والقصدير من اسبانيا وبريطانيا، أما الملح فمن إيطاليا والكبريت من صقلية، كما استحوذوا على مصنعين كبيرين في روما أحدهما للورق والآخر للصبغة.

واستخرج العرب الذهب والفضة والرصاص والزنبق والكبريت والرخام والحجارة الكريمة من جزيرتهم، واستخدموا النفط وكان الغواصون يستخرجون اللؤلؤ من الخليج العربي، كما اشتهرت

المنسوجات الفارسية و الشامية و المصرية بدقتها و مهارة صانعيها. و اشتهرت الموصل بنسيج القطن الرفيع و دمشق بالدمقس و صناعة السيوف، و عدن بالصوف، و صيدا و صور بالزجاج الرقيق الصافي، و بغداد بالزجاج و الخزف و الإبر و الأمشاط، و الرقة بزيت الزيتون و الصابون و فارس بالروائح العطرية و الطنفس، و بلغت آسيا الصغرى تحت حكم المسلمين درجة من الرخاء الصناعي و التجاري لم تصل إليه أوروبا الغربية قبل القرن السادس عشر. (ريحانا، 2004، ص 173)

لقد ظهرت طبقة من الصناع و الحرفيين كالنساجين و النجارين و الحدادين خلال العصور الوسطى خاصة في المدن الأوروبية و أخذت في النمو و التمرکز في المدن أكثر مما كانت عليه في الريف الأمر الذي أدى إلى ظهور تجمعات و اتحادات مهنية تتعاون لخدمة مصالحها. و ما أدى إلى تركز الزراعة في الريف و الصناعة في المدن هذه الأخيرة ساهمت في توسع التجارة الأوروبية و تحسن النقل و طرق التبادل، "فاستخدمت مثلا مساقط المياه و مجاريه لإقامة المطاحن و مناشير الخشب و معامل التعدين، فقد سجل عام 1086 في إنجلترا وجود 50 ألف طاحونة مائية كما انتشرت الطواحين الهوائية التي عرفتها أوروبا لأول مرة عام 1105 نقلا عن بلاد العرب" (ريحانا، 2004، ص 207)، و وجدت بها 600000 طاحونة ماء و 20000 طاحونة هواء خلال القرن السادس عشر أي ما يعادل قسمين من محطة الطاقة النووية (Levet, 2007, P09)، و دفعت الحاجة إلى العملات العمل في صناعات التعدين، و أصبحت ألمانيا أكبر مصدر للمعادن الثمينة في أوروبا، كما استخرج الحديد من إنجلترا و فرنسا و اسبانيا و صقليا و استخدم في صناعة مختلف الأدوات المعدنية.

إن الانتقال من الثورة النيوليثية إلى الثورة الصناعية الأولى أدى إلى تحرك الأشخاص من الريف نحو المدن فتحوّل الاقتصاد من الإقطاعي الزراعي إلى التصنيع و ظهرت المدن كمراكز صناعية كبرى فكانت الثورة الصناعية الأولى أول خطوة في نمو الاقتصاد الحديث و ظهور الإشكال الحديثة للمصانع الكبيرة و مع امتدادها و تطورها و مواكبتها لتكنولوجيا العسكرية خلال القرنين 18 و 19 وصلت إلى الولايات المتحدة الأمريكية أين ظهرت الثورة الصناعية الثانية من خلال تنظيم و تقسيم العمل بالمصانع لإنتاج أكبر قدر ممكن من المنتجات ثم امتد التصنيع ليصل إلى أجزاء أخرى من قارة آسيا و المحيط الهادي، ثم اجتاحت ثورة المعلومات و الاتصال عالم المصنع لتظهر المصانع الحديثة المستعملة لكل الوسائل التكنولوجية المتاحة لها للوصول إلى أهدافها من ربح و بقاء و توسع.

و أخيرا يمكننا القول إن الصناعة مثلت دوما قلب الأنشطة البشرية و واكبتها عبر الزمن، فمن المظاهر الأولى للتصنيع مختلف النصوص المنحوتة على الحجر التي تشير إلى استعمال وبر الإبل و الماعز لاستخراج الألياف في الشرق الأوسط و بلاد ما بين النهرين، إضافة إلى نسج الحرير بالصين قديما، و من

أشكال ذلك كذلك البحث عن طاقة حركية بديلة عن طاقة الإنسان و الحيوان في أوائل العصور الوسطى، كما ظهر ازدهار وتطور تقني وصناعي حقيقي منذ بداية القرن الثالث عشر، واخذ بالتسارع بعد ذلك و مر التصنيع من أوروبا إلى الولايات المتحدة الأمريكية ، ثم حمل اليابان شعلة التصنيع و شكل قطبا صناعيا جديدا تميز بالنمو والابتكار في منطقة المحيط الهادي. إلى أن وصل و تطور في باقي البلدان كالبرازيل و الصين و الهند مثلا

فالصناعة هي ذلك النشاط الذي لازم الإنسان منذ ظهوره على سطح الأرض إلا انه تغير واختلف من مرحلة إلى أخرى و واكب مختلف التحولات و التطورات التي مر بها الإنسان فتوقف في العصور القديمة و الوسطى على الصناعة الإستخراجية ثم امتد إلى صناعات تحويلية استعملت أولا وسائل بدائية ثم أخذت في التطور إلى أن أصبحت على شكلها الحالي باستعمالها لأحدث التكنولوجيات الصناعية من معدات و تنظيم و تسيير للعمليات الإنتاجية، و هذا ما يبين أهميتها الأمر الذي سنوضحه أكثر في المطلب الثاني من هذا المبحث.

المطلب الثاني: أهمية الصناعة، خصائصها و مميزاتها:

1-أهمية الصناعة

ينظر إلى الصناعة على أنها أكثر القطاعات الاقتصادية قدرة على تنفيذ إستراتيجية تنموية مبنية على توسيع مجالي التأثيرات الأمامية و التأثيرات الخلفية معا، و تتوفر للمؤسسات الصناعية مقارنة بغيرها من القطاعات فرصا أكثر لخلق مثل هذه التأثيرات من خلال ما تطلبه من مواد خام و مستلزمات إنتاج أخرى من بقية القطاعات الاقتصادية (بامخرمة، 2001، ص19) فتساهم بدور ايجابي و فعال في تقوية بنية الاقتصاد الوطني، و في خلق المهارات و الخبرات الفنية و الإدارية و تطوير مستوى المهارات في العمل كما تساهم في رفع مستوى الأجور و في رفع مستويات عيش الأفراد خاصة في البلدان التي اهتمت مبكرا بهذا القطاع و عملت على تطويره.

و تعود أهمية الصناعة إلى جملة من المزايا التي تختص بها إذ تعتمد في توفير مستلزماتها السلعية على إنتاج الحرف الأولية كالزراعة و الري، و التعدين، و جمع ثروات الغابات، و صيد حيوانات البر و البحر. الأمر الذي يرفع من الطلب على منتجات هذه الأنشطة و ما يحفز على تطوير تلك القطاعات المنتمية لها.

كما أن الاهتمام بتطوير الصناعة من شأنه تشغيل العمالة العاطلة و توفير فرص عمل في

قطاعات البناء والتشييد، ونقل العمال، والتسويق، وتزيد في الطلب على السلع الزراعية والصناعية، فتتوفر فرص عمل إضافية في قطاعات اقتصادية وخدمية أخرى وهذا ما يزيد من أهميتها.

وللصناعة دورا هاما في زيادة الناتج المحلي الإجمالي بالرفع من قيمة و منفعة المواد الداخلة والمستعملة في العملية الإنتاجية مما يزيد من ثروة و غنى البلد القائمة فيه، كما أنها تتميز بتلك الروابط المتشعبة و المتشابكة بين فروعها، فبعض مصانعها مثلا تنتج سلعا وسيطة تستخدم كمدخلات لمصانع أخرى، وهذا ما يشجع على تطوير تلك المصانع و توسعها و ما يؤدي إلى تنمية صناعية و اقتصادية عامة، كما قد تنتج الصناعة سلعا نهائية تساعد على تطوير قطاعات اقتصادية أخرى كالزراعة، النقل، الطاقة وغيرها.

إن الاهتمام بالنشاط الصناعي يلزمه أو قد يليه تطوير للبنى الارتكازية و خدمات رأس المال الاجتماعي و التسهيلات المالية و المصرفية فتساهم بدورها في تحسين أحوال الأفراد الاجتماعية والاقتصادية والسكانية.

و تساعد الصناعة في استقرار الاقتصاد و حمايته من التقلبات المختلفة التي قد يتعرض لها كما تساهم في ترسيخ الاستقلال السياسي و الاقتصادي و القدرة على تحقيق الاكتفاء الذاتي للاقتصاد الوطني.

لا تعني عملية التصنيع مجرد ازدياد كمية السلع الصناعية المنتجة كنتيجة لازدياد عدد العاملين في القطاع الصناعي زيادة مطلقة او نسبية. بل أن أهمية عملية التصنيع تكمن في الارتباط الموجب بينها وبين متوسط إنتاجية الفرد. (إسماعيل، 1981، ص49)، فالتقدم في التصنيع يؤدي إلى استعمال المزيد من الآلات و المكائن في عملية الإنتاج حتى في القطاع الزراعي و بالتالي فإن كلا من إنتاجية الأرض وإنتاجية العمل ترتفع في آن واحد. كما أن استخدام التقنية ذات الكثافة الرأسمالية المرتفعة قد تؤدي إلى ارتفاع إنتاجية رأس المال بالإضافة إلى إنتاجية العمل. (القريشي، 2001، ص23).

ويمكن التعويل على القطاع الصناعي في جذب العمالة من القطاع الزراعي و التي تتقاضى أجورا منخفضة و استغلالها في هذا القطاع نظير أجور أعلى مع إمكانية إعادة تدريبهم على العمل الصناعي، بهذا يمكن رفع مستوى الإنتاجية في القطاع الزراعي نتيجة انخفاض ضغط البطالة المقنعة عليه، و في نفس الوقت التوسع في الإنتاج الصناعي بالاستفادة من العمالة الفائضة في القطاع الزراعي (بامخرمة، 2001، ص19).

2- خصائص الصناعة :

تتميز الصناعة عن غيرها من القطاعات الاقتصادية بمجموعة من الخصائص مما يجعلها قادرة على أن تلعب دورا أساسيا و حيويا في تنمية و تطوير الاقتصاد الوطني و من أبرز هذه الخصائص مايلي:(القريشي،2001، ص25)

- إن وفرات الحجم تنطبق على الصناعة أكثر مما تنطبق على القطاعات الأخرى الأمر الذي يمكن من جني هذه الوفرات من خلال الوحدات الصناعية الكبيرة الحجم و بالتالي تخفيض معدل كلفة الوحدة المنتجة،
- تتمتع الصناعة أكثر من غيرها من القطاعات الأخرى بعلاقات تشابكية مع نفسها و مع القطاعات الاقتصادية الأخرى و يمكن للتشابكات أن تكون خلفية عندما تحفز صناعة المنسوجات مثلا قيام استثمارات في إنتاج القطن، أو أن تكون الروابط أمامية و هي عندما تحفز صناعة المنسوجات قيام صناعات إنتاج الملابس،
- تستخدم الصناعة منجزات العلم و التكنولوجيا أكثر من غيرها من القطاعات الاقتصادية الأخرى الأمر الذي يؤهلها لتحقيق معدلات نمو مرتفعة و يجعلها تلعب دورا رياديا في تعزيز القدرات التكنولوجية في باقي القطاعات الاقتصادية،
- للصناعة إمكانيات واسعة نسبيا في استيعاب الأيدي العاملة من بقية القطاعات و خاصة من الزراعة و بذلك تساهم في محاربة البطالة و خلق فرص عمل في القطاع الصناعي و في القطاعات الخدمية ذات العلاقة،
- الصناعة هي القطاع الوحيد الذي يقوم بإنتاج وسائل الإنتاج الضرورية لتطوير الصناعة ذاتها و تطور بقية القطاعات الاقتصادية الأمر الذي يجعلها قادرة على إتمام الدورة الإنتاجية المتكاملة أي إنتاج وسائل الإنتاج اللازمة لإنتاج السلع و الخدمات،
- إن طبيعة محدودية احد عوامل الإنتاج كالأرض في قطاع الزراعة و المواد الخام يجعلها عرضة لسريان قانون الغلة المتناقصة الأمر الذي هو اقل حدوثا في قطاع الصناعة نظرا لان عوامل الإنتاج في هذا القطاع بصورة عامة يمكن تغييرها بشكل أكثر ديناميكية زيادة أو نقصانا أو تغيير نسب مزجها أكثر بسهولة حسب مقتضيات ظروف الإنتاج،
- و بالإضافة إلى ما تقدم فإن الصناعة تكتسب خصائص عديدة أخرى خاصة بها منها:(حسن،2002، ص 14)

- لا ترتبط الصناعة حتماً بأماكن وجود المواد الخام التي تستخدمها أحياناً، ويرتبط توزيعها وتركزها بعوامل أخرى كالسوق وطرق المواصلات مثلاً،
- تعتبر الصناعة أوسع جميع الحرف البشرية انتشاراً،
- بالرغم من الانتشار الكبير فإن المساحة الأرضية التي تشغلها المصانع تكون عادة صغيرة مقارنة بالمساحة التي تشغلها الأنشطة الإنتاجية الأخرى فهي تميل نحو التركيز بينما الأنشطة الأخرى نحو الانتشار كالزراعة،
- تكون مناطق التركزات الصناعية مناطق للكثافات البشرية العالية وهي بذلك أكثر سكاناً من مناطق تركيز أي نشاط من الأنشطة الإنتاجية الأخرى،
- تعتبر الصناعة أساس تطور ونمو الحضارة الحديثة، ذلك لأن جميع الوسائل التي يستخدمها الإنسان في جميع الحرف والخدمات منتجات تم صنعها داخل مختلف فروع القطاع الصناعي،
- يسيطر على جانب كبير من الصناعة الحديثة ابتكارات شركات صناعية دولية لها فروع ومصالح واهتمامات على مستوى الكرة الأرضية بأكملها وهذا ما ساعد على تقوية نفوذها المالي والسياسي على هذا المستوى،
- تعتبر الصناعة الوسيلة الرئيسية للارتفاع بمستوى معيشة السكان ولتشغيل اليد العاملة، وهذا ما يفسر الارتفاع الكبير لمستوى معيشة السكان في الدول الصناعية،
- تتسم منتجات الصناعة الحديثة بالتنوع الكبير والتغيير المصاحب للتقدم التكنولوجي المستمر،
- توفر السلع المستهدفة للتصدير مصدراً مجزياً للنقد الأجنبي الذي تحتاجه كثير من الدول النامية لتمويل مشاريعها وتلبية حاجاتها من السلع الإنتاجية والاستهلاكية، كذلك فإن إحلال السلع الصناعية المنتجة محلياً للواردات من مثيلاتها السلعية في الخارج يتيح توفير النقد الأجنبي المخصص سابقاً لاستيراد مثل هذه السلع،
- تتميز الصناعة بإمكانيات تنوع منتجاتها وازدياد عددها بتقدم الوقت وظهور حاجات جديدة للمستهلكين، وتطوير تقنية الإنتاج وابتكار سلع جديدة متفرعة من مجموعات سلعية سابقة. (بامخرمة، 2001، ص22).

المطلب الثالث: تصنيف الصناعة:

تعددت معايير تصنيف الصناعة حسب وجهة نظر كل باحث وحسب الهدف الذي يطمح إليه جراء ذلك فنجد في الأخير عدة أنواع للصناعة وعادة ما يتم الخلط فيما بينها من صناعة ثقيلة و

خفيفة، تحويلية تجميعية تحليلية و استخراجية و لغرض توضيح ذلك و الإلمام بهذه التصنيفات نتطرق لها من خلال هذا المطلب كمايلي.

1-تصنيف حسب خصائص المواد المستخدمة في الصناعة:

يمكننا تصنيف الصناعة حسب خصائص المواد المستعملة في العملية الإنتاجية، والداخلة في تركيب السلع المنتجة بها سواء كانت نهائية أو نصف نهائية، فنجد كل من الصناعة الإستخراجية، التحويلية، التجميعية و التحليلية.

1-1الصناعة الإستخراجية:

وهي تلك الصناعات المتعلقة باستخراج الخامات من باطن الأرض أو من على ظهرها و تشمل مراحل الكشف ثم الاستخراج ثم التركيز و فصل المواد الغريبة و من أمثلتها استخراج الفحم من المناجم (الصيرفي، 2005، ص04).

تشمل الصناعات الإستخراجية كل النشاطات الإنتاجية التي تعنى باستخراج المواد الخام و مواد الوقود من باطن الأرض و من المسطحات المائية و من الغابات فعليه تتضمن هذه الصناعات تعدين الفحم وسائر الخامات المعدنية و استخراج البترول الخام و قلع الأشجار و صيد السمك، و هذا يعني أن الصناعات الإستخراجية تنحصر في النشاطات الإنتاجية الخاصة بالحصول على المواد الخام بحالتها الطبيعية، و تمثل صناعة التعدين أهم و أكثر فروع الصناعات الإستخراجية انتشارا في العالم.(شريف، 1981، ص140)

2-1صناعات تحليلية: (الصيرفي، 2005، ص04)

وهي تلك الصناعات التي تعتمد على تحليل المادة الأصلية إلى مواد جديدة عن طريق تغيير تركيبها الكيماوية أو التركيز أو الخلط بمواد أخرى مثل صناعة تكرير البترول.

3-1-الصناعات التحويلية:

تعني الصناعة التحويلية ذلك النشاط الذي يقوم على مجموعة من العمليات التي تعتمد على الآلات والطاقة و تتم عبر نظام متكامل من العمل المصنعي و الخدمات لتحويل مادة أو أكثر إلى مواد

جديدة تختلف في خصائصها الشكلية أو الاستعمالية (السماك، 1987، ص 20).

كما تعتبر مجموعة من الفروع الصناعية التي تعمل على معالجة أو إعادة معالجة الموارد الأولية المتأتية من الصناعة الإستخراجية، و من الزراعة. للحصول على المنتجات الجاهزة والصالحة للاستخدام كوسائل الإنتاج أو السلع الاستهلاكية، و من أهم فروع الصناعة التحويلية: (المعماري، 2010، ص15)

- صناعة تعدين المعادن السوداء (كإنتاج الحديد الصلب، و الفولاذ، و الصفائح...).
- صناعة تعدين المعادن الملونة (كإنتاج النحاس، و الزنك، و الرصاص، و الألمنيوم، و القصدير والنيكل).
- صناعة تحويل المعادن (كإنتاج المصنوعات المعدنية والآلات والأجهزة، وغيرها).
- الصناعات الكيماوية.
- صناعة الأخشاب،
- صناعة الورق و الطباعة، و النسيج بأنواعها،
- صناعة الأحذية الجلدية،
- و الصناعات الغذائية بأشكالها و أنواعها المتباينة "

4-1- صناعات تجميعية:

و هي تلك الصناعات التي تقوم بتجميع أجزاء تم إنتاجها سابقا من طرف منشآت صناعية أخرى لتكوين منتجات نهائية يتم توجيهها مباشرة لطلبها.

2-التصنيف حسب طبيعة المنتجات:

تصنف الصناعة حسب طبيعة مخرجاتها إلى صناعة ثقيلة و صناعة خفيفة و يمكن توضيح الفرق بينهما فيمايلي:

1-2 الصناعة الثقيلة:

تمثل الصناعة الثقيلة تلك الصناعة التي تنتج سلعا كبيرة الوزن و الحجم و تستخدم لهذا الغرض موادا أولية و مصادر طاقة ضخمة في مقدارها، و عمل كبير. و تمثلها صناعات المكائن و

معدات النقل كالسيارات و السفن(الجنابي،2013،ص 48)، كما "تضم الصناعة الثقيلة كل الفروع التي تستخرج المواد الخام وتعالجها لإنتاج وسائل الإنتاج" (القريشي، 2005، ص90)

ويمكننا أن نقول أن الصناعة الثقيلة تتمثل في تلك الأنشطة التي تتطلب وسائل إنتاج ورأس مال كبير، غير أنه لا توجد قائمة رسمية للأنشطة التي تنتمي إلى الصناعة الثقيلة، ولكن نستطيع اعتبار القطاعات التي تقوم بعمليات الإنتاج وتحويل المواد الأولية مثل المناجم، وصناعة الحديد والصلب، كأثلة للصناعات الثقيلة. ويمكن أن نذكر أهم مميزات الصناعات الثقيلة فيمايلي: (منيحي، 2016، ص121)

- امتلاكها لمقدار كبير من رأس المال،
- تميز عمالها بدرجة كبيرة من التخصص والمهارة،
- كبر حجم المصنع،
- استغراقها لوقت كبير نسبيا لإنتاج السلع.

ويمكننا تعريف الصناعة الثقيلة على أنها مجموع الصناعات التي تساهم في إنتاج السلع الإنتاجية، أي إنتاج السلع التي تُستخدم في إنتاج سلع أخرى. إلا أنه كثيرا ما يصعب التمييز بين الصناعات المنتجة للسلع الاستهلاكية والصناعات المنتجة للسلع الإنتاجية تمييزا قاطعا، ولكن "يكفي أن تكون نسبة السلع الإنتاجية 75% من إجمالي الإنتاج لتصنيف الصناعة كصناعة ثقيلة" (منيحي، 2016، ص122)

2-2الصناعة الخفيفة:

الصناعة الخفيفة هي الصناعة التي تنتج سلعا خفيفة في وزنها أو قيمتها وتستخدم لهذا الغرض مدخلات اقل حجما و مقدارا من الصناعة الثقيلة، مثل صناعة الأجهزة الفوتوغرافية و النسيج والساعات والآلات الحاسبة (الجنابي،2013، ص 48) "و يكفي أن يكون 75% على الأقل من إنتاجها يشكل سلعا استهلاكية لاعتبارها صناعة خفيفة" (محروس، 2004، ص39).

3-التصنيف حسب حالة استهلاك المنتجات:

وتصنف الصناعة حسب حالة استهلاك مخرجاتها إلى صناعات استهلاكية وصناعات إنتاجية، فالصناعة الاستهلاكية تنتج سلعا قابلة للاستهلاك وللأعمال الشخصي من طرف طالها فهي موجهة للاستهلاك المباشر مثل صناعة الملابس، الأغذية، الأثاث وغيرها

أما الصناعة الإنتاجية فتنتج سلعا تستخدم كوسائل إنتاج منتجات أخرى وقد يكون ذلك داخل نفس فرع النشاط الإنتاجي أو استعمالها لإنتاج منتجات فرع إنتاجي مغاير تماما للفرع الذي أنتجت فيه، فهي لا تستهلك وإنما تهتك بعد مدة طويلة مثل الآلات والمعدات وبعض وسائل النقل المستعملة للغرض الإنتاجي

4-التصنيف حسب كثافة العمل ورأس المال المستخدم فيها: (الجنابي، 2013، ص 49)

وتصنف الصناعات بحسب كثافة العمل ورأس المال المستخدم فيها إلى صناعات كثيفة العمل وأخرى كثيفة رأس المال تستخدم المصانع في الأولى أعدادا صغيرة من العاملين كصناعات النسيج والصناعة الغذائية، فيما تستخدم المصانع الأخرى المكائن والمعدات المتقدمة تقنيا لخفض عدد العمال قدر الإمكان، والاكتفاء بعدد محدود منهم ذوي مستوى تأهيل عال لإدارة العمليات الصناعية.

5- التصنيف حسب حجم مصانعها:

تصنف الصناعة حسب الحجم إلى صناعة جد صغيرة عادة ما لا يزيد عدد عمالها عن 10 عمال برقم أعمال يقل عن 20 مليون دج، وأخرى صغيرة بعدد عمال ما بين 10 إلى 49 عامل ورقم أعمال لا يزيد عن 200 مليون دج، أما الصناعات المتوسطة الحجم فيكون عدد عمالها محصور بين 50 و249 عامل برقم أعمال ما بين 200 مليون دج و ملياري دج، وأخيرا صناعات كبيرة الحجم عدد العمال بها يتجاوز 250 عامل برقم أعمال يزيد عن 02 مليار دج. ورغم اختلاف الدول في المعيار المعتمد في هذا التصنيف إلا أنها أغلبها يعتمد على معيار عدد العمال ورقم الأعمال المحقق سنويا.

6- التصنيف حسب الملكية:

وتصنف الصناعة حسب معيار ملكيتها إلى صناعة تعود لملك الدولة وهو ما يسمى بالقطاع العام، فلا يحق المسؤولين عنها التصرف بها كيفما شاءوا، ولا يحق لهم بيعها أو إغلاقها إلا إذ وافقت الدولة على ذلك" (صخري، 1993، ص 29). و صناعات أخرى تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص المحلي أو الأجنبي، وأخرى مشتركة الملكية ما بين الاثنين تدعى بالقطاع المختلط.

وهناك عدة تصنيفات أخرى تختلف باختلاف المعيار الذي يُعتمد عليه في ذلك إذ نجد من يصنف الصناعة حسب مكانتها في سيرورة العملية الإنتاجية ما بين الصناعة القاعدية التي تختص

بالتحويلات الأولية وكذا الصناعة الإستخراجية و الصناعة الثانوية و التي يتم ضمنها القيام بعمليات التحويلات النهائية، وهناك من يصنفها حسب التكنولوجيا المستعملة داخلها إلى صناعات تقليدية وأخرى حديثة، ومنهم من يصنفها حسب درجة التطور و النمو إلى الصناعة المصنعة و الصناعة التابعة لها (Schoumaker,2008,P16). و كمثال عن ذلك فقد صنفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE الصناعة إلى صناعات ذات اقتصاديات الحجم الكبيرة و السلع المتشابهة كالصناعة البيتروكيماوية و صناعة الاسمنت، و صناعات ذات اقتصاديات الحجم المتوسطة و السلع المختلفة نوعا ما كالصناعة الغذائية و صناعة النسيج، و صناعات تعتمد على موردين متخصصين كالصناعة الميكانيكية، و عتاد النقل، و الصناعات القائمة على البحوث العلمية كالصناعات الالكترونية، و الصناعة الصيدلانية. (Holz,2002, P12).

بعد تعرضنا في المطالب الثالث الأولى لهذا المبحث إلى كل ما يتعلق بالصناعة من تعريف، تطور تاريخي، خصائص و مميزات و تصنيفات نعطي نظرة عن القطاع الصناعي في الجزائر منذ الحقبة الاستعمارية قبل التخصص في الصناعة الخفيفة في المبحث الموالي.

المطلب الرابع: القطاع الصناعي في الجزائر:

اهتم المعمرون إبان الحقبة الاستعمارية باستخراج الموارد الجوفية و جمع الموارد الطبيعية الضرورية لقيام و ممارسة أنشطتهم الاقتصادية كتوليد الطاقة و تحويل المنتجات الزراعية في صناعاتهم التحويلية. فكانوا بذلك يخدمون مصالحهم الفرنسية و اعتبروا الجزائر مجرد مصدر لتموين صناعاتهم بالمواد اللازمة لتشغيلها فنهبوا خيراتها و استغلوا مصادرها دون مقابل بل كلفوا الجزائر خسائر كبيرة على كل الأصعدة، نتج عنها سوء أحوال الجزائريين و تخلفهم و تهديم اقتصادهم و ضياع عدة سنوات سواء إثناء الاستعمار أو بعده، فبناء قواعد و هياكل اقتصادية جديدة يتطلب وقتا و موارد مالية كبيرة و عوامل بشرية تمتاز بالخبرة و الحنكة في اتخاذ القرارات، فكان ذلك من أصعب الأمور بعد الثورة التحريرية، فخاضت الجزائر تجربتها الطويلة للنهوض بالاقتصاد من جهة و تحقيق الحاجات الاجتماعية للجزائريين من جهة أخرى.

ففي عام 1954 كان الإنتاج الصناعي في الجزائر يساوي 2100 فرنك للشخص الواحد بينما يصل إلى 16600 فرنك في فرنسا و 58600 فرنك في الولايات المتحدة الأمريكية، و كان الإنتاج الصناعي (2100) فرنك يتكون من 1800 فرنك مصدرها استخراج المعادن و 300 مصدرها النشاطات الصناعية الأخرى. أما استخدام اليد العاملة في الصناعة فكان يضم 574000 عامل منهم 334000 جزائري

الذين كانوا يكتفون بمناصب شاقة و منعومة الكفاءة فكان 112000 منهم عاملا بسيطا و 143000 يكتفي بحمل وتداول البضائع بينما كان عدد الجزائريين القابلين للشغل يتجاوز 3200000 نسمة. (هني، 1991، ص51).

لقد عرفت الصناعة الجزائرية منذ الاستقلال تعايش أربع قطاعات متباينة أولها قطاع التسيير الذاتي، و ثانيها قطاع أجنبي خاص يتمثل في المؤسسات المحلية التابعة للمؤسسات الفرنسية و المتعددة الجنسية، أما القطاع الثالث فيمثلته القطاع الخاص يملكه الجزائريون و أخيرا قطاع الدولة الذي هو في طور التكوين آنذاك، و باختصار لم تكن هناك بنية اقتصادية حقيقية أو شبكة صناعية متنوعة فكانت هناك بعض الصناعات الخفيفة ورثتها السلطة السياسية أو الجزائريون عن الفترة الاستعمارية. (دبلة، 2004، ص86).

أن تردي الوضع الاقتصادي خلال المرحلة الانتقالية ما بين سنتي 1962 و 1965 حتم على الدولة الجزائرية أن تختار مسارا قويا و ثابتا لبناء اقتصاد دولة جزائرية حرة و رأت في التصنيع القطاع الأنسب لذلك فوجهت سياستها الاقتصادية له و أخذت تعمل على تشجيعه و تكثيفه خاصة الصناعة الثقيلة فيه إذ كانت تعتقد أن هذه الأخيرة هي المخرج الوحيد من الأزمة التي تعيشها في تلك الفترة

تشكلت الإستراتيجية الصناعية ابتداء من سنة 1967 حيث وضع برنامج واسع للنهوض بالصناعة الجزائرية، و قد مر التطبيق الفعلي لهذه الإستراتيجية بمرحلتين. تميزت المرحلة الأولى بالإصلاحات الكبيرة للبنى الاقتصادية مثل مختلف التأمينات و الثورة الزراعية، والتسيير الاشتراكي للمؤسسات، و البدء في المشروعات الصناعية الكبيرة. و تنهي مع نهاية المخطط الرباعي الأول 1970-1973، فأقيمت العديد من المشاريع الصناعية القاعدية مثل مصنع الحجار للحديد و الصلب و المجمع الصناعي في ارزيو إلى جانب بعض المصانع مثل مصنع إنتاج الجرارات الزراعية و المحركات و آخر للأسمنت في ولاية قسنطينة و ثالثا للآلات الزراعية في سيدي بلعباس. و في هذه المرحلة بالذات توسعت رأسمالية الدولة عن طريق تأميم الشركات و فروع الشركات الأوروبية و كانت أكثر التأميمات أهمية و تأثيرا على الأصدعة الاقتصادية و السياسية تأميم قطاع استخراج النفط الذي وفر لرأسمالية الدولة ركائز وطاقات كبيرة في خدمة سياساتها الاجتماعية و الاقتصادية و في احتلال موقع دولي متميز. أما المرحلة الثانية فقد تميزت بعدة ترددات مبدئية و تميزت بالنمو السريع للاستثمار الصناعي في قطاع النفط، و ظهور التشوهات ما بين القطاعات، و التوترات الاجتماعية الناتجة عن التأخرات النسبية في القطاعات الاجتماعية، مثل السكن، الصحة، و التكوين و المواصلات (دبلة، 2004، ص 88).

لقد أقامت الجزائر العديد من الصناعات في عدة فروع من صناعات قاعدية، و غذائية و جلدية و نسيجية و غيرها. و اعتبرت ذلك جزءا من إستراتيجيتها التنموية المتكاملة المبنية على المخططات التنموية الرباعية الأولى و الثانية ، و اعتبر التصنيع العمود الرئيسي لبناء المستقبل الاقتصادي للجزائر واعتبرت إستراتيجيتها بمثابة ثورة صناعية جزائرية التي تهدف إلى إحداث تغيرات اقتصادية عميقة تحول الاقتصاد الجزائري من اقتصاد تقليدي يعتمد على القطاع الزراعي أساسا إلى اقتصاد حديث تتعدد فيه مختلف الأنشطة و تتداخل و تتكامل فيما بينها.

و قد تميزت السياسة الاقتصادية في تلك الفترة بانطلاق خطط التنمية و امتلاك الدولة للموارد المالية و التحكم في توظيفها و ظهور الاستثمار العمومي كسمة رئيسية للنشاط و انتشار العمل في القطاع العمومي و انخراط السكان في العمل المأجور.

و من أمثلة نتائج هذه السياسة تكوين رأس المال الذي كان لا يتجاوز سنويا 2.7 مليار دينار في الفترة ما بين 1962 و 1967 فقفز إلى 10 مليار دينار سنة 1973 و 38 مليار سنة 1977. أما الناتج الداخلي الخام فانتقل من 14 مليار سنة 1967 إلى 30 مليار سنة 1973 و 90 مليار سنة 1978 لكن ذلك النمو كان مرتبطا بنمو قطاع المحروقات، إذ كان القطاع البترولي أهم قطاع النشاط و هو القطاع الذي يقود تنمية الاقتصاد إذ كان يشغل 10000 عامل سنة 1969 و أصبح يشغل 63000 عامل سنة 1977 و هو يسجل أسرع نمو ما بين القطاعات الصناعية (هني، 1991، ص53)

أدى الاعتماد على سياسة تنمية قائمة على قطاع المحروقات و تصدير نواتجه إلى العديد من العواقب السلبية على الاقتصاد الجزائري إذ عزز ذلك مختلف أنواع التبعية كالتبعية الغذائية و التبعية التقنية و التكنولوجيا للحصول على العتاد و المواد الأولية فخير الصناعة الثقيلة يتطلب إنشاء مجتمعات صناعية كبيرة و متطورة و هذا ما يستلزم اللجوء المستمر للخارج سواء للتزويد بالتكنولوجيا ولتسييرها أو لصيانتها الأمر الذي جعل الصناعة الجزائرية تشكو من ارتفاع تكاليفها و انخفاض عائداتها

أن تقييم المؤتمر الاستثنائي لحزب جبهة التحرير سنة 1980 اعتبر أن الاستغلال المكثف لاحتياطي المحروقات قصد تصديرها تم في ظروف غير ملائمة و أن نتائج الصناعات كانت اقل ما كان ينتظر منها و غير متطابقة مع مبلغ الاستثمار الذي انفق عليها و أن الهياكل القاعدية للمواصلات كانت مهملة و أن مثل هذه السمات أدت إلى عدم انسجام في النشاط الاقتصادي و ظهور اختناقات و نذره السلع في الأسواق. و ألح المؤتمر إلى ضرورة الاهتمام الأكبر لقطاعات الزراعة و الري و السكن و انطلاقا

من هذه الاعتبارات تم تصميم خطة خماسية 1980-1984 تحت شعار من أجل حياة أفضل وتهدف إلى علاج جميع الاختلالات السابقة. فبدأت السلطات تشجع تنمية الصناعات الخفيفة قصد إنتاج الخيرات الاستهلاكية و إشباع حاجات السكان. و انطلقت عمليات تحسين المحيط قصد تسهيل التداول و المعاملة ما بين السكان وأصبحت السلطات تؤكد على ضرورة ارتفاع الإنتاجية و التخلي عن التصرفات السابقة التي كانت تخفي عجز الإنتاج باستثمارات جديدة كما دعت الخواص إلى مساهمة اكبر في خطة التنمية.(هني، 1991، ص51-55)

أن تدهور أسعار البترول منذ سنة 1982 (من 27 دولار للبرميل سنة 1982 إلى اقل من 15 دولار للبرميل سنة 1985) رمى الاقتصاد الجزائري داخل أزمة حادة خاصة و أن مصادر تمويل و تغطية عجز مختلف مؤسسات القطاع العام في آخر السنة كان قائما على عائدات النفط دون أن ننسى الاستدانة الخارجية، فتم التخلي عن نظام الاقتصاد الموجه سنة 1992 لصالح خصخصة المؤسسات العمومية و تحرير التجارة الخارجية سنة 1994

وتوقفت الجزائر عن سداد ديونها سنة 1994، فتم إعادة جدولتها على أساس سعر التعديل الهيكلي الذي فرضه صندوق النقد الدولي، فتدهورت قيمة الدينار الجزائري ب 300% عن ما كانت عليه من قبل، و تقهقر مؤشر الإنتاج الصناعي ب 27 درجة إذ سجل 73 سنة 1996 بعدما كان 100 سنة 1987، كما انخفض الإنتاج الصناعي من 10 ملايين دولار سنة 1986 إلى 4.2 مليار دولار سنة 1995 (Holz, 2002, P417)

و مع تدهور الحالة الاقتصادية و اشتدادها نتيجة لتدهور أسعار البترول و ارتفاع المديونية و عزوف المستثمرين الأجبيين عن الاستثمار بالجزائر تحولت الجزائر إلى سوق كبيرة يزيد فيها الطلب على المنتجات الأجنبية على عرض و طلب المنتجات المحلية، فلم يعد باستطاعة المؤسسات الصناعية المحلية إنتاج و لو السلع الأساسية و تم الاستراد بكميات كبيرة لكل من السلع الغذائية، الصيدلانية، مواد البناء وغيرها.

كما أن المحيط السوقي للمؤسسات الصناعية المحلية لا يشجعها على الإنتاج خاصة وسط بيئة تنافسية، و ما يزيد الأمر أكثر تعقيدا هو ارتفاع تكاليف المؤسسات الجزائرية نتيجة لظهور مصاريف إضافية خاصة بضمان الأمن داخل المؤسسات لتمكين من مزاوله نشاطها نظرا للمرحلة الدامية التي مرت بها الجزائر خلال العشرية السوداء، "إذ قدرت مصاريف الأمن ب 16 مليار دولار كلها متعلقة بمضاعفة فرق الرقابة بالمؤسسات، و نقل المؤسسات إلى مناطق أكثر امن، و تخفيض ساعات

العمل نظرا لمواقيت حظر التجوال في بعض المناطق" (Holz, 2002, P422).

وكنتيجة لكل ما سبق وللخروج من هذه الأزمة عملت الدولة الجزائرية سنة 1999 على وضع برنامج وطني للتنافسية الصناعية يتضمن عمليات تتعلق بإعادة التأهيل والمطابقة مع المقاييس الدولية، إضافة إلى إعادة الاعتبار للمناطق الصناعية ومناطق النشاط لغرض تحسين مناخ الأعمال و تطوير قدرات القطاع الصناعي. كما سُرع في إعادة تأهيل المؤسسات لتحسين تنافسيتها، ووضع اتفاقيات الاعتراف المتبادل مع الدول الأوروبية فيما يخص النوعية والتقييس.

ومن حيث طبيعة القطاع الصناعي الواجب تشجيعه أكثر فقد انتقل التركيز من الصناعات الثقيلة إلى الصناعات الخفيفة لاسيما الصناعات الغذائية إذ أصبحت تشكل حوالي 55 % من الإنتاج الصناعي الوطني، فيما أصبحت فروع الصناعات المعدنية الحديدية الالكترونية والكهربائية لا تشكل سوى 11 % من الإنتاج الكلي.

كما تم إتباع إستراتيجية صناعية جديدة، تعمل على إعادة الاعتبار للنسيج الصناعي من خلال تبني إطار مرجعي ونظرة جديدة للتنمية الصناعية، وتحديد مبادئ إستراتيجية وتشكيل السياسات خاصة بالقطاع، إضافة إلى إتباع سياسة تحفيز الاستثمارات الأجنبية المباشرة و تغيير النظام الاقتصادي ومواصلة تطبيق سياسات الإصلاح الهيكلي، خاصة الإصلاح البنكي، سوق رؤوس الأموال، إنشاء سوق للعقار الصناعي.

كما تم تحديد ثلاثة أنماط من الفروع الصناعية التي تمتلك قدرات للتنمية وهي:

- الصناعات الموجهة إلى الأسواق العالمية ذات الطلب المرتفع كالصناعة البيتروكيميائية، الصناعات الصيدلانية والبيطرية، صناعات الحديد والصلب، الصناعة المعدنية غير الحديدية (الألمنيوم)، صناعة مواد البناء،
- الصناعات التي تربط تنميتها بوجود صناعات أخرى مثل الصناعات الغذائية والصناعات المعدنية الميكانيكية الكهربائية والإلكترونية.
- الصناعات الجديدة كالصناعات والخدمات المرتبطة بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وصناعة السيارات. وهي صناعات يسجل بها الاقتصاد الجزائري تأخرا

كما يعود دور الدولة في إطار الإستراتيجية الصناعية الجديدة إلى تمويل المشاريع وتوفير المناخ المناسب للاستثمار ودفع عمليات البحث والتكوين، وإعطاء أهمية لبعض الصناعات الجديدة الغائبة

أو الشبه غائبة بالجزائر كصناعات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وصناعة السيارات، و الاهتمام بالإبداع وتثمين نتائج البحث العلمي لتقليص الفجوة التكنولوجية لدى المؤسسات الصناعية الجزائرية مقارنة بنظيراتها و منافسيها في الخارج. ولأجل ذلك قامت الحكومة بتطبيق برامج تهدف إلى تشجيع المؤسسات للإبداع من خلال منح جائزة وطنية للإبداع وإنشاء مراكز لدعم التكنولوجيا والإبداع.

و عليه فقد اهتمت السياسة الاقتصادية الجزائرية بترقية و دعم تنافسية المؤسسات ضمن برنامج دعم الإنعاش الذي تبنته في الفترة ما بين سنة 2001 و 2004، كما عملت على تحسين و تطوير الملكية الصناعية من خلال البرنامج التكميلي لدعم النمو من سنة 2005 إلى سنة 2009، و استهدفت تطوير و تحديث المؤسسات الصناعية العمومية كمصانع الاسمنت و مجمع صيدال، إضافة إلى دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة عامة و الصناعات الصغيرة و المتوسطة بصفة خاصة من خلال برمجة ترقيتها و تأهيلها خلال الفترة ما بين 2010 و 2014، و أخيرا تضمن البرنامج الخماسي للفترة 2015 و 2019 تنوع الاقتصاد و تحسين مناخ الأعمال إما في القطاع الصناعي فقد هدف إلى ضرورة تنمية الصناعات الغذائية من خلال تشجيع الاقتصاد الأخضر.

و منه فانه رغم كل الجهود و المسار الطويل الذي سلكته و لا تزال تسلكه الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع الصناعي و منه بالاقتصاد الوطني فإن أغلب المشاكل و الصعوبات التي قد اعترضتها و لا تزال تعترضها هي:

- الاعتماد الشديد و المستمر على عائدات النفط،
- الاعتماد على مصادر خارجية لتمويل الاستثمارات في الداخل،
- صعوبة التصدير و ارتفاع معدلات استيراد السلع الاستهلاكية،
- اختراق بطيء لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات للقطاع الصناعي،
- صعوبة نقل التكنولوجيا الصناعية،
- انخفاض مستويات الإبداع و البحث و التطوير و ضعف ربط نتائجها بالقطاع الصناعي.

بعد تطرقنا لتطور القطاع الصناعي في الجزائر و وضعيته منذ الاستعمار إلى وقتنا الحالي نمر في المبحث الثاني إلى الصناعة الخفيفة في الجزائر بكل فروعها.

المبحث الثاني: الصناعة الخفيفة ودورها في القطاع الصناعي الجزائري

يعتبر الاختيار بين الصناعات الثقيلة و الصناعات الخفيفة من المشاكل المعقدة التي يواجهها متخذي القرار في البلدان المتقدمة و النامية على حد سواء، فلا يوجد حد فاصل بين الاثنين ويصعب التمييز بينهما في بعض الحالات، و بما أن عملنا هذا يتناول أساسا الصناعات الخفيفة ستوضح مفهومها ومختلف الفروع المنتمة لها وكذا دور الذي تلعبه داخل القطاع الصناعي في الجزائر.

المطلب الأول: تعريف الصناعة الخفيفة وأهميتها

1-تعريف الصناعة الخفيفة

تعتبر الصناعة الخفيفة تلك الصناعة التي تنتج سلعا خفيفة في وزنها أو قيمتها و تستخدم لهذا الغرض مدخلات اقل حجما و مقدارا من الصناعة الثقيلة، مثل صناعة الأجهزة الفوتوغرافية و النسيج والساعات والآلات الحاسبة (الجنابي، 2013، ص 48)

كما تعرف الصناعة الخفيفة على أنها ذلك النشاط الذي يضم مختلف العمليات الإنتاجية التي تنتهي بإنتاج سلعا استهلاكية يتم الطلب عليها من طرف المستهلكين لغرض تلبية حاجاتهم النهائية أو لإنتاج سلعا وسيطة يتم استخدامها لإنتاج سلع إنتاجية أو استهلاكية أخرى

وتعرف كذلك على أنها تلك الصناعات التي تضم الفروع التي تعالج المواد الزراعية و المواد الكيماوية التي تنتج سلع الاستهلاك، و يمكن اعتبار أنها ذلك النشاط الذي يشمل إنتاج السلع الاستهلاكية الأساسية مثل السلع الغذائية، والمشروبات والمنسوجات والأثاث والخشب، وهي أنسب بالنسبة للبلدان ذات الأسواق الصغيرة والتي تحتوى على قدر كافي من الموارد، كما تقوم بإنتاج سلعا استهلاكية بالدرجة الأولى "فيكفي أن تكون 75% على الأقل من إنتاجها يشكل سلعا استهلاكية لاعتبارها صناعة خفيفة" (محروس، 2004، ص 39) و تقوم بذلك بالاستعانة بدرجات متواضعة من الخبرة والمهارة وبمصانع عادة ما تكون صغيرة الحجم نوعا ما و لا تتطلب وقتا طويلا في ذلك

ومنه يمكننا تعريف الصناعة الخفيفة على أنها تلك الصناعة التي لا تتطلب حجم ضخمة من الموارد و المعدات و التي تنتج سلعا استهلاكية أو نصف مصنعة يتم توجيهها مباشرة لطلبها سواء لتلبية حاجاتهم الاستهلاكية أو الإنتاجية.

كما تختلف الصناعة الخفيفة عن الصناعة التحويلية في بعض الفروع المنتمة للثانية وليس

للأولى، فقد تكون الصناعة تحويلية دون أن تكون خفيفة إذ نجد بعض الفروع الصناعية تنتمي للصناعات التحويلية إلا أنها لا تصنف ضمن الصناعة الخفيفة كصناعة الحديد و الصلب، أو الصناعة البيتروكيميائية مثلا فهي صناعات تحويلية ولكنها ثقيلة.

2-الصناعة الخفيفة أم الصناعة الثقيلة؟

إن السياسة التصنيعية الملائمة هي تلك التي تستطيع تخفيف العبء التضخمي على الدولة، من خلال ضمان الموازنة بين إنتاج الصناعة الخفيفة وإنتاج الصناعة الثقيلة، إلا أن ذلك يعد من الأمور الصعب الوصول إليها نظرا لمختلف التشابكات والعلاقات بين كل من فروع الصناعتين، تلك الروابط قد تكون روابط أمامية أو خلفية فقد ننتج سلعا إنتاجية في احد فروع الصناعة الثقيلة على أن نستعملها في إنتاج سلعا استهلاكية في الصناعة الخفيفة مثلا أو عكس ذلك. فتتوقف إقامة سياسة تركز على أحد النوعين من الصناعة على مدى ربط أو تبعية الأولى للثانية فتطور الصناعة الثقيلة بشأنه تطوير الصناعة الخفيفة، وزيادة الطلب على منتجات الصناعة الخفيفة يؤدي إلى ازدهار الصناعة الثقيلة .

فالتركيز على الصناعات الثقيلة و تخصيص موارد التنمية لها دون إغارة اهتمام كاف إلى سواها من الصناعات، يعني تخصيص موارد أقل للصناعات الخفيفة، وهذا ما يعني تنمية الصناعات الثقيلة على حساب الصناعات الخفيفة و تخصيص الجزء الأكبر من موارد المجتمع النقدية لتمويل الصناعات الثقيلة التي تحتاج إلى مبالغ طائلة و إلى وقت أطول نسبيا من الوقت الذي تتطلبه إقامة الصناعات الخفيفة، و إن الفترة الزمنية قد تطول قبل أن يحصد المجتمع ثمارها إنتاجيا. (الأسدي، 1990، ص، 25).

إلا أن مع نمو وانتشار الصناعات الخفيفة يزداد الطلب على الصناعات الوسيطة مما يؤدي إلى التوسع في الاستثمار في هذه الصناعات. وفي مرحلة تالية تقام صناعات أدوات الإنتاج أو الصناعات الرأسمالية و ذلك بعد أن يكون قد اتسع السوق على منتجات هذه الصناعات نتيجة توسع كل من الصناعات الاستهلاكية و الصناعات الوسيطة (محروس، 1998، ص38).

فحسب ما سبق ذكره في الفقرات السابقة فإنه من المستحسن الاتجاه نحو الصناعة الثقيلة إذا ما كان اقتصاد البلد متطور و له موارد مالية كبيرة و متنوعة إضافة إلى نشاطه في سوق واسعة مشجعة للتصدير، أما الصناعة الخفيفة فوجب على الاقتصادية النامية أن تنتهج سياسة تركز عليها لدفع الاقتصاد نحو التطور و ذلك كون هذا النوع من الصناعات لا يتطلب موارد ضخمة و ذو

مردودية سريعة مقارنة بالصناعة الثقيلة كما أن تطوره يؤدي إلى زيادة الطلب على منتجات الصناعة الثقيلة و منه يساعد على دفع هذه الأخيرة كذلك، فلو اتجهت السياسة الاقتصادية لبلد نامي إلى إتباع الصناعة الثقيلة والارتكاز عليها من البرهة الأولى فستعمل على ضخ المزيد من الموارد المالية دون تطوير الصناعة وسيتوقف ذلك على الصناعة الإستخراجية منها.

المطلب الثاني فروع الصناعة الخفيفة

ولتوضيح الصناعة الخفيفة أكثر نعرض من خلال هذا المطلب كل الفروع المنتمية لها رافعين بذلك اللبس الواقع في هذا المجال، و الخلط الذي قد يكون بينها وبين الصناعات التحويلية.

1- فرع الصناعة الكيميائية المطاط و البلاستيك*

عرف الإنسان بعضا من العمليات الكيميائية في وقت مبكر كصناعة الصابون و الشموع والزجاج مثلا، و كان للعرب دور كبير في وضع أسس علم الكيمياء. إذ ظهرت مبادئ الكيمياء الحديثة على أساس التجارب العلمية في أوروبا مع بوادر ظهور الثورة الصناعية و خاصة في بريطانيا و ألمانيا، و من بين الصناعات الكيميائية المنتمية للصناعة الخفيفة الصناعة الصيدلانية و الأدوية و مواد التجميل، إذ كانت تشتق من مصادر حيوانية و نباتية مثل الجذور و الأعشاب، و لكن التطور في مجالات الكيمياء في القرن العشرين أسهم في الحصول عليها بكلف منخفضة و بكفاءة أكثر باستعمال المركبات الكيميائية بدل الطبيعية (الجنابي، 2013، ص276).

يصنف هذا النشاط حسب الديوان الوطني للإحصائيات في الجزائر تحت رقم 09 لمدونة قطاعات النشاط كما يضم ثمان أقسام منها:

- صناعة المواد الكيميائية الأساسية كماء الجافيل (هيبوكلووريد الصوديوم)، و حمض الكبريت والذي انخفض حجم الإنتاج به سنة 2016 إلى 2290 طن بعدما كان سنة 2015 بقيمة 12780 طن و 14806 طن سنة 2014، أي انه انخفض بنسبة 82.08% عن ما كان عليه في السنة السابقة.
- تصنيع الأسمدة و المبيدات و تضم كل من المبيدات و المواد المستعملة للحفاظ على الصحة النباتية.

* تم الاعتماد على المرجعين المواليين لكل قيم حجم إنتاج فروع الصناعة الخفيفة أما النسب فتم حسابها من طرف الباحثة:

-Collection Statistiques N 203/2017, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS, 2016.

• صناعة الرتجات، البوليستر والبلاستيك إذ بلغ حجم إنتاج الراتنج 547 طن سنة 2015 بعد ما كان 603 طن سنة 2014، إلا أنه ارتفع إلى 651 طن سنة 2016

• صناعة سلع أخرى بلاستيكية وسيطة كصناعة الأنابيب البلاستيكية الأغلفة الغذائية وغيرها، فعلى سبيل المثال بلغ حجم إنتاج الصناديق البلاستيكية مثلا 1388.8 طن سنة 2014 وانخفض إلى 1266.7 طن سنة 2015، ثم إلى 1103.1 طن سنة 2016، أما صناعة الأغلفة الغذائية فهي في تطور مستمر منذ سنة 2006 رغم انخفاض طفيف سنة 2010 إذ بلغ حجم الإنتاج فيها 123.7 طن، 2886.9 طن، 1277.7 طن، 4068.7 طن وأخيرا 6615.9 طن خلال السنوات 2006، 2009، 2010، 2015، 2016 على الترتيب

• صناعة كيميائية عضوية أساسية وتضم صناعة الميثانول والمعطرات، و مواد التنظيف إذ بلغ حجم إنتاج هذه الأخيرة 5574 طن سنة 2007 ثم توقف ذلك إذ لم يسجل الديوان الوطني للإحصائيات أي كمية منتجة منذ تلك السنة،

• صناعة الطلاء و المذيبات إذ لاحظنا ارتفاع طفيف في حجم إنتاج المذيبات بين سنتي 2014 و 2015 إذ كان 1050 طن وارتفع إلى 1074 طن خلال سنة 2015، ولكنه انخفض إلى ما قيمته 945 طن خلال سنة 2016،

• صناعة المواد الصيدلانية، والتي تعتبر "جوهر الاقتصاد و الصناعة الأكثر ربحية بالنسبة للدول المتطورة و الرأسمالية إذ تمثل هوامش الربح في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا حوالي 70٪ وقد تصل إلى 90٪" (Pignarre, 2004, P13)، أما في الجزائر فهي في تطور مستمر من حيث الكمية المنتجة إذ ارتفع حجم الإنتاج من 102 مليون وحدة خلال سنة 2006 إلى 110.6 مليون وحدة سنة 2016 إلا أن سنة 2013 تبقى السنة التي حققت أعلى كمية منتجة بـ 130.8 مليون وحدة.

• صناعة مواد كيميائية أخرى كالمنظفات، و المواد الكاشطة إذ عرفت هي كذلك ارتفاع طفيفا خلال سنة 2015 مما كانت عليه سنة 2014، إذ سجلت حجم إنتاج يقدر بـ 2.3 طن ثم 2.4 طن في السنتين غير أن سنة 2016 عرفت ارتفاع ملحوظ إذ قدر حجم الإنتاج فيه بـ 6.1 طن

2- فرع الصناعة الغذائية:

تعرف صناعة الغذاء بأنها تطبيق عملي و علمي للعمل و التكنولوجيا بهدف إعداد و تصنيع و حفظ و تسويق المواد الغذائية باستخدام نتائج و أسس العلوم الأخرى في فالهدف من ذلك زيادة عمرها التخزيني، و المحافظة على قيمتها الغذائية و جودتها. وقد تطور تصنيع الأغذية على يد مجموعة من العلماء و الرواد. و منهم سلباني الذي اتبع أسلوبا علميا لحفظ الأغذية عام 1765، و أربت الذي

طور المعاملة الحرارية للأغذية وتعليبها باستخدام مبدأ التجربة و الخطأ في عام 1809، و لويس باستور الذي اكتشف البسترة في عام 1850. و ظهرت أبحاث بالتبريد في عام 1875. و عمليات تجميد الأغذية في عام 1890 و استخدمت طريقة التجميد السريع للأسماك عام 1924، التي استخدمها لاحقا كلارنس يروس في كثير من الأغذية عام 1934، كما استخدمت الإشعاعات لحفظ الأغذية عام 1930 التي توسع بها العلماء بروكتور، قاندي جراف، فارم في عام 1934. كما تطور التجفيف من الطرق البدائية الى الطرق الآلية بالاسطوانات و الألواح، و الرذاذ، و من ثم التجفيد. و تطورت عمليات التعليب و التبريد و التعقيم والتجميد لتصبح اتوماتيكية بشكل كامل. وقد أجريت الكثير من الدراسات و الأبحاث للوصول الى طرق حفظ و تصنيع غذائي للحصول على منتجات ذات جودة غذائية عالية، لها مظهر جذاب، و بأساليب اقتصادية. (مزاورة، 2000، ص 14)

و في الجزائر فقد بلغ حجم إنتاج فرع الصناعة الغذائية 1150765.2 مليون دج سنة 2015 ما يمثل نسبة 77.36 % من الصناعة الخفيفة في الجزائر إذ يحتل المرتبة الأولى في هذا القطاع و يبوب تحت الرقم 10 من ترميز مدونة قطاعات النشاط و يضم كل من:

- صناعة التبغ و الكبريت و قد سجل هذا النشاط انخفاضا منذ سنة 2010 إذ بلغ حجم إنتاج التبغ 26082.9 طن و واصل في الانخفاض إلى أن وصل 16640.4 طن سنة 2015،
- صناعة الحبوب و تضم كل من إنتاج الدقيق و الفرينة و العجائن الغذائية إذ بلغ حجم الإنتاج 9355.7 ألف قنطار سنة 2015 بعد أن كان 4415.6 ألف قنطار سنة 2005 و 7715.3 ألف قنطار سنة 2010 و هنا نلاحظ الارتفاع المحسوس في هذا النشاط،
- صناعة السكر فحسب الديوان الوطني للإحصائيات في الجزائر و من خلال الدراسة التي أقيمت من طرفه لقطاع الصناعة خلال الفترة الممتدة ما بين 2005 إلى 2015 فإن صناعة السكر من طرف المؤسسات العمومية الجزائرية قد توقفت تماما منذ سنة 2012 بعد أن كان حجم الإنتاج 131.3 ألف طن سنويا عام 2005،
- صناعة المشروبات الكحولية فقد تميزت بتوقف صناعتها من طرف المؤسسات العمومية منذ سنة 2013 بعد أن كان حجم إنتاجها بنفس المؤسسات يساوي 123.6 ألف هكتولتر سنة 2005،
- صناعة المشروبات غير الكحولية و تقوم المؤسسات الوطنية في هذا النشاط بإنتاج كل من المشروبات الغازية و قارورات المياه المعدنية حيث بلغ حجم الإنتاج للمنتوجين معا 246.9 ألف هكتولتر سنة 2005 وبدأ بالانخفاض إلى أن بلغ كمية 81.9 ألف هكتولتر ثم توقف إنتاج المياه المعدنية من طرف المؤسسات العمومية و استحوذ القطاع الخاص على ذلك منذ سنة 2010. أما بالنسبة

للمشروبات الغازية فقد استمر الإنتاج ولكن بكميات قليلة لا تتجاوز حجم حوالي 29 ألف هكتولتر لكل سنة خلال الفترة الممتدة ما بين 2010-2014 إلى أن وقف القطاع العام إنتاجه لهذا المنتج سنة 2015،

• إنتاج الحليب و مشتقاته: يضم هذا النشاط أربع أنواع من منتجات التي تم تصنيفها كالاتي حسب الديوان الوطني للإحصائيات في الجزائر:

- إنتاج حليب مبستر: لقد كان إنتاج الحليب المبستريساوي 4754 ألف هكتولتر سنة 2005 و بدأ بالتزايد إلى أن وصل إلى 6872.4 ألف سنة 2008، و شهد انخفاضا طفيفا سنة 2009 قدر بـ 680.7 ألف هكتولتر ثم استمر في الزيادة إلى غاية سنة 2015 حيث بلغ 9992.5 ألف هكتولتر.

- إنتاج مشتقات أخرى للحليب: تميز إنتاج مشتقات الحليب عدا الأجبان بالانخفاض منذ سنة 2005 إلى أن وصل إلى 189.9 ألف هكتولتر سنة 2010 بعدما كان يساوي 486.6 ألف هكتولتر، ثم أخذ في التزايد سنة بعد سنة فوصل حجم إنتاجه إلى 321.4 ألف هكتولتر سنة 2015.

- إنتاج الأجبان و الزبدة: لقد اتصف حجم إنتاج كل من الأجبان و الزبدة بالتذبذب خلال الفترة الممتدة ما بين 2005-2015 إذ بلغ ذروته سنة 2012 بحجم 8246.4 طن و كان ادني حجم للإنتاج سنة 2008 بحجم 2048.6 طن أما سنة 2015 فقد وصل إلى حجم 7710.3 طن.

• إنتاج المعلبات بأنواعها: لقد بلغ حجم إنتاج المعلبات في المؤسسات العمومية 45829 طن سنة 2005 ثم أخذ في الانخفاض إلى أن توقف عن إنتاج الطماطم المصبرة سنة 2013، و عن إنتاج رحيق العصائر والفواكه المصبرة سنة 2014 و اكتفى بإنتاج 2 طن من مربى الفواكه خلال سنة 2015 في نفس النوع من المؤسسات.

• إنتاج الغذاء الحيواني: لقد تميز إنتاج الغذاء الحيواني من طرف المؤسسات العمومية بالانخفاض خلال الفترة الممتدة ما بين 2005 – 2015 ككل الفروع الإنتاجية الأخرى، إذ بلغ سنة 2005 حجم 623 ألف طن و أخذ في التدهور إلى أن وصل سنة 2009 حجم 210.6 ألف طن ثم بدأ في الارتفاع إلا أنه لم يصل بعد إلى نفس مستوى حجم الإنتاج الذي كان عليه سنة 2005 و لم يصل سوى إلى إنتاج 378.5 ألف طن.

3- فرع صناعة النسيج:

تعتبر صناعة النسيج من أقدم الصناعات التي عرفها الإنسان و ربما كان المصريون أول من

عرف صناعة المنسوجات الكتانية و لا تزال بقايا هذه الصناعة دليلا على ما وصلت إليه صناعة النسيج في مصر القديمة من دقة وتقدم وانتشرت من مصر القديمة إلى مراكز الحضارات القديمة في حوض البحر المتوسط، و ظلت صناعة المنسوجات من الصناعات اليدوية حتى أواخر القرن السابع عشر. ثم كانت الثورة الصناعية بداية لتطور هائل في صناعة المنسوجات لأنها قدمت لهذه الصناعة مختلف أصناف الآلات والمكائن وكانت الصناعة القطنية أولى صناعات المنسوجات استخداما للآلات الميكانيكية و ذلك منذ منتصف القرن الثامن عشر. بينما استمر استخدام الطرق اليدوية في نسج الصوف مدة أطول، حيث لم يبدأ استعمال الآلات الميكانيكية في هذه الصناعة على نطاق واسع إلا منذ نهاية القرن الثامن عشر. أما المنسوجات الكتانية فقد تأخر استخدام الآلات حتى منتصف القرن التاسع عشر. (شريف، 1981، ص 350)

وقد بلغ حجم الإنتاج في فرع صناعة النسيج بالجزائر سنة 2015 قيمة 47351.1 مليون دج سنة 2015 أي ما يعادل نسبة 3.18% من قيمة الإنتاج بمؤسسات الصناعة الخفيفة ككل ثم ارتفعت ارتفاعا طفيفا إلى قيمة 53752.8 مليون دج سنة 2016 أي ما يعادل 3.27%. ويضم هذا الفرع العديد من الأنشطة كصناعة منتجات النسيج الوسيطة والتي تضم كل من صناعة أقمشة قطنية و أخرى صوفية وأخرى حريرية و إنتاج الخيوط الصوفية وغيرها. ومنتجات نهائية جاهزة للاستعمال كاللبسة بمختلف أنواعها و الفرشة والأغطية.

4- فرع صناعة الجلود والأحذية:

ازدهرت صناعة الجلود في المدن الإسلامية ثم انتقلت إلى بلاد الأندلس و لكن كان لقرطبة شهرة خاصة بها. و من بلاد الأندلس انتقل فن دبغ الجلود وتصنيعها إلى بلاد المغرب الذي أصبح له شهرة كبيرة بتصنيع الجلود. و من خلال الأندلس و المغرب العربي جرى إدخال فن صناعة الجلود إلى فرنسا و ألمانيا مع حفاظها على أسمائها الأصلية كالجلود القرطبية Cordonnerie، و الجلود المغربية Maroquinerie. (قرقوتي، 2006، ص 58).

يصنف فرع صناعة الجلود و الأحذية تحت رقم 12 من ترميز مدونة قطاعات النشاط في الجزائر. وقد بلغت قيمة الإنتاج ضمن هذا الفرع 6471.7 مليون دج خلال سنة 2015 ثم ارتفعت إلى قيمة 6665 مليون دج سنة 2016، و هذا ما يمثل نسبة 0.40% من إجمالي الإنتاج لمؤسسات الصناعة الخفيفة. و يضم هذا الفرع العديد من المنتجات منها الوسيطة و منها النهائية والجاهزة للاستهلاك، فعلى سبيل المثال يمكننا أن نذكر بعض أنواع منتجات هذا الفرع كإنتاج جلود الأغنام

حيث بلغ حجم الإنتاج هذا المنتج الوسيط 159.6 طن سنة 2005، و أخذ في التذبذب ما بين الانخفاض تارة وارتفاع تارة أخرى إلى أن وصل إلى حجم 78.7 طن سنة 2015. وكذلك نفس الشيء بالنسبة لإنتاج الأحذية إذ تميز بالتذبذب في حجم الإنتاج إذا كان يقدر بـ 955.9 ألف وحدة سنة 2005 إلى أن وصلت إلى 400.1 ألف وحدة سنة 2015.

5-صناعة الخشب والورق

يبوب هذا الفرع حسب ترميز مدونة قطاعات النشاط بالجزائر تحت رقم 13 ويضم عدة أنواع من المنتجات كالنجارة العامة، وإنتاج الألواح الخشبية وصناعة كل منتجات الأثاث من غرف وأسرة وكراسي وأثاث المكاتب وغيرها، دون أن ننسى صناعة الفلين وتحويل الورق وقد أنتج هذا الفرع بكل أنشطته ما قيمته 47689 مليون دج سنة 2016، أي ما يعادل 2.9% من الصناعة الخفيفة في الجزائر خلال نفس السنة.

كما تميز حجم إنتاج النجارة العامة 366.2 ألف طن سنة 2005 و أخذ بالانخفاض إلى أن وصل 78.9 ألف طن سنة 2015. وبلغ حجم إنتاج المكاتب على سبيل المثال حجم 37 ألف وحدة سنة 2015 بعد أن كان 10.5 ألف وحدة سنة 2005.

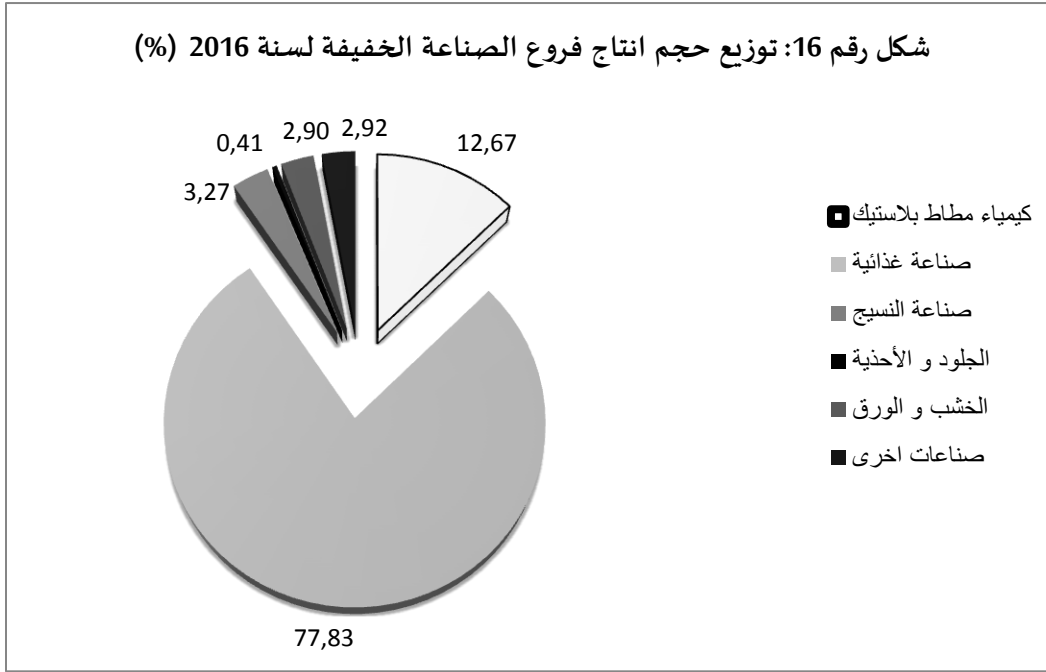
أما صناعة الأغذية الفلينية فقد بلغ حجم الإنتاج 23.4 مليون وحدة سنة 2005 ثم أخذ في الانخفاض كباقي القطاعات إلى أن وصل إلى أدنى حجم له سنة 2015 بـ 2.8 مليون وحدة.

وأخيرا جاءت صناعة الورق لتسهل صناعة الكتب. وقام أول مصنع للورق في بغداد (178 هـ/794 م) حيث بدأ استخدام الورق في دواوين الدولة. كما نشأ في مصر مصنع سنة (287 هـ/900 م) وانتقلت هذه الصناعة إلى المغرب في وقت متأخر نسبيا ولم يتم تصنيعه إلا ابتداء من سنة 493 هـ/1100 م) فقط. و من بلاد المغرب أدخلت هذه الصناعة إلى بلاد الأندلس و صقلية. وعموما وبعد دخول الورق إلى إيطاليا وفرنسا عني الايطاليون بفنون الكتاب و تجليده، و تعلموا الصناعة من المسلمين حتى ظهر عندهم أول فن لتجليد الكتب في الغرب.(قرقوتي،2006، ص 56) اما في الجزائر فقد بلغ حجم إنتاج تحويل الورق 28.4 ألف طن سنة 2016 بعدما كان يساوي 45.7 ألف طن سنة 2007

6- صناعات مختلفة:

يضم هذا الفرع تحت تسمية صناعات مختلفة منتجات أخرى كالأغذية الفلاحية وبعض المنتجات البلاستيكية الأخرى و يصنف تحت رقم 14 من ترميز مدونة قطاعات النشاط بالجزائر وقد حددت قيمة إنتاجه لسنة 2015 من طرف الديوان الوطني للإحصائيات بـ 44875.2 مليون دج أي ما يعادل نسبة 3.02% من الصناعة الخفيفة خلال نفس السنة أما بالنسبة لحجم الإنتاج فقد تميز بالانخفاض عدا إنتاج مواد بلاستيكية أخرى الذي شهد انخفاضا طفيفا وتميز بالقليل من الثبات إذ انخفض حجم إنتاجه إلى أن وصل إلى 1429.2 طن سنة 2015 بعد أن كان 1584 طن سنة 2005.

و يمكننا توضيح مدى مساهمة كل فرع من فروع الصناعة الخفيفة خلال سنة 2016 من خلال الشكل رقم 16 الموالي:



المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

Collection Statistiques N 203/2017, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017 P 40.

نلاحظ من خلال الشكل رقم 16 أعلاه أن فرع الصناعة الغذائية يحتل المرتبة الأولى و يأخذ أكبر حصة بمساهمة في إنتاج الصناعة الخفيفة بنسبة 77.83% خلال سنة 2016 و يترك سوى نسبة 22.17% ليتم تقاسمها بين باقي الفروع الخمسة الأخرى، إذ يساهم فرع صناعة الجلود بأقل نسبة في

حجم الإنتاج والمقدرة بـ 0.41 % و يحتل بذلك المرتبة الأخيرة، أما الصناعة الكيماوية فتأخذ المرتبة الثانية ولكن بنسبة منخفضة جدا مقارنة بالصناعة الغذائية والتي تقدر بـ 12.67% .

المطلب الثالث: مساهمة الصناعة الخفيفة في القطاع الصناعي خارج المحروقات في الجزائر

1-المساهمة في الإنتاج والإنتاج الداخلي الخام:

1-1- تطور حجم إنتاج الصناعة الخفيفة:

يمكننا إبراز مدى مساهمة الصناعة الخفيفة في الاقتصاد الوطني من خلال قيمة حجم الإنتاج الذي تقوم به و مدى تطوره خلال الفترة محل الدراسة و يمكننا توضيح ذلك من خلال الجدول رقم 06

جدول 06: تطور حجم إنتاج الصناعة الخفيفة و مساهمته في الإنتاج الصناعي خارج المحروقات خلال الفترة 2005-2016 (مليون دج)

| السنوات | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| حجم الإنتاج | 713917,3 | 765671,7 | 820464,7 | 865975,2 |
| إ.ص.خ. م * | 1051128 | 1137630,2 | 1250220,6 | 1354152,3 |
| النسب (%) | 67,92 | 67,30 | 65,63 | 63,95 |
| السنوات | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| حجم الإنتاج | 959636,4 | 1026234,7 | 1127839,4 | 1216965,5 |
| إ.ص.خ. م * | 1556579,4 | 1659212,3 | 1809226,1 | 1956633,6 |
| النسب (%) | 61,65 | 61,85 | 62,34 | 62,20 |
| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| حجم الإنتاج | 1315638,5 | 1394923,5 | 1487578,6 | 1643335,5 |
| إ.ص.خ. م * | 2095217,3 | 2222707,4 | 2414453,1 | 2642422,2 |
| النسب (%) | 62,79 | 62,76 | 61,61 | 62,19 |

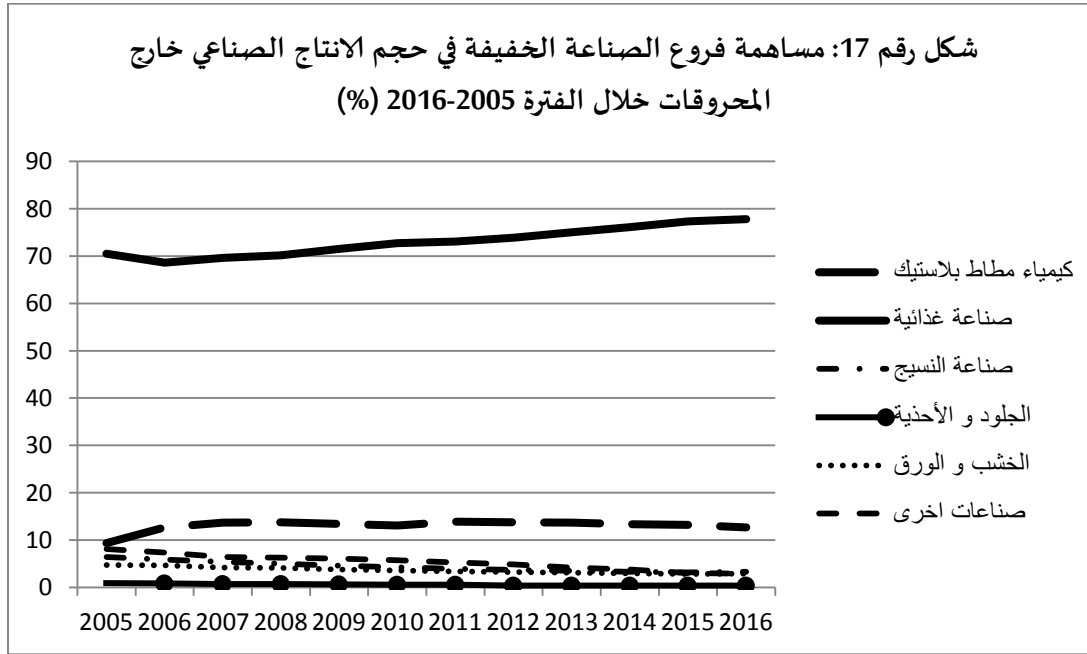
المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS 2016 P 34-38.

-Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2005-2016, ONS 2017, P40

* : إجمالي الصناعة خارج المحروقات.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 مدى تطور حجم إنتاج الصناعة الخفيفة في الفترة الممتدة ما بين 2005 و 2016 و يتضح من خلال ذلك أن حجم إنتاج هذا النوع من الصناعة في تزايد مستمر إذ كان يبلغ 713917,3 مليون دج سنة 2005 و أخذ في التزايد سنة تلو الأخرى إلى أن وصل سنة 2016 إلى ما قيمته 1643335,5 مليون دج و هذا أن دل على شيء فإنما يدل على مدى تحسن هذا الفرع من الصناعة و مدى مساهمته في الصناعة خارج قطاع المحروقات كما أن نسبة المساهمة تراوحت ما بين 61.61 % و 67.92% خلال كل الفترة فقد يكون ذلك راجع إلى مختلف برامج الإنعاش الاقتصادي و دعم النمو الرامية إلى دعم المؤسسات وتحسين تنافسياتها مما يشجعها على الإنتاج، و لتبيين مدى مساهمة كل فرع من فروع الصناعة الخفيفة في حجم الإنتاج الكلي لقطاع خارج المحروقات نضع الشكل رقم 17 الموالي



المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS 2016 P 34-38.

-Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2005-2016, ONS 2017, P40

يتضح من خلال الشكل رقم 17 استحواذ فرع الصناعة الغذائية المرتبة الأولى خلال كل الفترة محل الدراسة وذلك بنسبة أقصاها 77.83% سنة 2016 و أدناها 68.65% سنة 2006، كما تحصل فرع الصناعة الكيمائية، المطاط و البلاستيك المرتبة الثانية بإنتاج بلغت نسبة مساهمته في الصناعة الخفيفة 9.34% بقيمة 66693 مليون دج سنة 2005 و أخذ بالارتفاع إلى أن وصل إلى 156536.5 مليون دج أي بنسبة 13.88% سنة 2011 و تعتبر هذه الأخيرة أعلى نسبة مساهمة له من مجموع إنتاج الصناعة الخفيفة رغم تواصل ارتفاع حجم الإنتاج خلال السنوات الموالية إلى أن وصل إلى 19431 مليون دج والممثل لنسبة مساهمة في حجم إنتاج الصناعة الخفيفة ككل بسوى 13.20%، و قد يعود ارتفاع الإنتاج في صناعة الغذائية و احتلالها المرتبة الأولى بمعدل اكبر بكثير عن الفروع الأخرى خاصة في السنوات الأخيرة راجع إلى العمل على تنمية هذا الفرع من طرف السياسة الاقتصادية المبرمجة من طرف الدولة لدعم النمو والإنعاش الاقتصادي.

2-1 مساهمة الصناعة الخفيفة في الإنتاج الداخلي الخام:

يعد الإنتاج الداخلي الخام مؤشر اقتصادي يقيس الثروة التي يحققها بلد معين خلال السنة ويتكون من مجموع القيم المضافة التي تحققها المؤسسات و الدولة و المقيمين بالبلد مهما كانت جنسيتهم، " فهو مجموع القيم المضافة لكافة وحدات الإنتاج العاملة في فروع الإنتاج المختلفة في اقتصاد معين مثل الزراعة و التعدين و الصناعة، حيث تمثل القيمة المضافة لوحدة إنتاجية معينة الفرق بين قيمة إجمالي الإنتاج لهذه الوحدة و قيمة السلع و الخدمات الوسيطة المستهلكة في عملية إنتاج(جنوحات، 2006، ص32)، و تعتبر المساهمة في الإنتاج الداخلي الخام من بين المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها لقياس مدى أهمية و مساهمة قطاع أو فرع ما في تطور الاقتصاد الوطني ولذلك اعتمدنا عليه لقياس مدى مساهمة الصناعة الخفيفة في تكوين الإنتاج الداخلي الخام خلال الفترة محل الدراسة و الجدول رقم 07 يبين ذلك.

جدول 07: مساهمة الصناعة الخفيفة في الإنتاج الداخلي الخام خلال الفترة 2005-2016 (مليون دج)

| السنوات | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--------------|------------|-----------|------------|------------|
| ق.م. ص.خ * | 247630,8 | 262105,7 | 269488,1 | 284032,7 |
| إ.دا. خام ** | 6930153,4 | 7837002,1 | 8554266 | 9968908,8 |
| النسب (%) | 3,57 | 3,34 | 3,15 | 2,85 |
| السنوات | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| ق.م. ص.خ | 316411,2 | 346429,2 | 368845,2 | 410018,3 |
| إ.دا. خام | 8770806,4 | 10404470 | 12210580,1 | 13560557,5 |
| النسب (%) | 3,61 | 3,33 | 3,02 | 3,02 |
| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| ق.م. ص.خ | 432806,4 | 473263,4 | 501747,2 | 545901,1 |
| إ.دا. خام | 14092638,1 | 14499111 | 13738153 | 14084061 |
| النسب (%) | 3,07 | 3,26 | 3,65 | 3,87 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Annuaire statistiques de l'Algérie N30, ONS,2014, P446

-Les comptes Nationaux trimestriels N 782, ONS, 1^{er} trimestre 2017, P7, P10

-les comptes économiques nationaux trimestriels N772, 4eme trimestre 2016, ONS, Avril 2017, P08

- Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2005-2016, ONS 2017, P41

*: قيمة المضافة للصناعة الخفيفة، **: الإنتاج الداخلي الخام

بلغت القيمة المضافة للصناعة الخفيفة قيمة 247630.8 مليون دج خلال سنة 2005 ثم أخذت بالتزايد سنة بعد الأخرى إلى أن بلغت قيمة 545901.1 مليون دج سنة 2016 ; وذلك راجع الى مختلف برامج الدعم والإنعاش الاقتصادي التي خطت منذ سنة 2001 والتي لا تزال تعمل واحدة تلو الأخرى على محاولة النهوض بالاقتصاد الوطني و منه بالقطاع الصناعي رغم كل الظروف الاقتصادية الصعبة كالأزمة المالية و انهيار أسعار المحروقات في السنوات الأخيرة. إلا أن مساهمة الصناعة الخفيفة في الإنتاج الداخلي الخام كان ضعيفا جدا إذ لم يتجاوز نسبة 3.87 % سنة 2016 و هذا ما يبين المساهمة الضعيفة لصناعة الخفيفة في الاقتصاد الوطني و ما يستلزم ضرورة البحث عن

أسباب ذلك والاهتمام أكثر بتطورها.

فبالرغم من تنوع فروع الصناعة الخفيفة و احتوائها على ستة فروع إلا أن مساهمة إجمالي قيمتها المضافة في الإنتاج الداخلي الخام متدنية جدا ولا تتجاوز 3.86% تم تسجيلها سنة 2016 أما عن أدنى مساهمة فقد سجلت سنة 2008 بنسبة مساهمة قدرت بـ 2.85% وهذا ما يتطلب ضرورة الاهتمام أكثر بفروع هذا القطاع خاصة وأنه منتج لسلع استهلاكية الشيء الذي يحتم على الدولة اللجوء إلى استيراد هذا النوع من السلع لتلبية احتياجات الأفراد، و ما يجعل اقتصادنا تابع لاقتصاديات الدول المتعامل معها بدلا من منافستها واختراق أسواقها .

2-المساهمة في خلق القيمة المضافة :

يعود معنى القيمة المضافة في الاقتصاد الكلاسيكي الجديد وخصوصا على مستوى الاقتصاد الكلي إلى مساهمة عناصر الإنتاج (العمالة، الأرض ورأس المال) في زيادة قيمة منتج معين. ولإنتاج سلعة ما فإن عناصر الإنتاج تقوم بخدمة معينة تؤدي إلى زيادة سعر الوحدة الواحدة من هذه السلعة بشكل يتناسب مع تكلفة هذه الأخيرة، وهي قيمة الربح الناتج من عمل العامل " (عكروش، 2016، ص216)، كما تعرف على أنها مجموع قيمة المواد التي تحققها القطاعات الاقتصادية خلال سنة بعد طرح قيمة المواد الوسيطة، فبعدها وبذلك سنتطرق في هذه النقطة إلى مدى مساهمة ودور الصناعة الخفيفة في خلق القيمة المضافة وفي إجمالي القيمة المضافة للقطاع الصناعي خارج المحروقات وذلك من خلال الجدول رقم 08 التالي:

جدول رقم 08: تطور القيمة المضافة للصناعة الخفيفة ونسبها في القطاع الصناعي خارج المحروقات للفترة 2005-2016 (مليون دج)

| السنوات | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|------------------|----------|----------|----------|----------|
| ق.م. ص.خ | 247630,8 | 262105,7 | 269488,1 | 284032,7 |
| ق. م. ص خا م* | 418294,9 | 449581 | 479791,3 | 519631,5 |
| النسب (%) | 59,20 | 58,30 | 56,17 | 54,66 |
| السنوات | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| ق.م. ص.خ | 316411,2 | 346429,2 | 368845,2 | 410018,3 |
| ق. م. ص خا م | 570673,2 | 617404,8 | 663756,3 | 728615,2 |
| النسب (%) | 55,45 | 56,11 | 55,57 | 56,27 |
| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| ق.م. ص.خ | 432806,4 | 473263,4 | 501747,2 | 545901,1 |
| ق. م. ص خا م | 771787,4 | 838504,8 | 900870,6 | 975715,6 |
| النسب (%) | 56,08 | 56,44 | 55,70 | 55,94 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Annuaire statistiques de l'Algérie N30, ONS, 2014, P446

-Les comptes Nationaux trimestriels N 782, ONS, 1^{er} trimestre 2017, P7, P10

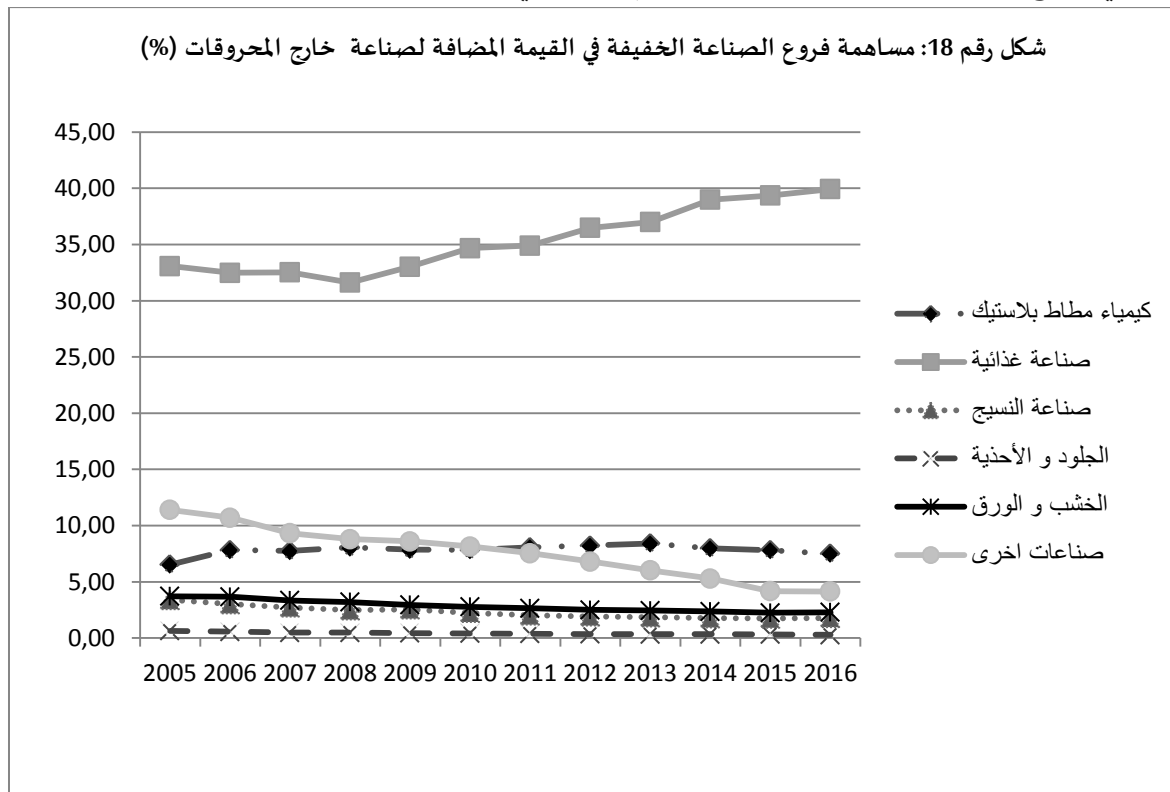
- Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017, P41

*: القيمة المضافة للقطاع الصناعي خارج المحروقات

يبين الجدول رقم 08 تطور القيمة المضافة للصناعة الخفيفة خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2005-2016، كما يوضح مدى مساهمتها في خلق القيمة المضافة في القطاع الصناعي خارج المحروقات ككل فنلاحظ أنها تساهم بنسبة متوسطة خلال الفترة المدروسة تقدر بـ 56.32% من إجمالي القيمة المضافة للصناعة وهي نسبة لا بأس بها إذ أن الصناعة الخفيفة تساهم خلال هذه الفترة بأكثر من نصف القيمة المضافة الإجمالية للقطاع رغم أننا سجلنا انخفاضا طفيفا ومستمر إذ انخفضت نسبته تدريجيا من 59.20% سنة 2005 إلى 55.94% سنة 2016، وهنا يمكننا أن نعتبر أن

تلك الزيادات المستمرة قد لا تعبر عن الارتفاع الحقيقي للقيمة المضافة للصناعة الخفيفة و قد لا تعتبر خلقا لقيمة حقيقية خلال الفترة المدروسة، إذ أن نسب المساهمة تعبر عن عكس ذلك. فقد تعبر النسب عن الركود في هذا الفرع أما قيم القيمة المضافة فيمكن اعتبار سبب ارتفاعها تضخما يمس الاقتصاد الوطني عامة إذ عُرف معدل التضخم بالارتفاع خلال هذه الفترة و تميز بالتذبذب حسب بنك الجزائر إذ كانت قيمته تساوي 1.38 سنة 2005 ثم ارتفع الى 5.74 سنة 2009 و بلغ ذروته سنة 2012 بقيمة 8.9 ثم انخفض ووصل الى 5.32 سنة 2015.

و يمكننا تبين مدى مساهمة كل فرع من فروع الصناعة الخفيفة في القيمة المضافة للقطاع الصناعي خارج المحروقات من خلال الشكل رقم 18 الموالي



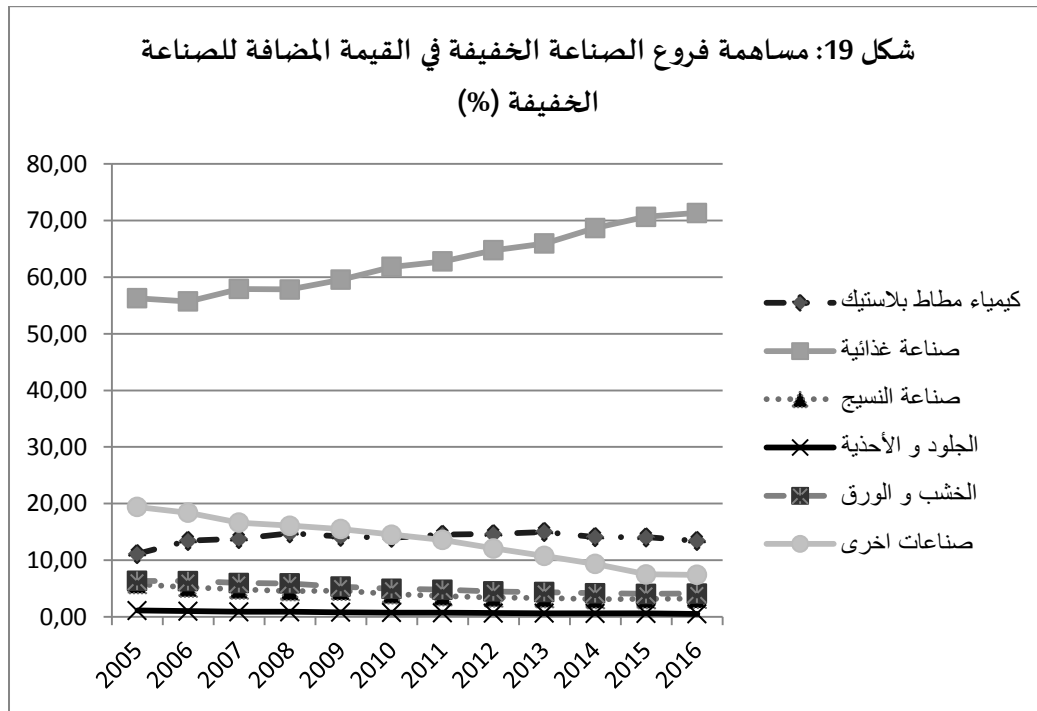
المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS 2016 P 34-38.

- Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017, P41

يبين الشكل رقم 18 احتلال الصناعة الغذائية المرتبة الأولى في مساهمتها في القيمة المضافة للصناعة خارج المحروقات بنسبة متوسطة لكل الفترة تقدر بـ 35.33% و كان ذلك بصفة مستمرة

ومتزايدة رغم انخفاض ذلك سنة 2008 الى نسبة مساهمة قدرت ب 31.62%، فقد يكون ذلك نظرا لسير الاقتصاد الجزائري بوتيرة متواضعة خلال هذه السنة جراء الأزمة المالية التي مست الدول المتقدمة، فرغم مقاومة الاقتصاد الوطني و تفاديه لمؤثرات هذه الأزمة مستعينا في ذلك بارتفاع احتياطي الصرف لديه نتيجة ارتفاع أسعار البترول في تلك المرحلة (إذ وصل الى 97 دولار للبرميل سنة 2008) (بن الزين، 2016، ص88)، إلا انه تأثر تأثرا طفيفا بطريقة غير مباشرة نظرا لتبعيته للاقتصاديات المتطورة فقد يكون هذا هو سبب انخفاض مساهمة الصناعة الغذائية القائمة على استراد مختلف عناصر الإنتاج اللازمة لنشاطها من الدول المتضررة بالأزمة المالية العالمية لسنة 2008. أما فرع صناعة النسيج فقد سجل انخفاض خلال كل الفترة اذ تراوحت مساهمته في القيمة المضافة لقطاع الصناعة خارج المحروقات ما بين 1.79% و 3.39%، و احتل فرع صناعة الجلود والأحذية آخر مرتبة بنسبة مساهمة لا تتعدى 0.29% سجلت سنة 2005. و لتوضيح مدى مساهمة كل فرع في تحقيق القيمة المضافة نضع الشكل رقم 19 الموالي الذي يبين مدى مساهمة كل فرع في القيمة المضافة ولكن هذه المرة للصناعة الخفيفة



المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Annuaire statistiques de l'Algérie N30, ONS, 2014, P446

-Les comptes Nationaux trimestriels N 782, ONS, 1er trimestre 2017, P7, P10

وكما هو الحال في مساهمة فروع الصناعة الخفيفة في حجم الإنتاج فإن الصناعة الغذائية

تحتل كذلك المرتبة الأولى في خلق القيمة المضافة وذلك في كل الفترة الممتدة ما بين 2005-،2016، ونسبة أخذت في الارتفاع تدريجيا إذ سجلت أدنى قيمة لها سنة 2006 بنسبة تقدر بـ 55.71% إلى أن وصلت سنة 2016 إلى نسبة قدرت بـ 71.36% فقد يكون ذلك نتيجة لضرورة إنتاج السلع ذات الاستهلاك الأولي والأساسي، ولكبر عدد مؤسسات الصناعة الغذائية الذي وصل سنة 2012 إلى 5000 مؤسسة مقارنة بالفروع الأخرى إذ يصل عدد مؤسسات صناعة الجلود إلى 367 مؤسسة (<http://elhiwardz.com/national/95824/>) وتحتل بذلك المرتبة الأخيرة في المساهمة في مجموع القيمة المضافة للصناعة الخفيفة ككل وذلك بنسبة متوسطة لكل فترة الدراسة بقيمة لا تتجاوز 0.76%.

3-المساهمة في رقم الأعمال:

أن عدم توفر رقم الأعمال لمؤسسات الصناعة الخفيفة الخاصة حتم علينا الاعتماد على القطاع العام فقط ومكننا من وضع تطور رقم أعمال مؤسسات الصناعة الخفيفة المنتمية للقطاع العام خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2007-2016 كما هو مبين في الجدول رقم 09 التالي:

جدول رقم 09:تطور رقم أعمال الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2007-2016 (مليون دج)

| السنوات | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|
| رع ص خ * | 120701 | 122916 | 137629 | 138142 |
| رع ص خام ** | 298765 | 299269 | 327282 | 315709 |
| النسب (%) | 40,40 | 41,07 | 42,05 | 43,76 |
| السنوات | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| رع ص خ * | 163823 | 163157 | 167724 | 166541 |
| رع ص خام ** | 353261 | 356167 | 406464 | 399720 |
| النسب (%) | 46,37 | 45,81 | 41,26 | 41,66 |
| السنوات | 2015 | 2016 | | |
| رع ص خ | 174680 | 189451 | | |
| رع ص خام | 434196 | 437503 | | |
| النسب (%) | 40,23 | 43,30 | | |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS 2016 P 41

-Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017, P42

*: رقم أعمال الصناعة الخفيفة، **: رقم أعمال الصناعة خارج المحروقات

يبين الجدول رقم 09 السابق تطور رقم أعمال مؤسسات الصناعة الخفيفة للقطاع العام ومدى مساهمتها في إجمالي رقم أعمال مؤسسات القطاع الصناعي إذ يتضح ارتفاع تدريجي في رقم أعمالها، وهذا ما يبين ارتفاع مبيعات هذا الفرع وتحسن حصته السوقية شيئاً فشيئاً. إذ سجل رقم أعمال الصناعة الخفيفة سنة 2007 قيمة 120701 مليون دج و ارتفع إلى أن وصل إلى 189451 مليون دج سنة 2016. ويعود ذلك كذلك الى السياسة الرامية الى دفع الصناعة وفقاً لبرامج دعم الإنعاش والاقتصادي والنمو الا انه يجب الأخذ بعين الاعتبار معدل التضخم الذي سبق وإن قلنا انه في ارتفاع مستمر في السنوات الأخيرة خاصة وأن رقم الأعمال على علاقة مباشرة بالمبيعات ومنه بالأسعار السوقية، كما يمكننا حساب متوسط نسبة مساهمة مؤسسات الصناعة الخفيفة في رقم أعمال الصناعة خارج المحروقات ككل بنسبة متوسطة خلال الفترة محل الدراسة بقيمة 42.65% . و يمكننا توضيح نسب مساهمة كل فرع من فروع الصناعة الخفيفة في إجمالي رقم أعمال القطاع الصناعي خارج المحروقات ككل من خلال الجدول رقم 10 الموالي:

جدول رقم 10: مساهمة فروع الصناعة الخفيفة في رقم أعمال الصناعة الخفيفة وفي الصناعة خارج المحروقات خلال الفترة 2007-2016 (%)

| السنوات | كيمياة مطاط بلاستيك | | صناعة غذائية | | النسيج | | الجلود الأحذية | | الخشب والورق | |
|---------|------------------------|--------|--------------|--------|--------|--------|-------------------|--------|--------------|------|
| | ص خ | ص خ | ص خ | ص خ | ص خ | ص خ | ص خ | ص خ | ص خ | |
| 2007 | 20.90 | 8.44 | 62.51 | 25.25 | 7.99 | 3.22 | 1.48 | 0.59 | 7.12 | 2.87 |
| 2008 | 22.87 | 9.39 | 57.60 | 23.65 | 8.85 | 3.63 | 1.78 | 0.73 | 8.91 | 3.65 |
| 2009 | 21 | 8.83 | 57.73 | 24.27 | 9.64 | 4.05 | 1.55 | 0.65 | 10.08 | 4.23 |
| 2010 | 22.06 | 9.65 | 57.10 | 24.98 | 9.02 | 3.94 | 1.38 | 0.60 | 10.44 | 4.56 |
| 2011 | 17.87 | 8.28 | 63.73 | 29.55 | 7.51 | 3.48 | 1.14 | 0.52 | 9.74 | 4.51 |
| 2012 | 18.04 | 8.26 | 65.07 | 29.80 | 4.32 | 1.98 | 1.44 | 0.65 | 11.13 | 5.09 |
| 2013 | 17.62 | 7.27 | 65.78 | 27.14 | 4.78 | 1.97 | 1.32 | 0.54 | 10.50 | 4.33 |
| 2014 | 16.20 | 6.75 | 65.39 | 27.24 | 5.42 | 2.25 | 1.72 | 0.71 | 11.26 | 4.68 |
| 2015 | 15.55 | 6.25 | 66.24 | 26.64 | 6.00 | 2.41 | 1.43 | 0.53 | 10.78 | 4.33 |
| 2016 | 13.89 | 6.01 | 70.96 | 30.73 | 5.48 | 2.37 | 1.16 | 0.50 | 8.51 | 3.69 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS 2016 P 41

-Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017, P42

*: صناعة خفيفة ، **: إجمالي القطاع الصناعي

يتضح من الجدول رقم 10 السابق مدى مساهمة فروع الصناعة الخفيفة في إجمالي رقم الأعمال للقطاع الصناعي خارج المحروقات و في إجمالي رقم أعمال الصناعة الخفيفة إذ نلاحظ استحواد الصناعة الغذائية على المرتبة الأولى بأدنى نسبي مساهمة في إجمالي رقم أعمال الصناعة و إجمالي رقم أعمال الصناعة الخفيفة بنسبة 23.65% سنة 2008 و 57.10% سنة 2010 على التوالي، و بأعلى نسبتين تقدران بـ 30.73% و 70.96% سنة 2016 لإجمالي رقم أعمال القطاع الصناعي خارج المحروقات و لرقم أعمال الصناعة الخفيفة على الترتيب و كما سبق ذكره فإن الاهتمام بهذا الفرع من الصناعة الخفيفة يجعل الصناعة الغذائية تحتل المرتبة الأولى في تحقيق رقم الأعمال خاصة خلال السنوات الأخيرة إذ انه تم التركيز على تنميتها في البرنامج الخماسي 2015-2019. يلما في ذلك فرع صناعة المواد الكيميائية والبلاستيك بنسبة مساهمة لا تتعدى 9.65% في إجمالي رقم أعمال القطاع الصناعي خارج المحروقات ونسبة مساهمة في رقم أعمال الصناعة الخفيفة لا تتعدى 22.87%، إلا أن هذا الفرع الأخير قد عرف تقهقرا مقارنة بالفروع الأخرى إذ انخفضت نسبة مساهمته في كل من رقم الأعمال للقطاع الصناعي خارج المحروقات و رقم أعمال الصناعة الخفيفة إلى أن وصلت سنة 2016 إلى نسبي 6.01% و 13.89% على التوالي.

4-العمالة والإنتاجية:

سنتطرق في هذه النقطة إلى مدى مساهمة الصناعة الخفيفة في خلق مناصب الشغل ومدى إنتاجية العمل خلال الفترة المدروسة

1-4 تطور عدد مناصب الشغل في الصناعة الخفيفة:

يبين الجدول رقم 11 الموالي تطور خلق مناصب الشغل من طرف مؤسسات الصناعة الخفيفة

جدول 11: تطور عدد مناصب شغل الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2007-2016

| السنوات | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|
| مناصب الصناعة الخفيفة | 53078 | 49242 | 49946 | 47653 |
| مناصب الصناعة خ المحروقات | 119572 | 110612 | 106657 | 101708 |
| النسب (%) | 44,39 | 44,52 | 46,83 | 46,85 |
| السنوات | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| مناصب الصناعة الخفيفة | 48474 | 45832 | 45242 | 44897 |
| مناصب الصناعة خ المحروقات | 102615 | 100479 | 103878 | 109522 |
| النسب (%) | 47,24 | 45,61 | 43,55 | 40,99 |
| السنوات | 2015 | 2016 | | |
| مناصب الصناعة الخفيفة | 43831 | 39774 | | |
| مناصب الصناعة خ المحروقات | 109509 | 106780 | | |
| النسب (%) | 40,03 | 37,24 | | |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS 2016 P 41

-Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017, P42

يتضح من خلال الجدول رقم 11 السابق تطور عدد مناصب الشغل بمؤسسات الصناعة الخفيفة التابعة للقطاع العام إذ يتبين انخفاض مستمر منذ سنة 2007. حيث كان عدد مناصب العمل يقدر بـ 53078 منصب أي ما يعادل 44.39% من إجمالي مناصب الشغل في قطاع الصناعة خارج المحروقات إلى أن وصل إلى 39774 منصب شغل سنة 2016 وهذا يعادل نسبة 37.24% من

إجمالي مناصب الشغل في هذا القطاع. فكل ما سبق ذكره يقرب عدم خلق مناصب شغل جديدة فعلى عكس ذلك فقد خسر هذا القطاع 13304 منصب شغل أي ما يعادل نسبة (-25.06%) خلال عشر سنوات، وذلك راجع لكون قيام الصناعة الخفيفة أساسا على القطاع الخاص وتوجه القطاع العام نحو الصناعة الثقيلة أكثر والدليل على ذلك اهتمام برنامج توطيد النمو الاقتصادي (2011-2014) بتطوير القطاع الصناعي العمومي كتحديث مصانع الاسمنت و جل مؤسسات الصناعة الميكانيكية بتخصيص غلاف مالي قدر بـ 2000 مليار دج. (بشيكور، 2016، ص 26)

يوضح الجدول رقم 12 توزيع مناصب شغل الصناعة الخفيفة حسب فروعها.

جدول 12: توزيع مناصب شغل الصناعة الخفيفة حسب الفروع خلال الفترة 2007-2015 (%)

| السنوات | كيميااء مطاط بلاستيك | صناعة غذائية | النسيج | الجلود والأحذية | الخشب والورق |
|---------|----------------------|--------------|--------|-----------------|--------------|
| 2007 | 20,2 | 38,8 | 25,5 | 3,26 | 12,04 |
| 2008 | 21,86 | 37,1 | 24,2 | 3,43 | 13,29 |
| 2009 | 20,35 | 40,0 | 22,9 | 3,06 | 13,66 |
| 2010 | 20,17 | 40,2 | 23,2 | 2,87 | 13,50 |
| 2011 | 15,78 | 40,20 | 22,35 | 3,06 | 18,62 |
| 2012 | 16,28 | 43,32 | 16,19 | 3,47 | 20,74 |
| 2013 | 15,82 | 43,88 | 16,39 | 3,48 | 20,44 |
| 2014 | 15,21 | 45,20 | 16,07 | 3,64 | 19,89 |
| 2015 | 14,89 | 46,09 | 15,74 | 3,57 | 19,71 |
| 2016 | 15,70 | 44,97 | 17,17 | 3,63 | 18,54 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS 2016 P 41

-Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017, P42

يتضح من الجدول رقم 12 السابق انخفاض في عدد مناصب الشغل في مختلف فروع الصناعة الخفيفة خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2007-2016 إلا أننا لاحظنا خلق مناصب الشغل بفرع الصناعة الغذائية رغم الانخفاض الذي عرفته ما بين سنتي 2007-2013 المقدر بـ 782 منصب و الذي أخذ في الارتفاع إلى أكثر من 20000 منصب شغل خلال سنتي 2014 و 2015. كما لاحظنا ارتفاع محسوس كذلك في عدد مناصب الشغل لفرع صناعة الخشب وتحويل الورق إذ سجلت سنة 2007

ب 6390 منصب عمل و أخذت في الارتفاع إلى أن وصلت ذروتها سنة 2012 ب 9506 منصب أي ما يساوي خلق ل 3116 منصب خلال خمس سنوات ثم أخذت بالانخفاض مرة أخرى إذ سجلت سنة 2016 (7375) منصب عمل وهذا ما يعني خسارة ما يساوي 2131 منصب عمل بصناعة الخشب و تحويل الورق خلال 04 سنوات.

2-4- إنتاجية العمل في الصناعة الخفيفة:

تعرف الإنتاجية على أنها "مقياس للعلاقة بين المخرجات و المدخلات أو هي القدرة على تكوين النتائج باستخدام عناصر إنتاج محددة (غسان، 2008، ص 39).

و من بين المعايير المستخدمة لقياس مدى سلامة اقتصاد ما أو قطاع نشاط معين هو حساب الإنتاجية، فإنتاجية العمل مثلا هي محصلة الإنتاج سواء بالكميات أو بالقيمة خلال ساعة عمل واحدة و من طرف عامل واحد، و يمكننا حساب إنتاجية العمل باستعمال العبارات التالية:

$$\text{إنتاجية العمل} = \frac{\text{المخرجات بالكميات}}{\text{ساعات العمل الكلية}}$$

وهنا سنبين مدى مساهمة ساعة عمل واحدة من طرف عامل واحدة في إنتاج كمية معينة من الإنتاج

$$\text{إنتاجية العمل} = \frac{\text{القيمة المضافة}}{\text{ساعات العمل الكلية}}$$

و باستعمال هذه العبارة سنوضح مساهمة ساعة عمل واحدة في خلق القيمة المضافة

و حسب الديوان الوطني للإحصائيات فإن متوسط عدد ساعات العمل الأسبوعي لمؤسسات الصناعات الخفيفة هو 38.9 ساعة (ONS, 2013, P 68)، و بما أن متوسط عدد أيام العطلة السنوية هو 30 يوم حسب قانون 11-90 المؤرخ في 26 رمضان عام 1410 الموافق ل 21 أفريل سنة 1990 المتعلق بعلاقات العمل معدل متمم. و إذا حذفنا أيام العطلة المدفوعة الأجر يتبقى لدينا حوالي 47.86 أسبوع عمل سنويا و بذلك يمكننا إيجاد متوسط عدد ساعات العمل السنوية باستخدام العبارة التالية:

$$\text{عدد ساعات العمل السنوية} = \text{عدد أسابيع العمل} \times \text{متوسط ساعات العمل الأسبوعي}$$

$$= 38.9 \times 47.86$$

$$= 1861.754 \text{ ساعة / السنة}$$

وإذا علمنا أن عدد عمال الصناعة الخفيفة لسنتي 2010 و 2014 قد بلغا على التوالي 1146000 عامل (ONS, 2012, P25)، 1159000 عامل (ONS, 2016, P42) يمكننا حساب إنتاجية العمل لهاتين السنتين كما يلي:

$$\frac{\text{القيمة المضافة لصناعة الخفيفة 2010}}{\text{ساعات العمل السنوية} \times \text{عدد العمال صناعة خفيفة}} = \text{إنتاجية العمل للصناعة الخفيفة لسنة 2010}$$

$$\frac{1000000 \times 346429.2}{1146000 \times 1861.77} =$$

$$= 162.37 \text{ دج / ساعة}$$

أي أن إنتاجية ساعة عمل يقوم بها العامل الواحد في قطاع الصناعة الخفيفة هو 189.77 دج في الساعة خلال هذه السنة

$$\frac{\text{القيمة المضافة لصناعة الخفيفة 2014}}{\text{ساعات العمل السنوية} \times \text{عدد العمال صناعة خفيفة}} = \text{إنتاجية العمل للصناعة الخفيفة لسنة 2014}$$

$$\frac{1000000 \cdot 473263.4}{1159000 \cdot 1861.77} =$$

$$= 219.32 \text{ دج / ساعة}$$

أي أن إنتاجية ساعة عمل واحدة في الصناعة الخفيفة خلال سنة 2014 يتولد من خلاله قيمة 219.32 دج.

وإذا أردنا معرفة مؤشر إنتاجية العمل وباعتبار سنة 2010 هي سنة الأساس فإننا نجد ما يلي:

$$\text{مؤشر إنتاجية العمل} = 100 \times \frac{P_{2014}}{P_{2010}}$$

$$100 \times \frac{219.32}{162.37} =$$

$$= 135.07 \%$$

وبما أن مؤشر الإنتاجية أكبر من 100 فهذا يدل على ارتفاع إنتاجية العمل للصناعات الخفيفة سنة

2014 عما كانت عليه سنة 2010 و يقدر هذا التغير بـ +35.07% بحساب مؤشر تغير الإنتاجية كمايلي:

$$\text{مؤشر تغير إنتاجية العمل} = \left(1 - \frac{P_{2014}}{P_{2010}}\right) \times 100 = \left(1 - \frac{219.32}{162.37}\right) \times 100 = -35.07\%$$

5-معدل الهامش الصناعي:

و هو مؤشر يتم استعماله بالخصوص من طرف المهتمين بالاقتصاد الكلي فهو يبين حصة الثروة المحققة من الإنتاج و الموجهة إلى العملية الإنتاجية مرة أخرى و إلى الاستثمار في رأس المال. و ككل مؤشرات الهامش فإن هذا المؤشر مرتبط نظريا ارتباطا ايجابيا مع قوة رأس المال و منه قوة النشاط الممارس. و كما هو متعارف عليه فكلما زاد توظيف رأس المال في أي قطاع كلما أدى ذلك إلى خلق أرباح وهوامش ربح أكثر (Moati, 2000, P55) و عليه يمكننا حساب معدل الهامش الصناعي باستعمال العبارة التالية:

$$\text{معدل الهامش الصناعي} = 100 \times \frac{\text{اجمالي فائض الاستغلال}}{\text{القيمة المضافة}}$$

و يعبر إجمالي فائض الاستغلال عن الفرق بين الإيرادات المحصلة أو التي ستحصل في الأجل القريب و الأعباء المسددة أو التي ستدفع في الأجل القريب، أي أنه يقيس الثروة المالية المحققة عن طريق النشاط الأساسي للمؤسسة (بن ساسي، 2006، ص 177)، كما أنه يقيس الكفاءة الصناعية و الإنتاجية و قدرة دورة الاستغلال على توليد الفوائض و يعتبر مؤشرا استراتيجيا هاما يعتمد عليه في اتخاذ قرارات تخص النشاط الممارس، و قد قمنا بحساب معدل الهامش الصناعي للصناعة الخفيفة خلال الفترة محل الدراسة و وضعنا ذلك في الجدول رقم 13 الموالي:

جدول 13: تطور معدل الهامش الصناعي للصناعة الخفيفة خلال الفترة 2005-2015

| السنوات | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|---------------|----------|----------|----------|----------|
| إ. ف.إ.* | 179131 | 193407 | 200342 | 208208 |
| ق. م | 247630.8 | 262105.7 | 269488.1 | 284032.7 |
| م هـ ص %** | 72.33 | 73.78 | 74.34 | 73.30 |
| السنوات | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| إ. ف.إ.* | 234241 | 260651 | 274608 | 313857 |
| ق. م | 316411.2 | 346429.2 | 368845.2 | 410018.3 |
| م هـ ص %** | 74.03 | 75.23 | 74.45 | 76.54 |
| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | |
| إ. ف.إ.* | 322790 | 358004 | 369562 | |
| ق. م | 432806.4 | 473263.4 | 501747.2 | |
| م هـ ص %** | 74.58 | 75.64 | 73.65 | |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N 197/2016, Série E : statistiques économiques N 85 : rétrospective des comptes économique de 1963 à 2014, ONS, Janvier 2016 P173 –P192.

-Les tableaux des Entrées Sorties 2012 à 2015 données statistique N 774, ONS, 2016, P10- P12.

*: إجمالي فائض الاستغلال (مليون دج)، **: معدل الهامش الصناعي

بين الجدول رقم 13 السابق معدل الهامش الصناعي للصناعات الخفيفة خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2005 و 2015 وهو هامش يتراوح في مجمله ما بين النسبتين 72.33 % و 75.64 % وهي نسبة تعتبر مرتفعة وهذا ما يعني أن مردودية مؤسسات الصناعة الخفيفة بمختلف فروعها مرتفعة على العموم.

المبحث الثالث: تنافسية الصناعة الخفيفة الجزائرية

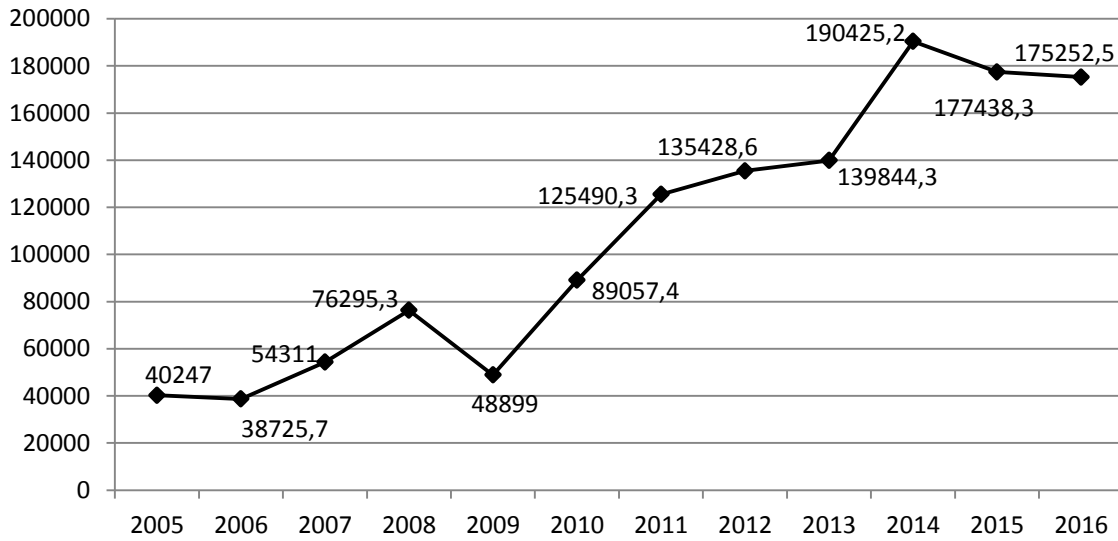
تصنف الجزائر حسب مؤشر التنافسية العالمي ضمن الدول المنتقلة من مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على عوامل الإنتاج إلى مرحلة الدول المعتمدة على الكفاءة، لذا ارتأينا ضرورة التطرق الى تنافسية القطاع الصناعي وبالخصوص الصناعة الخفيفة خاصة و أن ذلك يعبر عن مدى تأهيلها للتنافسية الخارجية. ولنبدأ بمدى مساهمتها في كل من الصادرات والواردات.

المطلب الأول: مساهمة الصناعة الخفيفة في كل من الصادرات والواردات:

1- مساهمة الصناعة الخفيفة في الصادرات:

تعتبر صادرات اقتصاد معين عن مدى قوته وقدرته على اختراق واقتحام أسواق أجنبية، كما يوضح مدى إمكانية القطاع المدروس من إنتاج سلع يمكن المتاجرة بها على الصعيد الدولي، ولتبيين ذلك فيما يخص الصناعة الخفيفة قمنا بوضع الشكل رقم 20 الموضح لمدى مساهمة الصناعة الخفيفة بكل فروعها في صادرات الفترة الممتدة ما بين سنتي 2005 و 2016.

شكل رقم 20: تطور صادرات الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2005-2016 (مليون دج)



المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N201, Série E : statistique économiques N 88 : Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2005 à 2015, ONS, Octobre 2016 P 97

-Collection Statistiques N205, Série E : statistique économiques N 92: Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2011 à 2016, ONS, Novembre 2016 P 65

يتضح من خلال الشكل رقم 20 أعلاه ارتفاع في قيمة صادرات الصناعة الخفيفة ما بين سنتي 2005 و 2016 بأكثر من أربع 04 مرات، إذ سجلت صادرات بقيمة 40247 مليون دج سنة 2005 و أخذت بالارتفاع إلى أن وصلت سنة 2014 إلى 190425.2 مليون دج رغم الانخفاض الذي عرفته كل من سنة 2006 بما قيمته 15213 مليون دج و سنة 2009 بقيمة 27396.3 مليون دج عن ما كانت عليه سنة 2008 ثم سنة 2016 بقيمة 12986.9 مليون دج عن ما كانت عليه السنة السابقة لها.

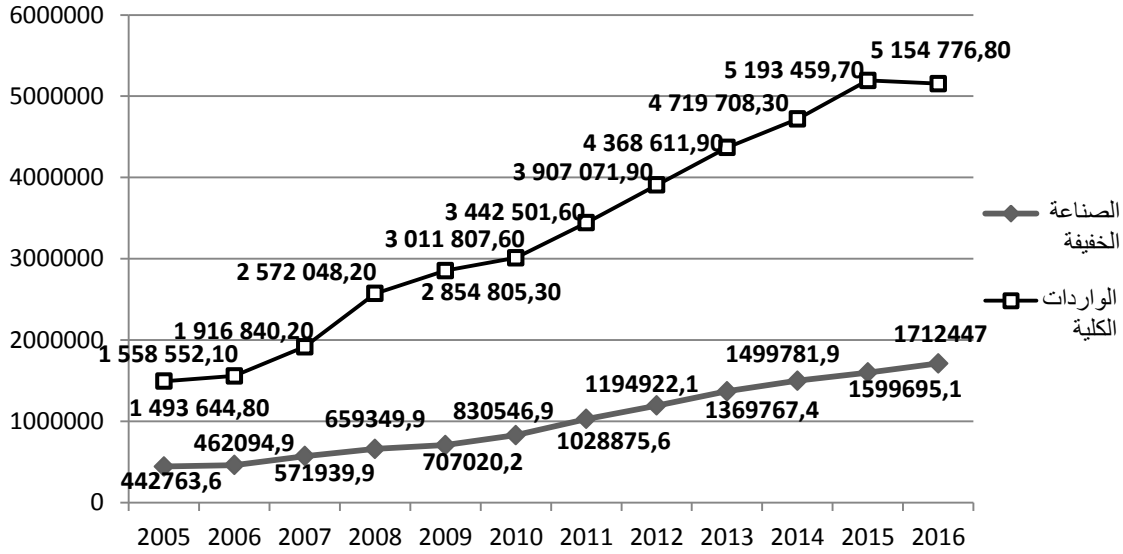
و بالرغم من الارتفاع الذي لاحظناه من الشكل السابق إلا أن بعد اطلاعنا على إحصائيات الديوان الوطني للإحصائيات و حسابنا لنسب مساهمة الصناعة الخفيفة بمختلف فروعها في مجموع الصادرات اتضح لنا أن نسبة مساهمتها محصورة ما بين نسبي 0.97 % و 5.02 % أي أنها نسبة لا تتعدى حوالي 5 % و هي نسبة مساهمة جد منخفضة.

كما لاحظنا أن الفرع المحتل للمرتبة الأولى هو فرع الصناعة الكيماوية، المطاط و البلاستيك وذلك بنسبة لا تقل عن 72.54% من إجمالي صادرات الصناعة الخفيفة، و لا تتعدى نسبة 89.37% من إجمالي صادرات الصناعة الخفيفة، على خلاف ما كنا ننتظر وهو مساهمة الصناعة الغذائية بأكثر نسبة في الصادرات نظرا لاستحواذها على أكبر حجم إنتاج خلال الفترة المدروسة إلا أنها احتلت المرتبة الثانية في الصادرات و بنسبة منخفضة لمساهمتها في صادرات الصناعة الخفيفة إذ تتراوح ما بين 7.03% تم حسابها لسنة 2009 و 24.57% تم حسابها لسنة 2010. و يعود ذلك لإتباع سياسة اقتصادية قائمة على تصدير نواتج الصناعة الثقيلة على حساب الصناعة الخفيفة و اذ انه من مجموع 5000 مؤسسة في الصناعة الغذائية 162 فقط منها مصدرة لمنتجاتها الى الخارج (<https://www.djazairss.com/aps/272094>)

2- مساهمة الصناعة الخفيفة في الواردات:

بعد تعرضنا إلى مدى مساهمة الصناعة الخفيفة في الصادرات نتعرض الآن إلى تطور وارداتها خلال نفس الفترة محل الدراسة و الشكل رقم 21 يوضح ذلك

شكل رقم 21: تطور الواردات الكلية و واردات الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2005-2016 (مليون دج)



المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N201, Série E : statistique économiques N 88 : Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2005 à 2015, ONS, Octobre 2016 P 22.

-Collection Statistiques N205, Série E : statistique économiques N 92: Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2011 à 2016, ONS, Novembre 2016 P 22.

يتضح من الشكل رقم 21 تطور كل من واردات الصناعة الخفيفة و الواردات الكلية للاقتصاد

الجزائري إذ نلاحظ ارتفاع مستمر وذلك وفقا لمعادلة الاتجاه العام من الشكل التالي: $Y = B_0 + B_1 X$

$$B_1 = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \text{ و } B_0 = \frac{\sum y}{n} - B_1 \frac{\sum x}{n} \quad \text{حيث أن :}$$

ومنه فإن معادلة الاتجاه العام لواردات الصناعة الخفيفة خلال الفترة 2005 – 2016 هي:

$$Y = 315947.8 + 125573.2 X$$

ومعادلة الاتجاه العام للواردات الكلية خلال الفترة 2005 – 2016 هي:

$$Y = 1326850.9 + 367751.8 X$$

فكما نلاحظ من المعادلتين فإن معامل الاتجاه B_1 لمعادلتي الاتجاه سواءا بالنسبة لواردات الصناعة الخفيفة أو الواردات الكلية للاقتصاد موجب، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على العلاقة

الطردية ما بين التقدم في السنوات من سنة لأخرى و الارتفاع المستمر في كل من الواردات الكلية و واردات الصناعة الخفيفة، اي انه قد تؤثر واردات الصناعة الخفيفة على إجمالي الواردات في الجزائر بصفة كبيرة، كما أننا سجلنا استقرارا طفيفا في الواردات الكلية سنة 2016 و على الرغم من ذلك فإن واردات الصناعة الخفيفة استمر في الارتفاع خلال هذه السنة بنفس الوتيرة السابقة و هذا ما يتطلب ضرورة الاهتمام بهذا القطاع للحد من وارداته و تشجيعه على الإنتاج لتلبية طلبات الاقتصاد الجزائري، و الحد من التبعية للخارج و النهوض به نهوضا حقيقيا لتطوير صادراته بدل الاعتماد على وارداته.

و لتوضيح العلاقة الموجودة ما بين صادرات و واردات الصناعة الخفيفة ننتقل إلى دراسة مؤشرات قياس التنافسية الخارجية للصناعة الخفيفة في الجزائر.

المطلب الثاني: مؤشرات قياس التنافسية الخارجية للصناعة الخفيفة في الجزائر:

1- رصيد التجارة الخارجية للصناعة الخفيفة:

يعتبر رصيد التجارة الخارجية من بين مؤشرات أداء التجارة الخارجية الأكثر استعمالا و الذي يعبر عن وجود الخلل أو عدمه بين الصادرات و الواردات و يمكن حسابه باستعمال العلاقة التالية:

$$\text{رصيد التجارة الخارجية} = \text{الصادرات} - \text{الواردات}$$

و الجدول رقم 14 بين ذلك بالنسبة للصناعة الخفيفة.

جدول رقم 14: تطور رصيد التجارة الخارجية للصناعة الخفيفة خلال الفترة 2005-2016 (مليون دج)

| السنوات | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|------------|------------|------------|------------|------------|
| صادرات ص خ | 40247 | 38725,7 | 54311 | 76295,3 |
| واردات ص خ | 442763,6 | 462094,9 | 571939,9 | 659349,9 |
| الرصيد | -402516,6 | -423369,2 | -517628,9 | -583054,6 |
| السنوات | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| صادرات ص خ | 48899 | 89057,4 | 125490,3 | 135428,6 |
| واردات ص خ | 707020,2 | 830546,9 | 1028875,6 | 1194922,1 |
| الرصيد | -658121,2 | -741489,5 | -903385,3 | -1059493,5 |
| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| صادرات ص خ | 139844,3 | 190425,2 | 177438,3 | 175252,5 |
| واردات ص خ | 1369767,4 | 1499781,9 | 1599695,1 | 1712447 |
| الرصيد | -1229923,1 | -1309356,7 | -1422256,8 | -1537194,5 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N201, Série E : statistique économiques N 88 : Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2005 à 2015, ONS, Octobre 2016 P22 P97.

-Collection Statistiques N205, Série E : statistique économiques N 92: Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2011 à 2016, ONS, Novembre 2016 P 22, P65

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 أن رصيد التجارة الخارجية للصناعة الخفيفة خلال الفترة محل الدراسة قد سجل قيمة سلبية خلال كل السنوات، علما أن هذه الانخفاض كان بوتيرة مستمرة إذ كان الرصيد سنة 2005 يقدر بـ (-402516.6 مليون دج) و تواصل بالزيادة إلى أن أصبح (-1537194.5 مليون دج) سنة 2016، وهذا ما يبين أن واردات الصناعة الخفيفة أكبر من صادراتها و أن الصناعة الخفيفة تعاني من تبعية إلى الخارج وذلك بصفة مستمرة و متزايدة خلال هذه الفترة. و ما يتطلب الأخذ بعين الاعتبار هذا القطاع و النهوض به خاصة و انه منتج لسلع استهلاكية بدرجة كبيرة.

2-نسبة تغطية الصادرات بالواردات:

تعبر نسبة التغطية عن إذا ما كانت قيمة الصادرات تغطي قيمة الواردات و يمكن توضيح ما إذا كان هناك فائض أو عجز في التجارة الخارجية من خلالها و تحسب نسبة التغطية من خلال العبارة التالية:

$$\text{نسبة التغطية} = (\text{الصادرات} / \text{الواردات}) \times 100$$

فإذا ما كانت هذه النسبة أكبر من 100 فهذا يعبر عن وجود فائض في التجارة الخارجية، أما إذا سجلنا نسبة تقل عن 100 فهذا يبين بأن رصيد التجارة الخارجية يسجل حالة عجز. و يمكننا توضيح كل ذلك في الصناعة الخفيفة من خلال الجدول رقم 15:

جدول 15: نسب تغطية صادرات الصناعة الخفيفة لوارداتها خلال الفترة 2005-2016 (مليون دج)

| السنوات | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| صادرات ص خ | 40247 | 38725,7 | 54311 | 76295,3 |
| واردات ص خ | 442763,6 | 462094,9 | 571939,9 | 659349,9 |
| نسبة التغطية (%) | 9,09 | 8,38 | 9,50 | 11,57 |
| السنوات | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| صادرات ص خ | 48899 | 89057,4 | 125490,3 | 135428,6 |
| واردات ص خ | 707020,2 | 830546,9 | 1028875,6 | 1194922,1 |
| نسبة التغطية (%) | 6,92 | 10,72 | 12,20 | 11,33 |
| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| صادرات ص خ | 139844,3 | 190425,2 | 177438,3 | 175252,5 |
| واردات ص خ | 1369767,4 | 1499781,9 | 1599695,1 | 1712447 |
| نسبة التغطية (%) | 10,21 | 12,70 | 11,09 | 10,23 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N201, Série E : statistique économiques N 88 : Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2005 à 2015, ONS, Octobre 2016 P22 P97.

-Collection Statistiques N205, Série E : statistique économiques N 92: Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2011 à 2016, ONS, Novembre 2016 P 22, P65

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 أن نسبة تغطية الصادرات للواردات في الصناعة الخفيفة يتراوح ما بين 6.92% و 12.70% وهذا ما يبين أن الصناعة الخفيفة قد سجلت عجزا خلال كل الفترة الممتدة ما بين سنتي 2005 و 2016. إلا أن هذه النسب في ارتفاع مستمر إذ انتقلت من 9.09% سنة 2005 إلى 12.70% سنة 2014 ورغم ذلك فهذا الارتفاع يبقى ارتفاعا طفيفا و يتطلب جهدا أكبر من طرف كل فروع هذا النوع من الصناعة للهوض بها و الوصول بها إلى التمكن من اختراق أسواق خارجية و منافسة منتجات أجنبية داخل و خارج الوطن. خاصة و أنها بدأت في الانخفاض خلال السنتين الأخيرتين إذ مرت إلى نسبة 11.09% سنة 2015 ثم إلى 10.23% سنة 2016.

3- مؤشر معدل الميزان التجاري للصناعة الخفيفة من إجمالي التجارة الخارجية:

غالبا ما يتم دمج تنافسية بلد ما مع فائض حسابه الجاري، وهذا الفائض يمكن أن يكون مستندا على طلب دولي على صادرات ذلك البلد (الغزالي، 2003، ص 21)، ويمكننا معرفة مدى تنافسية الصناعة الخفيفة و كل فرع من فروعها من خلال حساب مؤشر الميزان التجاري إلى إجمالي التجارة الخارجية وذلك باستعمال العبارة التالية:

معدل الميزان التجاري إلى إجمالي التجارة الخارجية = [(الصادرات - الواردات) / (الصادرات + الواردات)] * 100
ويمكننا حساب ذلك بالنسبة للصناعة الخفيفة ككل و لكل فرع من فروعها لمعرفة و تحليل مدى تنافسية كل نشاط داخلها و تنافسيتها بصفة عامة خلال الفترة المدروسة و الجدول رقم 16 يبين ذلك:

جدول رقم 16: تنافسية فروع الصناعة الخفيفة حسب مؤشر معدل الميزان التجاري إلى إجمالي التجارة الخارجية خلال الفترة 2005-2016 (%)

| إجمالي الصناعة الخفيفة | صناعات أخرى | صناعة الخشب و الورق | صناعة الجلود و الأحذية | صناعة النسيج | صناعة غذائية | صناعة كيميائية ، مطاط | الفروع السنوات |
|------------------------|-------------|---------------------|------------------------|--------------|--------------|-----------------------|----------------|
| -83,72 | -99,50 | -98,42 | -79,00 | -97,55 | -95,82 | -70,02 | 2005 |
| -84,54 | -95,53 | -96,45 | -62,43 | -96,00 | -94,91 | -73,07 | 2006 |
| -82,66 | -96,59 | -97,18 | -66,12 | -94,42 | -95,63 | -67,52 | 2007 |
| -79,26 | -99,07 | -97,77 | -69,99 | -97,64 | -95,37 | -62,11 | 2008 |
| -87,06 | -99,73 | -98,55 | -81,04 | -99,02 | -97,14 | -75,51 | 2009 |
| -80,63 | -99,59 | -98,35 | -74,71 | -98,89 | -85,57 | -69,62 | 2010 |
| -78,26 | -99,81 | -97,10 | -69,89 | -99,77 | -88,72 | -62,82 | 2011 |
| -79,64 | -99,25 | -98,22 | -77,13 | -99,90 | -90,69 | -64,53 | 2012 |
| -81,47 | -99,74 | -97,43 | -77,93 | -99,92 | -88,82 | -67,49 | 2013 |
| -77,47 | -99,54 | -97,71 | -81,18 | -99,87 | -92,45 | -57,98 | 2014 |
| -80,03 | -99,63 | -98,04 | -87,11 | -99,63 | -93,36 | -63,51 | 2015 |
| -81,43 | -99,86 | -97,72 | -92,05 | -99,64 | -89,78 | -68,37 | 2016 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء:

-Collection Statistiques N201, Série E : statistique économiques N 88 : Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2005 à 2015, ONS, Octobre 2016 P22 P97.

-Collection Statistiques N205, Série E : statistique économiques N 92: Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2011 à 2016, ONS, Novembre 2016 P 22, P65

يتبين من خلال الجدول رقم 16 أن الصناعة الخفيفة في الجزائر تتميز بعدم تنافسية أي فرع من فروعها حسب مؤشر معدل الميزان التجاري إلى إجمالي التجارة الخارجية، إذ يتضح بعد حسابه أن كل القيم سالبة بنسب مرتفعة، وهذا ما يبين ضعف وعدم التنافسية الخارجية لهذا القطاع خلال كل الفترة المدروسة و الممتدة من 2005 إلى 2016. فبعدما توصلنا من خلال المؤشر السابق إلى عدم تغطية الصادرات للواردات إلا بنسبة ضعيفة جدا اتضح لنا الآن عدم تنافسية ما يتم تصديره من طرف هذا القطاع، الأمر الذي يحتم على الدولة الجزائرية ضرورة وضع و تفعيل سياسة اقتصادية أكثر نجاعة تعمل على تشجيع إنتاج و تصدير منتجات الصناعة الخفيفة بكل فروعها من أجل تنويع مصادر الاقتصاد من جهة، و ترقية المؤسسات من الجانب التشغيلي والعملياتي للإنتاج والفوز بمنتجات وطنية من جهة أخرى و عدم اللجوء إلى استرادها و خروج الموارد المالية إلى الخارج جراء ذلك، و تفادي تسجيل عجز في الميزان التجاري و منه في ميزان المدفوعات.

4- مؤشر الميزة النسبية الظاهرة:

لوصول إلى مدى القدرة التنافسية التصديرية للصناعة الخفيفة، سنقوم بحساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة (Revealed Comparative Advantage Index) من خلال استخدام صيغة BALASSA والتعرف على مدى تنافسية الصناعة الخفيفة، إلا أننا اعتمدنا في ذلك و ركزنا على الصناعات الغذائية نظرا لما تقدمه من مساهمة في حجم الإنتاج و المقدرة بنسبة 77.36% سنة 2016 و بمساهمة في القيمة المضافة للصناعة الخفيفة التي لم تنخفض عن 55.89% خلال الفترة محل الدراسة (2016-2005) وسيتم حساب ذلك باستخدام العبارة التالية (الغزالي، 2003، ص 17):

$$RCA = (X_{ij} / X_i) / (X_{wj} / X_w)$$

حيث أن: X_{ij} تمثل صادرات الدولة i من السلعة j

X_i تمثل الصادرات الكلية للدولة i

X_{wj} تمثل صادرات العالم من السلعة j

X_w تمثل الصادرات الكلية للعالم

و الجدول رقم 17 يبين الميزة النسبية الظاهرة لفرع الصناعة الغذائية خلال الفترة 2016-2007

جدول رقم 17: تنافسية الصناعة الغذائية حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة

| السنوات | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| RCA | 0,023 | 0,026 | 0,025 | 0,023 | 0,032 | 0,076 |
| السنوات | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| RCA | 0,065 | 0,059 | 0,080 | 0,068 | 0,083 | 0,127 |

المصدر: من إعداد الباحثة على ضوء: الموقع الالكتروني لمؤتمر الأمم المتحدة للتنمية والتجارة

<http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx>

من خلال حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للصناعة الغذائية في الجزائر كما هو موضح في الجدول رقم 17 نلاحظ انخفاض قيمتها إذ تتراوح ما بين 0.023 تم تسجيلها سنة 2005 وقيمة 0.127 تم تسجيلها سنة 2016. وتعتبر هذه القيم منخفضة جدا رغم ارتفاعها سنة بعد سنة خلال الفترة محل الدراسة ولكنها لا تتجاوز 01، وهذا ما يدل عن عدم تمتع فرع الصناعة الغذائية الجزائرية بمزايا نسبية على مستوى التجارة الخارجية رغم مساهمتها بنسب مرتفعة في حجم إنتاج الصناعة الخفيفة واستحواذها للمرتبة الأولى في ذلك، وهذا ما يشير إلى عدم تنافسيتها واختراقها وتحصلها على ميزة تنافسية بالأسواق الخارجية الأمر الذي يستدعي ضرورة دراسة وتحليل منتجات هذا الفرع للنظر في ذلك، فقد يكون السبب متعلق بجودة المنتجات مقارنة بمثيلاتها على المستوى الدولي، أو بعدم مساهمتها لمتطلبات وأذواق المستهلك العالمي، أو لنمطيتها وخلوها للتنوع والتجديد، وقد يكمن ذلك في عدم حسن تسويقها واستعمال التقنيات التسويقية التي تساهم في التطورات الاقتصادية والاجتماعية الراهنة.

المبحث الرابع: أساليب ادارة جودة الصناعة الغذائية كفرع من فروع الصناعة الخفيفة

إن اهتمام السياسة الاقتصادية الجزائرية بتنوع المصادر المالية للاقتصاد والإقلاع عن تبعيتها للاقتصاديات المتطورة يستلزم شرخها كلية من الاعتماد على المحروقات و الصناعة الإستخراجية، وتوجيهها الى الصناعة الخفيفة لتحقيق هدفها. وبما أن الصناعة الغذائية تحقق 71.36% من القيمة المضافة للصناعة الخفيفة، إلا أن مساهمتها في الصادرات تبقى محتشمة إذ تم إحصاء سوى 162 مؤسسة من مجموع 5000 مؤسسة مصنفة ضمن الصناعة الغذائية تقوم بتصدير منتجاتها، دفعنا للتساؤل عن سبب ذلك و قادنا الى البحث عن أساليب ادارة الجودة بداخلها و لنبدأ بالرقابة الإحصائية في المطلب الأول.

المطلب الأول: الرقابة الإحصائية على جودة المنتج:

تعتمد الصناعة الغذائية أساسا على الرقابة الإحصائية لجودة منتجاتها و ذلك راجع لطبيعة نشاطها التصنيعي و الذي عادة ما ينتج عنه كميات كبيرة من المنتجات يصعب فحصها واحدة تلو الأخرى فتلجأ المؤسسة الصناعية الى سحب عينات و الاعتماد على معاينتها وفق شروط محددة لرقابة جودة الغذاء الذي قامت بإنتاجه، أو تتبع طرق إحصائية خاصة بالنشاط الانتاجي الذي تقوم به و يمكن تعريف الرقابة على الجودة بأنها "مجموعة من الخطوات المحددة مسبقا و التي تهدف الى التأكد من أن الانتاج المحقق متطابق مع المواصفات و الخصائص الأساسية الموضوعه للمنتج" (الدرادكة، 2002، ص102).

و تهدف الرقابة الإحصائية للجودة داخل مؤسسات الصناعة الغذائية الى المحافظة على درجة تطابق المنتج النهائي مع مواصفات التصميم الأصلية التي تم وضعها لهذا المنتج، التخفيض من تكاليف الرقابة على جودة الغذاء و تفادي فحص كل الوحدات المنتجة، و العمل على التقليل من شكاوي العملاء الى أدنى درجة ممكنة، و العمل على الحصول على مواد غذائية مكونة للمنتج النهائي ذات جودة من خلال القيام بكل الإجراءات الإحصائية لمراقبة سلامته قبل دخوله الى المصنع.

و كما نعلم فإن عملية الرقابة على الجودة تبدأ بتقديم مواصفات المنتج التي تم وصفها مسبقا، و عادة ما تأتي في الصناعة الغذائية على شكل كمي يمكن قياسه سواء تمثل ذلك في حجم أو وزن أو كمية المنتج المعبأ، دون أن ننسى تحديد حدود السلامة الغذائية للمنتج النهائي و لمكوناته. ثم تأتي الخطوة التالية و هي مقارنة المنتج الفعلي بالمواصفات المحددة مسبقا مع مراعاة الحدود المسموح

بها، و في الأخير يتم الحكم على مدى جودة المنتج، كل هته الخطوة للرقابة على جودة المنتج تعرف بعملية فحص المنتجات إلا أننا أمام منتجات غذائية عادة ما تنتج داخل مصانع بكميات كبيرة خاصة إذا كان المصنع ينتهج نمط إنتاج حسب السلاسل و هو نمط مطبق في أغلبية مؤسسات الصناعة الغذائية في الجزائر ولذلك يصعب إتباع هذه الطريقة في الصناعة الغذائية و ذلك لعدة أسباب منها: .
(الدرادكة، 2002، ص106)

- ارتفاع التكاليف لأن عملية الفحص لكل سلعة منتجة سيكلف المنظمة تكاليف باهظة ستؤثر على أرباحها السنوية و بالتالي على وضعها التنافسي في السوق، مثلا ليس من المعقول أن يتم فحص كل أكياس الدقيق المنتج في المصنع
- استحالة العملية: فقد تتعرض بعض المنتجات للتلف نتيجة الفحص، فمثلا مصانع صناعة علب الطماطم لا نستطيع القيام بفحص كل الوحدات المنتجة لها و ذلك لأن عملية فحصها يؤدي الى تلفها
- احتمال شعور القائمين بالفحص بعدم الاهتمام بالفحص في حالة قيامهم بفحص كل الوحدات المنتجة، فقد يشعرون بأن الخطأ في القياس ليس له أثر كبير لأنهم يتعاملون مع عدد كبير من الوحدات المنتجة.

إن استحالة و صعوبة الاعتماد على طريقة الفحص في مراقبة جودة المنتجات الغذائية يحتم على المؤسسات الصناعية اللجوء الى سحب عينات للقيام بذلك و هذا ما يسمى بالمعاينة أي القيام باختبار عينة يتم فحصها و الاعتماد على نتائجها في الحكم على جودة المنتج ككل، و يتم اختيار العينة عشوائيا وبشكل يضمن تمثيل كل المجتمع تمثيلا إحصائيا.

ومنه يمكن الاعتماد في الرقابة الإحصائية على الجودة على أسلوب المعاينة إذ يقوم هذا الأسلوب على اختيار عينة من المنتجات الغذائية المراد فحصها. و بعد فحص العينة يتم قبول أو رفض هذه العينة بناء على نتائج فحصها و ما إذا كانت ضمن الحدود الدنيا و العليا المسموح بها، ثم يتم تعميم نتيجة الفحص على كل الكمية المنتجة وفق نفس شروط إنتاج العينة المفحوصة سواء وقت الانتاج، مكونات الانتاج و مصدرها و غيرها، كما أن لعملية سحب العينات شروط يتم تحديدها من قبل كي تكون العينة معبرة عن مجتمع الانتاج الذي سحب منه.

"كما يمكن إتباع أسلوب الرقابة على العملية:و يعتمد هذا الأسلوب على فحص العينات من الانتاج التشغيلي الفعلي للعملية الإنتاجية و بالتالي يمكن الحكم على درجة انضباط العملية الإنتاجية

بناء على نتائج فحص العينة، و في العادة يشيع هنا استخدام أسلوب قياس المتغيرات من خلال القياس الفعلي لأحد مواصفات السلعة المنتجة مثل الوزن أو الطول أو السمك. ثم مقارنة نتيجة القياس بالحدود المسموح بها للحكم على جودة المنتج (الدرادكة، 2002، ص112).

يتم اعتماد الرقابة الإحصائية على الجودة كأسلوب ادارة الجودة داخل مؤسسات الصناعة الغذائية في الجزائر فإذا كانت هذه المؤسسات تتبعه لوحده ولم تفكر في استعمال أدوات جودة أخرى اعتبر أسلوبها لها في ادارة جودتها اما إذا تعدت ذلك و اتبعت غير ذلك من الأساليب أصبح مجرد طريقة بكل أدواته في يدها تستعمله الى جانب طرق أخرى و التي سنتعرض الى واحدة منها في المطلب الثاني.

المطلب الثاني: ضمان جودة المنتج

يعتبر عمل المؤسسة على ضمان جودة منتجاتها من مراحل تطور الجودة عبر الزمن الا أن المؤسسات الغذائية الجزائرية ليست كلها على نفس وتيرة التطور فمنها من لا يزال يعتمد على مراقبة جودة المنتج النهائي الذي تنتجه و منها من تعدى ذلك الى البحث عن ضمان جودة الغذاء الذي ينتجه أثناء القيام بالعملية الإنتاجية.

يعبر ضمان الجودة في الصناعة الغذائية كذلك عن جميع الأنشطة المخططة و التي تبعث الثقة في أن منتجاتها قد أوفت بمتطلبات الجودة. كما يعد "من المفاهيم المعاصرة التي ظهرت من أجل الرقابة على جودة السلع والخدمات، اذ يؤكد على تطابق المنتجات مع التصميم أو المواصفات التي تم إقرارها. وأيضا يركز على الجوانب التي تؤكد من أن السلعة المنتجة أو الخدمة التي يتم تقويمها هي صالحة للاستعمال و أن عملية الإنتاج تقع ضمن حدود الرقابة و الحدود المسموح بها و أن الإجراءات و التعليمات و السياسات الخاصة بانجاز الاعمال بشكل سليم و في كافة المراحل". (العجيلي، 2009، ص 243)

و قد عرف ضمان الجودة حسب المواصفة القياسية ISO 8402 إصدار 1986 على انه كل الأفعال المخططة و النظامية الضرورية لإعطاء الثقة بأن المنتجات قد حققت الرضا لحاجات معينة و هذه الفعاليات تقوم بمسح مستمر لمدى مناسبة و فعالية برنامج ضبط الجودة

و يمكن الوصول الى ضمان الجودة من خلال إتباع إجراءات و خطوات لذلك و هي: (العجيلي، 2009، ص 249)

- كتابة سياسات و إجراءات ما تقوم به المنظمة من اعمال،

- تنفيذ الاعمال حسب الاجراءات التي قامت بكتابتها،
- توثيق الاجراءات
- مراجعة وتدقيق الاجراءات و تقييمها،
- وأخيرا تحسين الاجراءات

ويمكننا توضيح أكثر هذا الأسلوب من خلال التطرق الى أسلوب تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة HACCP

1- طريقة تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة (الهاسب) (HACCP)

لقد أدى الارتفاع في مستوى معيشة الفرد عن ما كان عليه و ظهور عدة مؤسسات منتجة للسلع الغذائية متنوعة خلق حاجات جديدة عند الافراد و أدى الى ارتفاع الطلب، فتغير طبيعة و نمط إنتاج الأغذية من إنتاج تقليدي و منزلي على يد ربان البيت التي تطمح دائما للحفاظ على سلامة و جودة الأغذية التي تحضرها الى إنتاج صناعي آلي ينتج بكميات كبيرة يصعب الحفاظ على سلامتها و التحكم في جودتها الا من خلال إتباع أساليب تساعد على ذلك خاصة و أن إنتاج الاغذية الصناعية يعتمد على مواد غذائية طبيعية حساسة و سريعة التلف.

إن طبيعة الصناعة الغذائية تحتم على القيام بها بعناية تامة خاصة و أنها متعلقة بصفة مباشرة بصحة الإنسان فطبيعة المواد الداخلة فيها قد ينتج عنها مخاطر صحية كالأخطار البيولوجية الناتجة عن البكتيريا و الفيروسات مثلا و الأخطار الكيميائية الناتجة عن المواد المضافة للأغذية كالملونات و المواد الحافظة مثلا لذا فمن اللازم إتباع الاجراءات و الخطوات اللازمة للضمان الحفاظ على جودتها و سلامتها، و هذا ما يعكسه أسلوب طريقة تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة (الهاسب) (HACCP) الموضوع خصيصا للمؤسسات الصناعة المنتجة للغذاء.

فلا HACCP يمثل الأحرف الاولى للجملة الآتية: Hazard Analysis and Critical Control Point اي تحليل الأخطار و السيطرة على النقاط الحرجة وهي مواصفة عالمية خاصة بمصانع الاغذية فقط والهدف من تطبيقها ضمان سلامة المنتجات الغذائية المصنعة من أي خطر كان.(العجيلي، 2009، ص 426)

ويعتمد إنشاء و تطبيق أسلوب طريقة تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة (الهاسب) (HACCP) على 07 مبادئ واردة في المواصفة وهي: (العجيلي، 2009، ص432)

- تحليل الأخطار:

يتصف كل منتج غذائي بمجموعة من الخواص الكيميائية و الفيزيائية و البيولوجية التي يجب المحافظة عليها و ضبطها ضمن حدود معينة حتى يكون المنتج قابلا للاستخدام، و التحليل الجيد للأخطار يجب أن يحقق ثلاث غايات هي:

- ✓ تحديد الأخطار و أساليب الضبط و المقاييس المرتبطة بها،
- ✓ تحديد التغييرات اللازم إجراؤها على المنتج و العمليات لتحقيق شروط الأمان
- ✓ توفير قاعدة مرجعية يتم على أساسها تحديد النقاط الحرجة

- تحديد النقاط الحرجة:

فالنقطة الحرجة هي مرحلة محددة يمكن أن يطبق عندها نوع من الضبط الضروري لإزالة الأخطار أو تخفيضها للحدود المسموح بها و هذه المرحلة تعتمد على المرحلة السابقة حيث أن النقطة الحرجة تعتمد على مدى تعرض المنتج لأحد هذه الأخطار

- تعيين الحدود الحرجة:

فالحده الحرج هو الحد الأعلى و الحد الأدنى الذي يجب أن لا تتجاوز قيمة أحد المعايير البيولوجية أو الكيميائية في نقطة حرجة، و ذلك لتجنب وقوع الخطر و التقليل من احتمال وقوعه في هذه النقطة ويشكل الحد الحرج الفاصل بين العملية الآمنة و العملية الغير آمنة

- إنشاء نظام المراقبة و الضبط لكل نقطة حرجة:

فالمراقبة هي مجموعة من الملاحظات و القياسات المخططة و المتابعة الهادفة الى تقويم فيما إذا كانت النقطة الحرجة المعنية تحت الضبط

- اتخاذ الأفعال التصحيحية:

يزود هذا المبدأ الأسلوب بخطوات موثوقة تتخذ للأفعال التصحيحية التي يجب أن تتخذ عند وجود انحرافات عن الحدود الحرجة

- وضع إجراءات التحقيق:

و هو مجموعة من الأنشطة المختلفة عن الأنشطة المراقبة التي يتم فيها تحديد صحة خطة النظام الموضوع و إمكانات تطبيقها و التأكد من تنفيذ الخطة

• التوثيق:

إن التوثيق في نظام HACCP كما في غيره من نظم ضمان الجودة أهمية خاصة ، إذ أن الوثائق التي تم إنشاؤها تدل على معالجة جميع النقاط الواردة في المواصفة و على آلية العمل لتحقيق المتطلبات المحددة.

وكما سبق ذكره فكما توجد مؤسسات تعتمد في إدارة جودتها على كل من الرقابة الإحصائية للجودة و ضمان الجودة داخل المؤسسة سواء كان ذلك لإحدهما أو كلاهما معا، فهناك من المؤسسات من يطمح الى إدارة جودة شاملة داخل المؤسسة و يعمل على الحصول على شهادات جودة لتوثيق ذلك ولتوضيح ذلك نتطرق الى أسلوب إدارة الجودة الشاملة في المطلب الموالي.

المطلب الثالث: إدارة الجودة الشاملة:

1- مفهوم إدارة الجودة الشاملة:

وهي فلسفة إدارية تأخذ شكل نهج أو نظام إداري شامل، قائم على أساس إحداث تغييرات ايجابية جذرية لكل شيء داخل المؤسسة، بحيث تشمل الفكر، و السلوك، و القيم، و المعتقدات التنظيمية، و المفاهيم الإدارية، و نمط القيادة الإدارية، و نظم إجراءات العمل و الأداء، و ذلك من أجل تحسين و تطوير مكونات المؤسسة جميعها، للوصول الى أعلى جودة في مخرجاتها بأقل تكلفة، بهدف تحقيق أعلى درجة من الرضا لدى الزبائن عن طريق إشباع حاجاتهم، و رغباتهم، وفق ما يتوقعونه. (التميمي، 2008، ص22).

كما أنها أسلوب يعمل على تحسين المنتج و تخفيض تكلفة إنتاجه داخل كل وظائف المؤسسة وفقا لاستراتيجيات و مواصفات محددة مسبقا و بإتباع إجراءات تم وضعها بصفة خاصة لكل مؤسسة حسب نشاطها.

2- مبادئ إدارة الجودة الشاملة:

و منه فان تطبيق إدارة الجودة الشاملة يبدأ بوضع المواصفات و المعايير الخاصة بالمنتج ثم التأكد من إمكانية تطبيق هذه المعايير داخل المؤسسة عند انتهاء بعض الإجراءات و توفير ما يلزم لتحقيق ذلك، و ذلك بإتباع أساليب إدارية علمية و بالاعتماد على فرق عمل للتوصل لإنتاج منتج يلاقي رضا و قبول الزبون، و عليه فإن إدارة الجودة الشاملة قائمة على مجموعة من المبادئ ندرجها

فيما يلي: (التمييزي، 2008، ص32)

• ثقافة المؤسسة:

إن نجاح ادارة الجودة الشاملة يعتمد على خلق ثقافة تنظيمية بحيث تنسجم القيم و الاتجاهات السائدة في المؤسسة مع بيئة ادارة الجودة الشاملة و تدعيم استمرار في العمل وفقا لخصائصها و خلق علاقات عمل بناءة بين أفرادها.

• المشاركة و التمكين:

إن مشاركة جميع العاملين في المؤسسة في تحسين منتجاتها من خلال فرق العمل، و حلقات الجودة التي يتم تكوينها لتحديد معوقات الأداء المتميز، و العمل على إيجاد حلول المناسبة لذلك و اتخاذ القرارات المناسبة اتجاهها مبدأ أساسي من مبادئ ادارة الجودة الشاملة

• التدريب:

لتمكين العمال من تطبيق مفاهيم ادارة الجودة الشاملة و استخدام أدوات الجودة بفعالية لابد من التدريب المكثف لجميع العمال لإكسابهم المهارات و المعارف اللازمة لتحقيق هذا الغرض

• التزام الإدارة العليا بالجودة:

لكي يتحقق النجاح المنشود لإدارة الجودة الشاملة لابد من الإدارة أن تلتزم بها و لضمان ذلك وإقناع الآخرين به لابد أن يبدأ التطبيق في قمة الهرم التنظيمي

• التركيز على الزبون:

على المؤسسة أن تسعى باستمرار الى تحقيق رضا العملاء الداخليين سواء كانوا موظفين، إدارات أو عملاء خارجيين و هم المستفيدون من المنتجات

• التحسين المستمر:

ادارة الجودة الشاملة هي مجموع الجهود للتحسين و التطوير المستمر دون توقف فيجب تقويم الجودة و العمل على تحسينها بشكل مستمر، وفق معلومات يتم جمعها و تحليلها بشكل دوري،

• التخطيط الاستراتيجي للجودة:

إن تطبيق الجودة الشاملة يبدأ بوضع رؤية مستقبلية محددة، وأهداف بعيدة المدى تسعى المؤسسة لتحقيقها ولا يمكن تحقيق ذلك دون وجود خطة إستراتيجية

• تحفيز العمال:

لابد من تحفيز العمال وتشجيعهم على المساهمة لتحسين الجودة من خلال تمكينهم من إجراء التغييرات المناسبة، واتخاذ القرارات اللازمة وإعطائهم الفرصة للإبداع والابتكار.

3-العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة و نظام الإيزو ISO 9001

يسهم نظام الإيزو في تحسين المستويات الإدارية في المؤسسات في كلفة النواحي التي تتعلق بالإنتاج، سواء في التخطيط، أم الانتاج، أم التسويق، أم ضبط الجودة، أم التدريب وغير ذلك، و بالتالي منح الثقة للعميل و ادارة المؤسسة على حد سواء يقدره نظام الانتاج داخل المؤسسة على إنتاج مستوى محدد وثابت من الجودة باستمرار، وذلك من خلال تطبيق متطلبات نظام الجودة.

و يعد الإيزو 9000 هيكلًا أساسيًا للمؤسسة التي تهدف إلى الوصول لإدارة الجودة الشاملة ولا تحتوي مواصفات الإيزو على الطرق التي يمكن بواسطتها حل المشاكل التي تواجهها المؤسسات، و بالتالي فإن الإيزو يزود المؤسسة بمجموعة من التعليمات التي تؤكد على الأشياء بطريقة صحيحة. و ادارة الجودة الشاملة من الناحية الأخرى تركز على عمل الأشياء بشكل صحيح و عمل الجودة الشاملة من الناحية الأخرى تركز على عمل الأشياء بشكل صحيح و عمل الأشياء الصحيحة. كما أن الإيزو 9000 قد لا يعطي الإجابات الكاملة عن كل شيء يخص المؤسسة، و لكن يعد الخطوة الأولى الصحيحة نحو طريق ادارة الامتياز. كما انه يشكل البنية الهيكلية الأساسية الجيدة التي تبنى عليها ادارة الجودة (مجيد، 2007، ص، 154).

تتطلب ادارة الجودة الشاملة مساهمة كلية لكل الأفراد داخل المؤسسة فهي تشمل كل وظائف المؤسسة بكل محتوياتها من أفراد و برامج و معدات و حتى طرق التسيير فهي تهدف إلى الاستماع الزبون والتركيز على احتياجاته، العمل على تحقيق الجودة في كل الوظائف و ليس للمنتج فقط، تطوير مقاييس الأداء و ضمان الاتصال الفعال، التأقلم أكثر مع المنافسة و تطوير استراتيجيات بخصوصها، و البحث عن التحسين المستمر للجودة داخل المؤسسة.

4- أسلوب سلامة الغذاء إيزو 22000 (ISO 22000):

إن مجموعة المواصفات الدولية ISO 22000 والصادرة عن المنظمة الدولية لتوحيد القياسي ISO في عام 2005 هي نتيجة لسلسلة من التطورات وتراكم الخبرة جراء تطبيق توصيات لجنة الكودكس المنتاريوس Codex Alimentarius Commission* الصادرة عام 1993 والتي عرفت باسم Hazard Analysis & Critical Control Point (HACCP) أي " تحليل المخاطر والتحكم في النقاط الحرجة"، ويجب إتباع الخطوات الموائية لتطبيق أسلوب السلامة الغذائية (ISO 22000):

<https://www.gso.org.sa/ar/knowledge/gulf-encyclopedia/iso-22000-foundations-and-principles-of-food-safety-management-system>

1. تطبق هذه المواصفة منفردة على المؤسسة أو بتداخل وتكامل مع أيا أو كل من المواصفتين ISO 9001 و ISO 14001 كما تصلح لعملية الحصول على شهادة أو الإعلان الذاتي للمؤسسة عن مطابقتها

2. تقوم الإدارة العليا للمنظمة بتعيين ممثل للإدارة وفريق عمل خاص بنظام إدارة سلامة الغذاء ووضع خطة تنفيذية.

3. يتم عمل دراسة عن قوانين سلامة الغذاء في الدولة التي تنطبق على المؤسسة وعلى منتجاتها وعلى أنشطتها وعلى عملياتها.

4. يتم وضع برنامج المتطلبات الأساسية العامة مثل: (التدريب-التعقيم-الصيانة-التتبع-مراجعة الموردين-ضبط المنتجات الغير مطابقة-إجراءات الاستدعاء..الخ) ووضع كافة ما يلزم لتحقيقه وضبطه في المؤسسة.

5. يتم عمل تحليل مخاطر وتحديد للنقاط الحرجة وأسلوب ضبطها في المنظمة في مسار إنتاج الغذاء بها (HACCP) Hazard Analysis & Critical Control Points

6. تقوم الإدارة العليا للمنظمة بالمشاركة مع الفريق بوضع خطة تنفيذية للخطوات والأعمال اللازم اتخاذها لتغطية البرنامج المحدد في الخطوة 4 والعمليات التي تم تحديدها في 5. مع توفير الموارد اللازمة لذلك

7. يتم على التوازي في المنظمة تبني وتنفيذ برنامج تدريبي و توعوي لكل العاملين في المؤسسة بمتطلبات نظام إدارة سلامة الغذاء المستهدف لإعداد المؤسسة للتغيير المطلوب.

8. يتم من خلال المسؤولين والخبراء تنفيذ الخطة التنفيذية الموضوعية في الخطوة 2 وعلى الإدارة العليا للمنظمة أن تقوم بتوفير الموارد اللازمة للتنفيذ.

9. بعد تنفيذ النظام الجديد والمفترض مطابقته لنظام إدارة سلامة الغذاء ولمدة معقولة والتأكد من استقرار النظام الجديد تقوم الإدارة العليا للمؤسسة بتكليف مختصين ذوي خبرة مناسبة سواء

من داخل المؤسسة أو من خارجها بإجراء تدقيق شامل على تنفيذ النظام الجديد، وعادة يتم هذا التدقيق بصورة منهجية وطبقا لخطة موضوعة سلفا.

* اللجنة الدولية لدستور مواصفات الأغذية Codex Alimentarius Comission و مقرها بروما أنشئت سنة 1962 وتهتم بإصدار مواصفات تحدد الحدود القصوى للمبيدات وغيرها

10. إذا كانت نتائج التدقيق لا تطابق متطلبات نظام إدارة سلامة الغذاء المستهدف ، ويتم اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة من طرف ادارة المؤسسة

11. تقوم المؤسسة بتنفيذ العمليات الواردة في البنود 9 و 10 بصورة منتظمة للحفاظ على مستوى أداء مرضي وطبقا لمتطلبات نظام إدارة سلامة الغذاء.

12. قيام الإدارة العليا بعمل متابعات ومراجعات دورية مخططة للمؤسسة وتنفيذها للنظام الموضوع وحل مشاكل التنفيذ إلى أن تطمئن الإدارة العليا على مطابقة المنظمة لنظام الإدارة ومتطلباته الوارد في المواصفة ISO 2200

13. تقوم المؤسسة باختيار والتعاقد مع جهة إصدار شهادات معترف بها والتي تقوم بالتنسيق مع ممثل الإدارة للمؤسسة بترتيب توقيتات التدقيق عليها،

14. تقوم جهة إصدار الشهادة بالتدقيق على المؤسسة وفي حالة كانت التدقيق إيجابية يتم منح المؤسسة شهادة ISO 22000 خاضعة لتدقيق دوري من الجهة المانحة لها للتأكد من استمرارية مطابقة المؤسسة مع متطلبات المواصفة الدولية.

خلاصة

إن تطرقنا في هذا الفصل الى الصناعة الخفيفة في الجزائر من مختلف جوانبها جعلنا نقف أمام مجموعة من النتائج، تكمن أولها في ضرورة الاعتماد على تطوير و إنعاش هذا القطاع للحد من التبعية الاقتصادية للخارج خاصة و أنها لا تتطلب موارد ضخمة كما هو الحال بالنسبة للصناعة الثقيلة، فتطورها يؤدي حتما الى زيادة الطلب على منتجات الصناعة الثقيلة، و منه مساعدة هذه الأخيرة على التطور و النمو محليا بدلا من تصدير الموارد الاقتصادية مرتفعة القيمة، و جعلها رهينة قواعد السوق العالمية.

إن اتجاه السياسات التنموية الجزائرية نحو القطاع الصناعي، و الصناعة الخفيفة خاصة في السنوات الأخيرة اعتبر الصناعة الغذائية من أهم الفروع الواجب النهوض بها خاصة فيما يخص المخطط الخماسي الأخير (2014-2019)، فقد احتل هذا الفرع نتيجة لذلك المرتبة الأولى وبأكبر حصة مساهمة في إنتاج الصناعة الخفيفة بنسبة 77.83% خلال سنة 2016 و ترك سوى نسبة 22.17% يتم تقاسمها بين باقي الفروع الخمسة الأخرى.

إلا أن عدم تمتع فرع الصناعة الغذائية الجزائرية بتنافسية مرتفعة على مستوى الأسواق الخارجية، رغم مساهمتها بنسب مرتفعة في حجم إنتاج الصناعة الخفيفة واستحواذها للمرتبة الأولى في ذلك، استدعي ضرورة دراسة و الاهتمام بإدارة الجودة فيها. فقد يكون ذلك هو السبب في ضعف تنافسيتها رغم مختلف السياسات التي تدعو لتشجيع التصدير و لكبح استيراد المنتجات الاستهلاكية، وللنظر في ذلك نتطرق في الفصل الموالي الى دراسة تطبيقية حول فرع صناعة المشروبات غير الكحولية ونحاول أن نجد العلاقة بين أساليب ادارة الجودة و مدى تأهيل مؤسسات إنتاج المشروبات غير الكحولية للتنافس في الخارج كون هذا المنتج من المنتجات الاستهلاكية بامتياز.

الفصل الرابع:

صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر أساليب ادارة
جودتها، تأهيلها و أدائها التنافسي

✓ المبحث الأول: الإجراءات المنهجية المتبعة خلال الدراسة

✓ المبحث الثاني : وصف إجابات عينة الدراسة

✓ المبحث الثالث: وصف إجابات عينة الدراسة حول محاور وأبعاد

الدراسة

تمهيد

بعد تطرقنا إلى كل من أساليب ادارة الجودة و التأهيل و الأداء التنافسي في الفصول السابقة بمفاهيمها الأساسية، مدى دورها في القطاع الصناعي عامة و في الصناعة الخفيفة خاصة، و نظرا لما تختص به الدراسة الميدانية من أهمية و ما يمكن لها أن تكشف عن خبايا المتغيرات المدروسة و مدى الدور أو التأثير الممكن أن تحققه على الفرع أو النشاط محل الدراسة، سقط اختيارنا على فرع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر و مدى تأثير أساليب ادارة الجودة المطبقة بها على مدى تأهيلها و دفعها لمواجهة المنافسة المفروضة عليها، و لأجل ذلك قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى أربع مباحث نتطرق في المبحث الأول إلى التعريف بفرع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر عارضين نظرة عامة عن مدى نموه و تطوره إضافة للإجراءات المنهجية المتعلقة بالعمل الميداني الذي قمنا به، أما في المبحث الثاني فنتطرق إلى وصف إجابات عينة الدراسة التي تتكون من مجموعة من مؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية بكل أنواعها في الجزائر، و وصفنا في المبحث الثالث إجابات عينة الدراسة حول محاور و أبعاد الدراسة، أما المبحث الأخير فقد خصص لتحليل النتائج و اختبار و مناقشة فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية المتبعة خلال الدراسة

يعتبر فرع صناعة المشروبات غير الكحولية من فروع الصناعة الغذائية التي تعنى بصناعة مختلف المنتجات الاستهلاكية السائلة جاهزة الاستعمال كصناعة المشروبات الغازية، المياه المعدنية، ومختلف العصائر المحلاة، ولفترة طويلة رافقت المشروبات و مازالت ترافق الحياة اليومية للمستهلك، إذ أصبحت في اغلب العائلات الجزائرية من أهم المنتجات التي يتم التوافد عليها يوميا و التي لا تغيب عن مائدة الطعام، فاستحال التخلي عنها و عوضت الفواكه نظرا لغلائها و رافقت باقي الأغذية إن لم نقل أصبحت جزءا من الوجبات اليومية للمستهلك. و باشتداد الطلب على هذا النوع من المنتجات و تواجد موجة من أنواع و أشكال له و التي لا تخلو عن جذب المستهلك نحوها إذا ما دخل إلى محلات التسوق، جعلنا نتساءل حول منتجي هذا النوع من المواد الاستهلاكية و مدى جودة القيام بذلك، و كيف لكل هذه الأنواع بكل إشكالها، ألوانها و أنواعها و مصادرها (محلية، أجنبية)، و التي تحتل فضاء كبيرا على رفوف محلات البيع عادة ما تفوق الفضاءات المخصصة لباقي الأغذية الأساسية كالدقيق مثلا أن تتعايش فيما بينها و أن تكون لها نفس حظوظ الظهور في أحسن حلة لها أمام المستهلك الجزائري و بصفة دائمة و تؤهلها للفوز بمكان بين باقي المنتجات في قفته، هذا ما جعلنا نقوم بالمزج بين الفكرتين لتتساءل حول ما إذا كان لأساليب ادارة الجودة اثر على تأهيل هذه المنتجات للتنافس في سوق المشروبات غير الكحولية في الجزائر.

المطلب الأول: مجتمع الدراسة (فرع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر)

1-التعريف بفرع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر:

تصنف صناعة المشروبات غير الكحولية حسب الديوان الوطني للإحصائيات و ترميز مدونة قطاعات النشاط ضمن قسم A للصناعة التحويلية، فرع الصناعة الغذائية تحت رقم 11 و بالمجموعة 110. و يقوم هذا الفرع بإنتاج عدة أنواع من المنتجات منها:

- المشروبات الغازية كالمشروبات الغازية الليمونية، مشروبات الكولا و مشروبات الفواكه المشبعة بالكربون)
- العصائر كعصير الفواكه، العصير المركز و رحيق الفواكه
- المشروبات المسطحة كالمشروبات المنكهة، مشروبات الطاقة، الشراب (كشراب الرمان)، و العصير الممزوج بالحليب

● المياه الصالحة للشرب (مياه معدنية معبئة، مياه المنابع المعبئة)

وتستحوذ صناعة المشروبات على نسبة 07% من حجم إنتاج الصناعة الغذائية كما أنها تحقق نسبة نمو في حجم الإنتاج تقدر بحوالي 14% خلال الفترة الممتدة ما بين 2005-2010، وبنسبة 15% و 13% في الاستهلاكات الوسيطة و القيمة المضافة لنفس الفترة على الترتيب، ورغم قلة مساهمتها في الصناعات الغذائية إلا أن نموها يمثل ضعف الصناعة الغذائية خلال الفترة المشار إليها إذ قدرت نسبة نمو الصناعة الغذائية 7.1% (Kaci,2012,P24).

لقد أقرت الدراسة التي قامت بها EDPME سنة 2005 حول فرع صناعة المشروبات في الجزائر بتسجيل ما يقدر بـ 1400 مؤسسة مسجلة بالمركز الوطني للسجل التجاري إلا أن سوى 430 مؤسسة تزاوّل نشاطها بصفة عادية آنذاك (EDPME,2015, P10)، في حين أن الدراسة التي تمت في إطار دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة سنة 2012 تشير إلى أن عدد المؤسسات المنتجة للمشروبات انخفض ويقدر بـ 748 مؤسسة مسجلة بالمركز الوطني للسجل التجاري من بينها 695 مؤسسة منتجة للمشروبات غير الكحولية. (Kaci,2012,P30).

و عليه فإن مجتمع دراستنا متعلق بصناعة المشروبات غير الكحولية و نظرا لصعوبة توفر المعلومات اللازمة عن إحصاءات هذا الفرع حتم علينا الاعتماد على الدراسة التي تمت في إطار دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و بالاشتراك مع جمعية المنتجين الجزائريين للمشروبات سنة 2012 و المقدر بـ 695 مؤسسة منتجة للمشروبات غير الكحولية.

2- بعض القوانين و التشريعات الخاصة بجودة المنتجات بفرع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر:

تخضع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر إلى مجموعة من القوانين و التشريعات التي تعمل على ضمان جودة المنتجات و حماية المستهلك خاصة و أنها منتجات تتصل اتصالا وثيقا بصحة الإنسان، و يمكن تصنيفها إلى ثلاث أنواع:
(انظر الى الموقع: <https://apab-algerie.org/veille-etudes/veille-normative>)

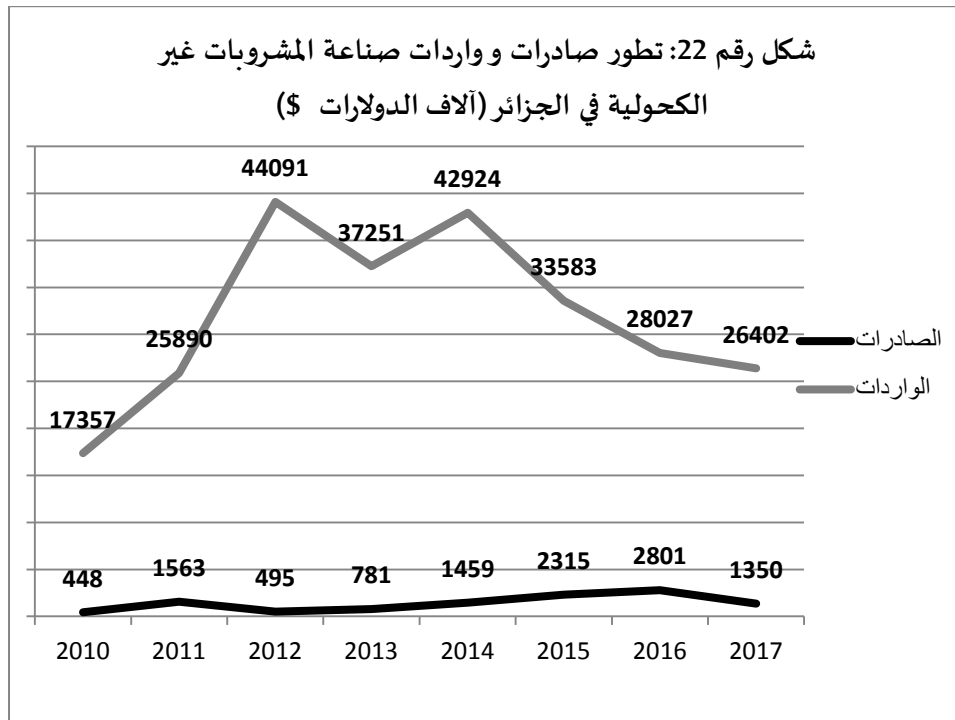
- قوانين و تشريعات وطنية من بينها قوانين خاصة بالمواد الأولية المستعملة في صناعة المشروبات، و قوانين خاصة بالمواد المضافة للمنتجات الغذائية.
- قوانين و تشريعات أوروبية: و تتمثل في التوصيات الخاصة بمعيار نقاء المواد المحلية و الملونات

والنكهات المستعملة في الإنتاج الغذائي

• توصيات الكودكس أليمناريوس Codex Alimentarius: و هو برنامج مشترك ما بين منظمة التغذية والزراعة للأمم المتحدة (FAO) و المنظمة العالمية للصحة (OMS)، لوضع مجموعة من المواصفات والتوصيات و التعليمات الخاصة بإنتاج و تحويل المواد الغذائية من اجل ضمان نظافة و سلامة و حماية المستهلك و التي تعتمد عليها الجزائر كمرجع لتحديد و وضع المواصفات و المعايير الخاصة بالمنتجات الغذائية المنتجة محليا.

3-التنافسية الخارجية لفرع صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر

لتوضيح مدى تنافسية صناعة المشروبات غير الكحولية بالجزائر وحب التعرف عن اتجاه التجارة الخارجية للفرع محل الدراسة و الشكل رقم 22 التالي يوضح تطور كل من صادرات و واردات صناعة المشروبات خلال الفترة الممتدة ما بين 2010 و 2017:



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية، الموقع الإلكتروني: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>

يوضح الشكل رقم 22 أعلاه تطور حجم صادرات و واردات صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر، إذ نجد أن صادراتها اقل من وارداتها بقيمة كبيرة، كما يبين أن هذه الأخيرة تراوحت ما بين

17357 ألف دولار أمريكي و 44091 دولار أمريكي خلال الفترة ما بين 2010 و 2017 كما تميزت بالتذبذب ثم التناقص في وارداتها ابتداء من سنة 2013 إذ وصل إلى ما قيمته 26402 ألف دولار سنة 2017 و ذلك راجع إلى سياسة التقشف التي انتهجتها الدولة و تطبيقها بعد انخفاض أسعار المحروقات في السنوات الأخيرة والحد من الواردات الاستهلاكية بصفة تدريجية.

و لمعرفة مدى تنافسية صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر نتطرق إلى مختلف المؤشرات ذات العلاقة بذلك في الجدول رقم 18 الموالي:

جدول رقم 18: تنافسية صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر

| السنوات | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| رصيد التجارة الخارجية | -16909 | -24327 | -43596 | -36470 | -41465 | -31268 | -25226 | -25052 |
| نسبة تغطية الصادرات للواردات | 2,58 | 6,04 | 1,12 | 2,10 | 3,40 | 6,89 | 9,99 | 5,11 |
| معدل مؤشر الميزان التجاري | -94,97 | -88,61 | -97,78 | -95,89 | -93,43 | -87,10 | -81,83 | -90,27 |
| RCA | 0,0087 | 0,0223 | 0,0074 | 0,0131 | 0,0283 | 0,0717 | 0,0961 | 0,0413 |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية، الموقع الإلكتروني: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>

بعد حسابنا لكل من رصيد التجارة الخارجية و نسبة تغطية صادرات المشروبات غير الكحولية لواردها بالجزائر، و كذا معدل مؤشر الميزان التجاري لهته المنتجات، و أخيرا الميزة النسبية الظاهرة لصناعة المشروبات الجزائرية و جمع كل النتائج في الجدول رقم 18 أعلاه توصلنا إلى جملة من النتائج توجي بمايلي:

- واردات صناعة المشروبات غير الكحولية أكبر من صادراتها فهي تعاني من تبعية إلى الخارج و ذلك بصفة مستمرة إلا أنها في انخفاض نتيجة للحد من الاستيراد في السنوات الأخيرة و رصيد التجارة الخارجية السالب يوضح ذلك
- عدم تغطية صادرات صناعة المشروبات لواردها إلا بنسبة ضعيفة جدا تقل عن 10 % خلال كل الفترة إلا أنها ارتفعت قليل ابتداء من سنة 2015 حيث تجاوزت 05 % بعدما كانت مغطاة سوى بـ

2% و3% وهذا ما تبينه نسبة تغطية الصادرات للواردات في هذا الفرع.

- سجلت صناعة المشروبات عجزا في التجارة الخارجية وبنسبة سالبة و مرتفعة تراوحت ما بين (-81.83%) و(-97.78%) كما هو موضح في معدل الميزان التجاري للمشروبات غير الكحولية
- عدم تمتع فرع الصناعة المشروبات غير الكحولية الجزائرية بمزايا نسبية على مستوى التجارة الخارجية، ما يشير إلى عدم تنافسيتها و و عدم اختراقها لأسواق جديدة وعدم تحصلها على ميزة تنافسية بالأسواق الخارجية كما يشير إليه مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لصناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر.

و منه يمكننا أن نخلص إلى أن صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر تتميز بضعف تنافسيتها في الخارج فقد يكون السبب متعلق بجودة المنتج، أو بسوء تسيير العملية الإنتاجية أو تميز المنتجات المنافسة بميزات لا تمتلكها المنتجات الجزائرية بعدم مسايرتها لمتطلبات و أذواق المستهلك العالمي و غيرها و هذا ما جعلنا نتساءل كذلك عن أساليب ادارة الجودة فيها و مدى تأثير ذلك على تأهيلها للتنافس داخل و خارج الوطن. و من اجل ذلك قمنا باختيار عينة من المؤسسات المنتمة لهذا القطاع لإجراء بعض الدراسات الميدانية و التحليلية فيما يخص ذلك.

المطلب الثاني: عينة الدراسة

يعتبر اختيار الباحث للعينة من أهم الخطوات التي يقوم بها الباحث تحديد مشكلة الدراسة و هو يفكر فيها و يبحث عن كيفية اختيارها، إذ وجب عليها أن تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث و تغني الباحث عن دراسة المجتمع ككل، فالهدف منها هو الحصول على معلومات عن المجتمع فقد يكون كبيرا جدا يصعب دراسته ككل، أو تكون عملية المسح الكلي مكلفة جدا أو يتصف المجتمع بعدم محدوديته فيستحيل على الباحث الوصول إلى كافة عناصره، خاصة و إن عامل الوقت يلعب دورا عكسيا كلما تقدمنا في المدة المخصصة للبحث. و لأجل ذلك تم الاعتماد على معادلة ريتشارد جيجر لتحديد حجم العينة كالاتي:

$$n = \frac{\left(\frac{z}{d}\right)^2 \times (0.50)^2}{1 + \frac{1}{N} \left[\left(\frac{z}{d}\right)^2 \times (0.50)^2 - 1\right]}$$

حيث أن: N: حجم العينة

Z: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 و تساوي 1.96

d: نسبة الخطأ

و بالاعتماد على ذلك بلغ حجم العينة 248 مؤسسة موزعة إلا أن عدد العينة المسترجعة بلغ 106 تم استبعاد 06 منها نظرا لعدم الإجابة بوضوح عن كل الأسئلة. فأصبح عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل هو 100 تم جمعها من 69 مؤسسة.

المطلب الثالث: تصميم الأداة المستعملة في الدراسة وتوزيعها:

تم الاعتماد على الاستبانة نظرا لنقص المعلومات الدقيقة حول صناعة المشروبات غير الكحولية في الجزائر وعدم فصلها عن فرع صناعة المشروبات بصفة عامة، إضافة إلى قلة المراجع التي تتناول أساليب ادارة الجودة بفرع محل الدراسة، وقد مر تصميم الاستبانة وتوزيعها بعدة خطوات جاءت كمايلي:

- الاطلاع على الجانب النظري و المراجع العلمية و الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات البحث وبقطاع و فرع النشاط قيد الدراسة،

- المشاركة في دورة تدريبية في استعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الـ SPSS للتمكن من وضع الاستبيان بما يناسب البرنامج لتمكن من استعماله

- وضع الصياغة الأولى الاستبانة و مراجعتها مع أساتذة جامعيين متخصصين

- توزيع الاستبيان على المحكمين الاكاديميين و المهنيين (انظر الملحق رقم 01)

- الالتقاء بالمحكمين و القيام بجلسات عمل حول الاستبيان

- تعديل الاستبيان و إعطائه صورته النهائية (انظر الملحق رقم 02)

- برمجة الاستبيان الكترونيا و يمكن الاطلاع عليه من خلال الموقع الآتي:

<https://goo.gl/forms/ldX5edt9yUCtuz1B2>

- توزيع الاستبانة الكترونيا مع الاتصال الهاتفي بمسؤولي المؤسسات

- التنقل إلى مقر المؤسسات و تقديم استمارات الاستبيان يد بيد، كما تمت الاستعانة بوسائط

للمساعدة على ملأ الاستبيانات من خلال الاتصال بمدير الصناعة لولاية برج بوعريريج الذي ربط خط التواصل مع مدير عنقود صناعة المشروبات بولاية بجاية والذي ساعدنا بدوره في الاتصال ببعض المنتجين، كما لا ننسى مساعدة بعض الزملاء و أفراد العائلة في التنقل إلى مؤسسات العينة المدروسة لملأ استمارات الاستبيان.

و يتقسم الاستبيان إلى ثلاث أقسام أساسية خصص القسم الأول للأسئلة المتعلقة

بالمعلومات العامة عن المسؤولين المجيبين عن الاستبيان (04 أسئلة) ، و البيانات العامة للمؤسسة و وظيفة ادارة الجودة بها (09 أسئلة)، أي أن مجموع أسئلة القسم الأول يساوي 13 سؤال

إما القسم الثاني فقد خصص للأسئلة المتعلقة بالمتغير المستقل (أساليب ادارة الجودة) و الذي قسم إلى ثلاث أبعاد و هي المعاينة و الرقابة الإحصائية للجودة (14 سؤال) و أسلوب ضمان الجودة (09 أسئلة) و أسلوب ادارة الجودة الشاملة (13 سؤال)

و القسم الأخير فقد جمع الأسئلة الخاصة بالمتغير التابع (التأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة) و قسم إلى خمس أبعاد و هي مقياس جودة المنتج (03 أسئلة)، مقياس التكلفة (04 أسئلة)، مقياس المرونة (03 أسئلة)، التسليم (03 أسئلة)، مقياس السوق (04 أسئلة).

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الرباعي ذو الدرجات (غير موافق بشدة-غير موافق- موافق - موافق بشدة) لتفسير إجابات عينة الدراسة نظرا لسهولة تطبيقه و فهمه من طرف الباحثين، و تم استبعاد درجة محايد منه نظرا لأن الباحثين كلهم من مسؤولي أهم الوظائف بمؤسسات العينة و لهم القدرة على إبداء رأيهم فيما يخص موضوع الدراسة

المطلب الرابع: الاختبارات المرتبطة بأداة الدراسة:

يعتبر كل من الثبات و الصدق من أهم الشروط المنهجية في تصميم أدوات البحث، إذ يشير الثبات إلى الاتساق و الحصول على نفس النتائج عندما توزع الاستبانة في المرة الثانية، كما يوضح الصدق مدى قياس البند أو العبارة أو السؤال بالفعل ما يفترض قياسه و مثال ذلك الساعة المفترض أن تقيس الوقت بصدق و ثبات (بوفالطة، 2016، ص198). و يمكن التعرف على صدق و ثبات الإستبانة المستخدمة في الدراسة ، باستخدام عدة اختبارات ندرجها فيمايلي :

1- اختبارات صدق أداة الدراسة:

1-1- الصدق الظاهري:

للتوصل إلى معرفة ما إذا كانت استبانة الدراسة التي قمنا بوضعها شاملة لكل عناصر الدراسة ويمكن الاعتماد عليها للتوصل إلى النتائج المنتظرة من عملنا هذا، وأن الأداة سليمة من حيث التركيب والوضوح و الفهم تم عرضها على مجموعة من المحكمين منهم أكاديمي مختص في موضوع البحث، و منهم من هو مختص في بناء الاستبانة و مقدم لدورات في التحليل الإحصائي، و منهم من هو مهني ذو

خبرة في المجال الصناعي عامة و في صناعة المشروبات خاصة، وكذا تنوع المحكمين ما بين المحليين و الأجانب (أنظر الملحق رقم 02)، و بعد استلام نسخ من الاستمارات المحكمة قمنا ببعض الجلسات لمناقشة الملاحظات المقدمة من قبل بعض المحكمين الذين استطعنا الالتقاء بهم لفهم آرائهم و ملاحظاتهم أكثر، ثم قمنا بتعديل الاستبانة آخذين بعين الاعتبار مختلف الآراء و الملاحظات و انتهينا بوضع الشكل النهائي لها

2-1- الصدق البنائي لأداة الدراسة :

حتى تتمكن من معرفة الصدق البنائي لأداة الدراسة تم حساب مصفوفة الارتباط بين عبارات الاستبيان و الدرجة الكلية للأداة، و الجدول رقم 19 التالي يبين ذلك:

الجدول رقم 19 : نتائج معامل الاتساق الداخلي لمحاو الاستبيان

| المحاور | معامل بيرسون | مستوى الدلالة |
|--|--------------|---------------|
| المحور الأول: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | 0,971 | 0,000 |
| البعد الأول: أسلوب المعاينة | 0,847 | 0,000 |
| 1- الوسائل المادية المستعملة في المعاينة: | 0,795 | 0,000 |
| 2- درجة تطبيق شروط المعاينة: | 0,749 | 0,000 |
| 3- مراحل القيام بالمعاينة: | 0,658 | 0,000 |
| البعد الثاني: الرقابة الإحصائية للجودة: | 0,887 | 0,000 |
| البعد الثالث : ضمان جودة المنتج | 0,845 | 0,000 |
| 1-طريقة مسارات الخلل و تحليل أثرها | 0,708 | 0,000 |
| 2-طريقة تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة الهاسب | 0,751 | 0,000 |
| البعد الرابع: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | 0,929 | 0,000 |
| المحور الثاني: تأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة: | 0,953 | 0,000 |
| البعد الأول: مقياس جودة المنتج | 0,750 | 0,000 |
| البعد الثاني: مقياس التكلفة | 0,856 | 0,000 |
| البعد الثالث: مقياس المرونة | 0,842 | 0,000 |
| البعد الرابع: التسليم | 0,749 | 0,000 |
| البعد الخامس: مقاييس السوق | 0,415 | 0,000 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 19 أعلاه نتيجة معامل الارتباط بيرسون بين المحاور و الأبعاد والدرجة الكلية للأداة، حيث نلاحظ أنها حققت مستويات دلالة معنوية بلغت قيم 0.00 إذ أنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين المحاور و الأبعاد، حيث قدرت أعلى قيمة لمعامل الارتباط في قسم تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة، حيث بلغت قيمة 0.971، في حين حقق معامل الارتباط أدنى قيمة له في البعد الخامس من القسم الثالث ألا وهو بعد مقاييس السوق حيث قدر بـ0.415، ما يبين الارتباط البنائي للاستبيان.

2- اختبار ثبات أداة الدراسة:

الثبات هو مقياس لقدرة الأداة على إعطاء نفس النتائج، إذا تم تكرار قياس الظاهرة المدروسة عدة مرات في نفس الظروف، ويعتبر ألفا كرونباخ معامل ومقياس ومؤشر لثبات الاختبار الأكثر استعمالا، وقد قمنا في دراستنا هذه باستعماله لمعرفة درجة ثبات الاستبيان و الجدول رقم 20 التالي يبين لنا النتائج.

الجدول رقم 20 : معامل الثبات ألفا كرونباخ

| المتغير | قيمة الاختبار | مستوى القياس |
|---|---------------|--------------|
| المحور الأول: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | 0.891 | ممتاز |
| البعد الأول: أسلوب المعاينة | 0.891 | ممتاز |
| 1- الوسائل المادية المستعملة في المعاينة: | 0.891 | ممتاز |
| 2- درجة تطبيق شروط المعاينة: | 0.891 | ممتاز |
| 3- مراحل القيام بالمعاينة: | 0.891 | ممتاز |
| البعد الثاني : الرقابة الإحصائية للجودة: | 0.891 | ممتاز |
| البعد الثالث : ضمان جودة المنتج | 0.891 | ممتاز |
| 1-طريقة مسارات الخلل وتحليل أثرها | 0.891 | ممتاز |
| 2-طريقة تحليل المخاطر والتحكم في النقاط الحرجة الهاسب | 0.891 | ممتاز |
| البعد الرابع : تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | 0.891 | ممتاز |
| المحور الثاني: تأهيل ورفع الأداء التنافسي للمؤسسة: | 0.891 | ممتاز |
| البعد الأول: مقياس جودة المنتج | 0.891 | ممتاز |
| البعد الثاني: مقياس التكلفة | 0.891 | ممتاز |
| البعد الثالث: مقياس المرونة | 0.891 | ممتاز |
| البعد الرابع: التسليم | 0.891 | ممتاز |
| البعد الخامس: مقاييس السوق | 0.891 | ممتاز |
| الاستبيان ككل | 0.891 | ممتاز |

يقر الجدول رقم 20 بأن معاملات الثبات الجزئية أعطت نتائج ممتازة في كل المحاور والأبعاد، حيث حققت قيم الاختبار نتائج متساوية قدرت ب 0.891، ما نتج عنه نفس القيمة لمعامل الثبات الخاص بالاستبيان ككل ما يدل على ثبات ممتاز للأداة، أي انه يمكننا الاعتماد على الأداة في دراستنا هذه و أننا سنحصل على نفس النتائج في حالة إعادة توزيع الاستبيان مرة أخرى و في ظروف مشابهة و ذلك باحتمال قدره 0.891.

المبحث الثاني: وصف إجابات عينة الدراسة

قسم عملنا في هذا المبحث إلى قسمين اختص الأول بوصف البيانات الشخصية لعينة الدراسة أما الشق الثاني فيبين خصائص المؤسسات المدروسة

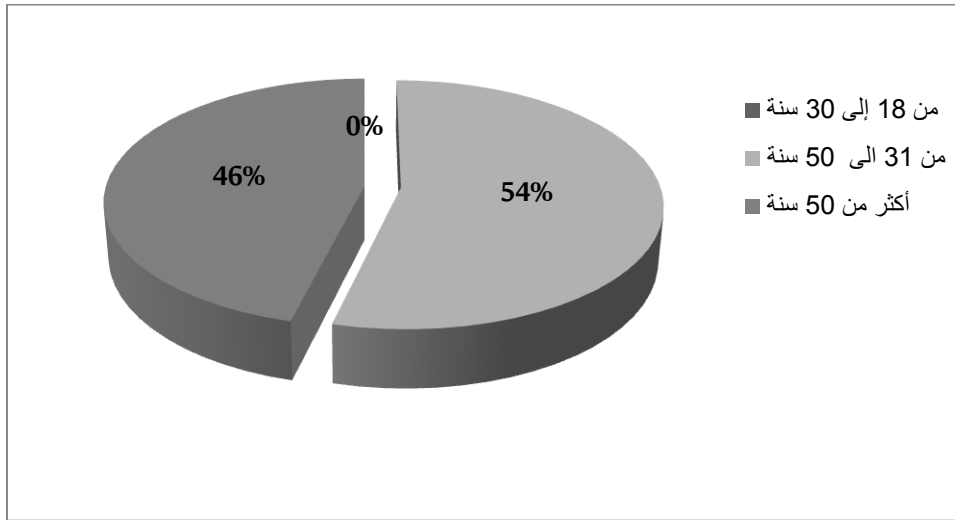
المطلب الأول: وصف البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

نعرض من خلال هذا العنصر وصفا مفصلا للعينة المدروسة من خلال التعرف على البيانات الشخصية الخاصة بها وذلك كما يلي :

1- توزيع عينة الدراسة على حسب العمر:

سيتم عرض الفئات العمرية للعينة المدروسة من خلال الشكل رقم 23 التالي :

الشكل رقم 23 : توزيع أفراد العينة حسب العمر.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

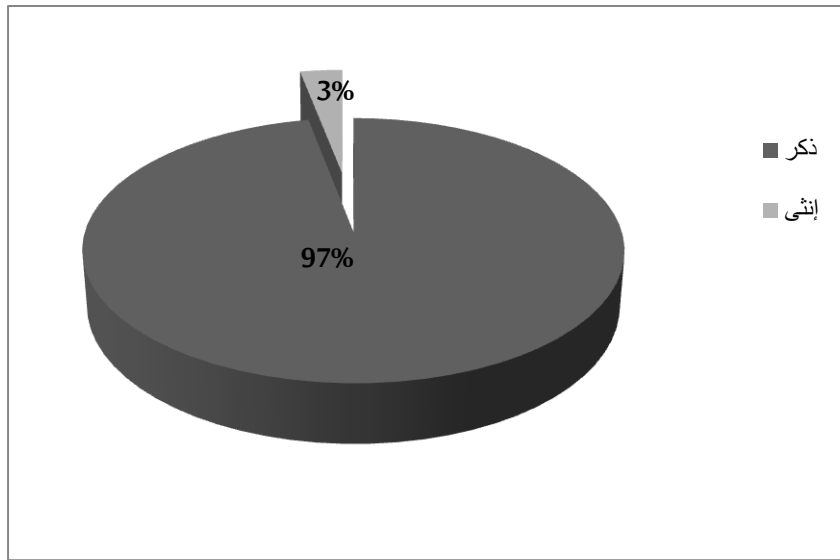
من خلال الشكل رقم 23 أعلاه نلاحظ أن عينة الدراسة اشتملت على فئتين عمريتين فقط، حيث احتلت الفئة العمرية من 31- 50 سنة أعلى نسبة قدرت ب ما 54%، أما الفئة الثانية الممثلة للأعمار أكثر من 50 سنة فقد قدرت نسبتهم ب 46%، وهذا ما يبين أن اغلب المسؤولين عن ادارة إنتاج أو جودة المؤسسات الصناعية محل الدراسة من ذوي الخبرة و يقتربون إلى سن التقاعد و أن الفئة

الشبابية قد لا تتحصل على الحظ في الإشراف على هته الوظائف الحساسة بالمؤسسة ولن تستطيع أن تفيد المؤسسة بأرائها التي قد تكون مساهمة للزمن الحالي.

2- توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

يتوزع أفراد العينة حسب الجنس كما في الشكل رقم 24:

الشكل رقم 24 : توزيع أفراد العينة حسب المتغير الجنس



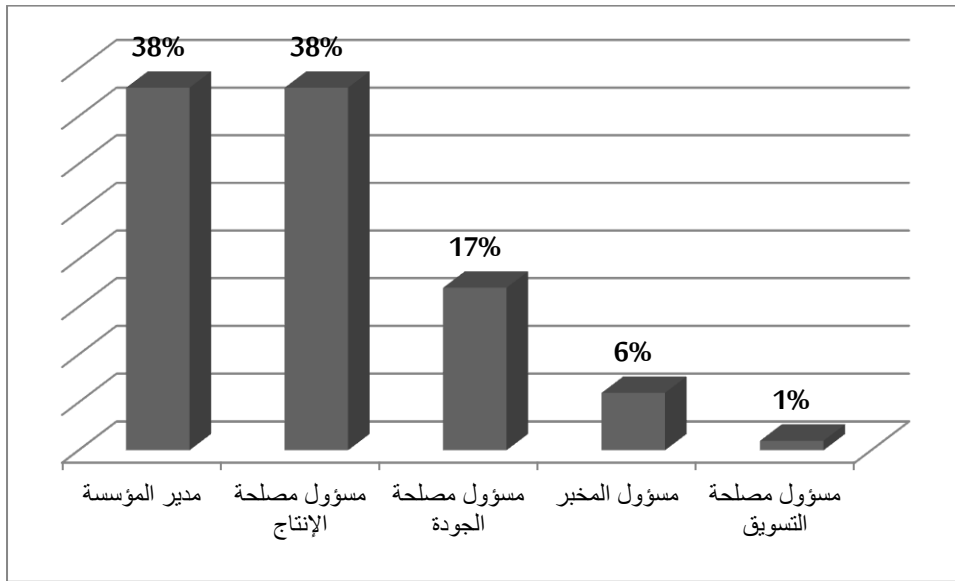
المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الشكل 24 أعلاه نلاحظ أن عينة الدراسة أغلبها ذكور، حيث اشتملت على 97 عامل ذكور أي ما يمثل نسبة 97%، أما الإناث فقدر عددهم ب 3 عاملة أي ما يمثل نسبة 3% ، وهذا ما يؤكد اقتحام الرجال لمجال صناعة المشروبات أكثر من النساء، على غرار باقي القطاعات إذ كشف الديوان الوطني للإحصائيات خلال 2017 أن نسبة النساء من اليد العاملة الناشطة يقدر ب 1،1 912 مليون أي ما نسبته 17.6% ، وحسب بيانات المركز الوطني للسجل التجاري تمثل فئة نساء الأعمال المسجلات كمسيرات للمؤسسات 6% من إجمالي مسيري المؤسسات رجالا ونساء، أما فيما يخص بحثنا فإن المسيرات اللواتي تمثلن قطاع إنتاج السلع فتمثل سوى 3.25% وهذا ما يفسر النتيجة المتحصل عليها في الشكل 24. (<https://www.djazairress.com/alfadjr/356059>).

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة:

وجهت استبيانته الدراسة إلى المسؤولين بالمؤسسة و ذلك لكون موضوع الدراسة حول أساليب ادارة الجودة و مدى تأهيلها للمؤسسات للتنافس في السوق، و هذا من اختصاص المسؤولين و المسيرين بالمؤسسة. و حتى نتمكن من التعرف على التقسيم الإحصائي للمناصب الوظيفة التي يعمل بها أفراد العينة نعرض الشكل رقم 25 التالي:

الشكل رقم 25: توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة



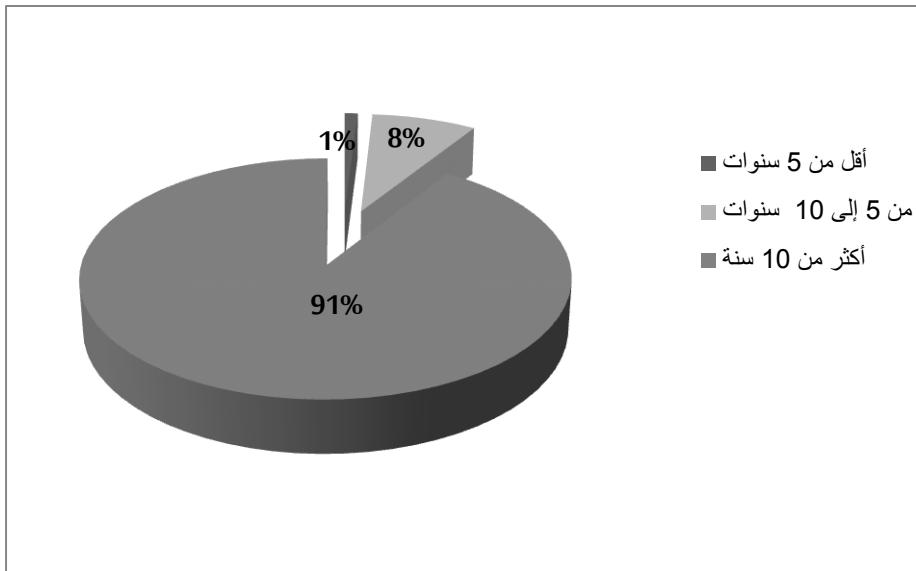
المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يبين الشكل رقم 25 أعلاه استحواذ كل من مديري المؤسسات و مسؤولي الإنتاج على نسبة متساوية قدرت بـ 38%، يليها مباشرة مسؤول مصلحة الجودة بنسبة 17 %، أما مسؤولي المخير و مصلحة التسويق فقد تحصلا على نسبتين منخفضتين قدرت بـ 06 % و 01 % على الترتيب. و توجي هذه النسب إما بغياب وظيفة الجودة في اغلب مؤسسات العينة أو قيام مديري المؤسسات بإدارتها نظرا لصغر حجمها فهذا لا يستدعي وضع وظيفة الجودة، إذ يكون مالك المؤسسة هو المنتج و مدير الجودة و المسير و المسوق في آن واحد، أما بالنسبة لمسؤول مصلحة التسويق فقد لا يهتم للجودة و إنما يطمح لتصريف المنتجات في السوق عبر قنوات التوزيع. المعتاد التعامل فيها.

4- توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية:

مما سبق تبين أن عمر مفردات العينة يمثل 54% للفئة العمرية الأكثر من 50 سنة و اشرنا إلى أن ذلك قد يكون راجعا للاعتماد على الأفراد ذوي الخبرة في مؤسسات صناعة المشروبات و لنوضح ذلك الآن من خلال الشكل رقم 26 الموضح لفئات الخبرة المهنية لعينة الدراسة كالتالي:

الشكل رقم 26: توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الشكل رقم 26 أن الفئة الغالبة من أفراد العينة التي تمثل 91% من من لديهم خبرة تفوق 10 سنوات، تليها بنسبة 08% فقط من لديهم خبرة تتراوح ما بين 05 إلى 10 سنوات، أما الأفراد ذوي الخبرة الفتية أي التي تقل عن 05 سنوات فتمثل سوى 01% وهذا ما يؤكد ما تطرقنا إليه من قبل و قد يرجع ذلك إلى طابع المؤسسات العائلية الخاصة التي تعتمد على أشخاص ذوي خبرة كبيرة تم توارثها عبر الأجيال.

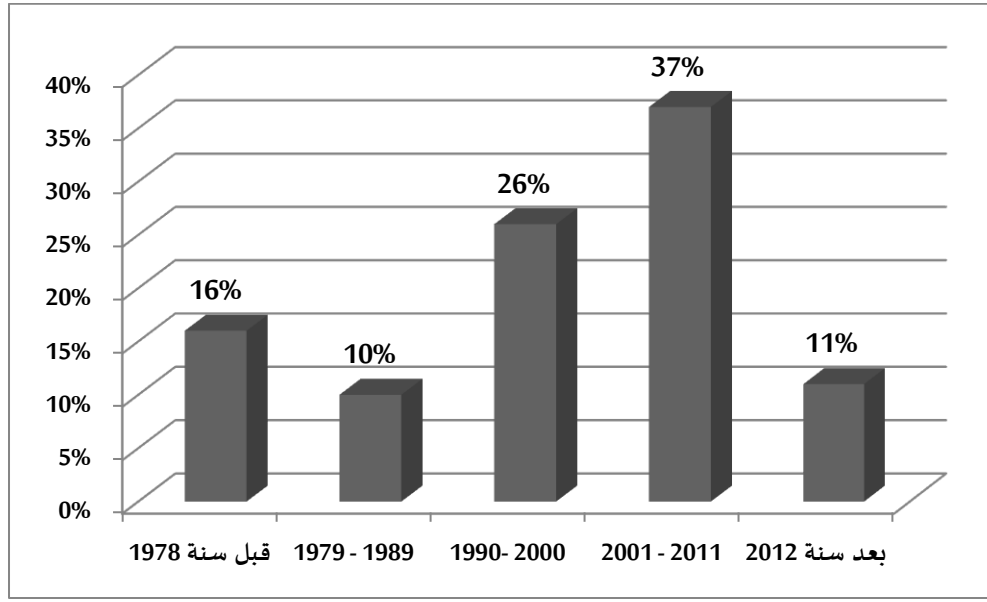
المطلب الثاني: وصف البيانات خاصة بالمؤسسات المدروسة:

حاولنا وضع بعض المواصفات للمؤسسات المدروسة حتى تساعدنا في التعرف عليها وإمكانية تحليل نتائجها ومن البيانات التي تم اختيارها مايلي :

1-فئات سنة بداية النشاط:

تم اعتمادا تقسيم لسنوات بداية النشاط كما يبينه الشكل رقم 27 الآتي :

الشكل رقم 27: توزيع أفراد العينة حسب سنة بداية النشاط.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

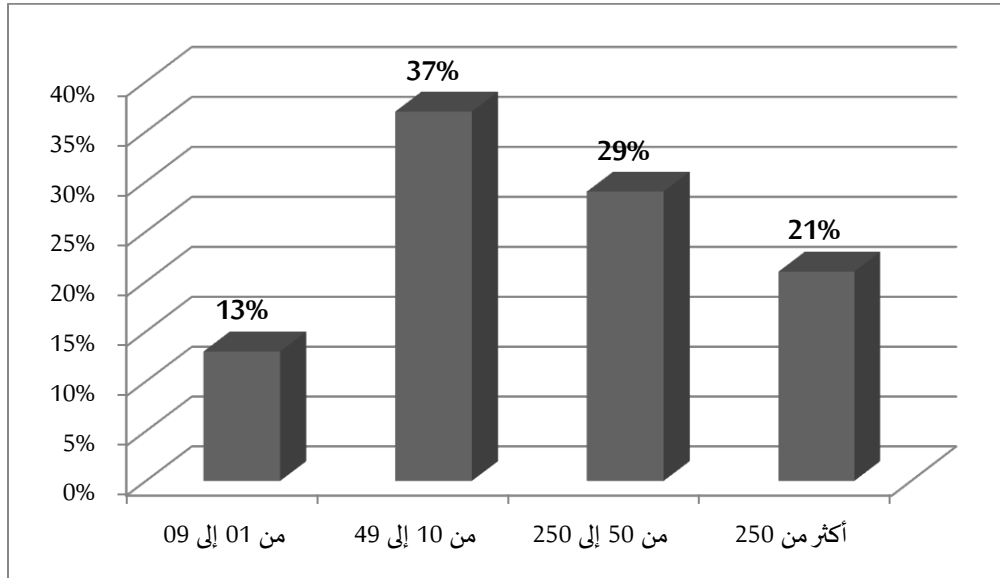
يشير الشكل رقم 27 إلى أن أعلى نسبة لإجابات أفراد العينة عن سنة بداية نشاط المؤسسة تمثل نسبة 37% من اجابات العينة للمؤسسات التي تم إنشاؤها ما بين سنتي 2001 و 2011 تليها في ذلك اجابات افراد المؤسسات التي تم إنشاؤها ما بين سنتي 1990 و 2000 بنسبة 26%، وقد يعود ذلك إلى مرحلة ما يسمى بالبحبوحة الاقتصادية التي عرفتها الجزائر نتيجة ارتفاع أسعار المحروقات خلال الفترة ما بين 2005 إلى حوالي 2008 وذلك ما أدى إلى تشجيع قيام المؤسسات خاصة الصغيرة والمتوسطة منها

أما الفترة الأقل نسبة لذلك فهي الفترة ما بين سنة 1979 و 1989 و الفترة التي تلي 2012 إذ سجلت نسبة 10% و 11 % على الترتيب، و ذلك كذلك متعلق بالاختناقات التي عرفها الاقتصاد الجزائري نتيجة تبعيته للمحروقات دائما و الانكماش في الأنشطة الصناعية و منه انخفاض إنشاء المؤسسات في تلك الفترات.

2- عدد عمال المؤسسة المدروسة:

يمكن توضيح توزيع عدد عمال المؤسسة المدروسة من خلال الشكل رقم 28 الآتي:

الشكل رقم 28: توزيع أفراد العينة حسب عدد عمال المؤسسة.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يبين الشكل رقم 28 أعلاه توزيع أفراد العينة حسب عدد العمال إذ نجد أن أكبر فئة تتمثل في المؤسسات ذات الحجم الصغير بعدد عمال ما بين 10 إلى 49 عامل بنسبة 37% تليها مباشرة المؤسسات ذات الحجم المتوسط والتي يتراوح عدد عمالها ما بين 50 و 250 عامل بنسبة 29% أما المؤسسات التي تشغل أكثر من 250 عامل أي الكبيرة فتأتي في المرتبة الرابعة بنسبة 21%، و تنتهي بالمؤسسات الجد صغيرة والتي تمثل نسبة 13%. و على العموم فإن توزيع أفراد العينة حسب عدد العمال جاء بنسب متقاربة نوعا ما إلا أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة استحوذت على المرتبة الأولى إذا ما تم جمعها تحت نفس التصنيف بنسبة 66%، أي بنسبة تفوق النصف من مجموع العينة وقد يكون ذلك راجعا إلى السياسات الاقتصادية للبلاد التي طمحت و لا تزال تطمح دائما إلى تشجيع و ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهدف إثراء النسيج الصناعي و إنعاش الاقتصاد الجزائري وهذا ما قد يكون اثر على صناعة المشروبات كذلك

3-نوع المنتوجات للمؤسسات المدروسة :

و للتعرف أكثر على طبيعة نشاط مؤسسات عينة الدراسة وضعنا الجدول رقم 21 الموضح لمختلف منتجات مؤسسات صناعة المشروبات محل الدراسة.

جدول رقم 21: توزيع منتجات عينة الدراسة :

| الاختيار | العدد | النسبة المئوية | |
|----------|-------|----------------|-----------------|
| نعم | 55 | 55% | المياه المعدنية |
| لا | 45 | 45% | |
| المجموع | 100 | 100% | |
| نعم | 43 | 43% | عصير الفواكه |
| لا | 57 | 57% | |
| المجموع | 100 | 100% | |
| نعم | 55 | 55% | مشروبات غازية |
| لا | 45 | 45% | |
| المجموع | 100 | 100% | |
| نعم | 30 | 30% | مشروبات مسطحة |
| لا | 70 | 70% | |
| المجموع | 100 | 100% | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 21 أن اغلب المؤسسات المدروسة متعددة الإنتاج ما يبين عدم وجود تخصص للعينة حيث بينت الإحصاءات المستخرجة من إجابات المسؤولين المدروسين إن أكثر من النصف ينتجون مياه معدنية ومشروبات غازية بنسبة 55 %، و 43% منهم ينتجون عصير الفواكه ، كما احتلت مشروبات مسطحة أدنى نسبة قدرت ب 30%. ما يؤكد عمل المؤسسات على تنوع إنتاجها خاصة و أن الإنتاج يتم حسب سلاسل إنتاجية يتم برمجة الإنتاج فيها بطريقة دورية حسب نوع المنتج المخطط له في اليوم، فقد يتم إنتاج كل من المشروبات الغازية و المشروبات المسطحة و عصير الفواكه بالتناوب في نفس سلسلة الإنتاج حسب برنامج عمل يومي، أما المياه المعدنية فيلجأ إليها المنتجون نظرا لتكلفة إنتاجها المنخفضة إذ أن أغلب المؤسسات تقوم بتعبئة المياه المعنية و ليس

معالجة المياه و تحليتها لتوفيرها بعد ذلك للمستهلك، و فيما يخص انخفاض نسبة إنتاج المشروبات المسطحة فبعد استطلاعنا حول هذا الأمر من طرف منتجين لهذا المنتج فقد تبين انه منتج يقل الطلب عليه من طرف المستهلكين مقارنة بالعصير و المشروبات الغازية، هذا من جهة و من جهة أخرى فان اغلب المشروبات المسطحة يتم إنتاجها بالمؤسسات الجدد صغيرة للعيننة المدروسة و قد سبق أن قلنا أن عددها صغير مقارنة بأحجام المؤسسات الأخرى.

4-وجود مصلحة لوظيفة إدارة الجودة:

إن تعدد الإنتاج و تنوعه في مؤسسات العيننة المدروسة، ضف إلى ذلك حجمها الصغير والمتوسط جعلنا نفكر فما إذا كانت للمؤسسات مصلحة أو وظيفة خاصة بإدارة الجودة موضوع بحثنا و الجدول رقم 22 الموالي يبين ذلك

جدول رقم 22 توزيع عينة الدراسة حسب وجود مصلحة لإدارة الجودة :

| الاختيار | العدد | النسبة المئوية |
|----------|-------|----------------|
| نعم | 89 | 89% |
| لا | 11 | 11% |
| المجموع | 100 | 100% |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم 22 تواجد مصلحة خاصة بإدارة الجودة داخل المؤسسة و ذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 89% أما المؤسسات التي لم تنشئ وظيفة ادارة الجودة بداخلها فتمثل 11% من عينة الدراسة و قد يرجع ذلك لمختلف القوانين و الإجراءات التنظيمية المفروضة من الدولة فيما يخص إنتاج المشروبات و ادارة جودتها و حماية المستهلك من المخاطر المتعلقة بسوء سيرورة العملية الإنتاجية لها

5-التحاليل البكتريولوجية و الكيمائية للمنتوج:

لتعرف على قيام أو عدم قيام المؤسسة بالتحاليل البكتريولوجية و الكيمائية للمنتوج نعرض الجدول رقم 23 التالي:

جدول رقم 23: توزيع عينة الدراسة حسب التحاليل البكتريولوجية و الكيمائية للمنتوج:

| النسبة المئوية | العدد | الاختيار | قيام المؤسسة بالتحاليل البكتريولوجية و الكيمائية للمنتوج |
|----------------|-------|-------------------|--|
| 19% | 19 | مخبر داخل المؤسسة | |
| 26% | 26 | مخبر خارج المؤسسة | |
| 55% | 55 | الاثنين معا | |
| 100% | 100 | المجموع | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم 23 إلى أن 55% من مؤسسات العينة تلجأ إلى نوعين من المخابر لتقوم بالتحاليل الكيمائية و البكتريولوجية سواء للمواد الأولية المستعملة في العملية الإنتاجية أو المشروبات الجاهزة للاستهلاك، و 26% تلجأ إلى مخابر خارج المؤسسة أما النسبة المتبقية و هي 19% فتقوم بالتحاليل داخل مخبر المؤسسة. فبالرجوع إلى النقطة السابقة و التي تبين أن 89 مؤسسة من العينة تمتلك وظيفة ادارة الجودة داخل المؤسسة فإن سوى 74 منها من تقوم بتحليل داخل المؤسسة و 15 منها من تمتلك وظيفة ادارة الجودة و لا تقوم بالتحاليل داخل المؤسسة، و هذا ما يستدعي التساؤل عن طبيعة أسلوب ادارة الجودة داخل مؤسسة صناعية تنتج منتوج غذائيا كالمشروبات و لا تمتلك مخبر للقيام بالتحاليل المخبرية الروتينية، و يجعل فضولنا يزيد للبحث حول أسلوب الجودة المتبع في هذا النوع من المؤسسات. ضف إلى ذلك فان 26 من حجم العينة لا تقوم إطلاقا بالتحاليل المخبرية داخل المؤسسة فما مصير التحاليل الروتينية و اليومية الواجب القيام بها قبل البدء في الإنتاج و المتعلقة أساسا بالمواد الأولية سريعة التلف خاصة فيما يتعلق بإنتاج عصير الفواكه و ما ينهنا إلى إمكانية استعمالها للمواد الحافظة بنسب تتعدى النسب القانونية للحفاظ على منتجاتها من التلف

6-عمليات مراقبة الجودة:

نظرا لتطرقنا في النقطة السابقة إلى مدى امتلاك المؤسسات محل الدراسة لمخبر للقيام بتحليل الجودة و التوصل إلى غياب ذلك في بعض المؤسسات أو لجوئها إلى المخابر الخارجية عن المؤسسة ارتأينا ضرورة البحث حول المراحل التي تقوم فيها المؤسسة بمراقبة جودتها و لمعرفة ذلك نعرض الجدول رقم 24 التالي:

جدول رقم 24: توزيع عينة الدراسة حسب عمليات مراقبة الجودة:

| الاختيار | العدد | النسبة المئوية | |
|----------|-------|----------------|--|
| نعم | 99 | 99% | تسهر المؤسسة على مراقبة الجودة للمنتج النهائي |
| لا | 1 | 1% | |
| المجموع | 100 | 100% | |
| الاختيار | العدد | النسبة المئوية | |
| نعم | 69 | 69% | تسهر المؤسسة على مراقبة الجودة خلال كل مراحل العملية الإنتاجية |
| لا | 31 | 31% | |
| المجموع | 100 | 100% | |
| الاختيار | العدد | النسبة المئوية | |
| نعم | 14 | 14% | تسهر المؤسسة على مراقبة الجودة لكل وظائف المؤسسة و بكل مستوياتها |
| لا | 86 | 86% | |
| المجموع | 100 | 100% | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم 24 أن 99 % من مؤسسات العينة تقر بقيامها بمراقبة جودة المنتج النهائي قبل توجيهه إلى السوق، و 69% تعمل على مراقبة الجودة داخل كل مراحل العملية الإنتاجية، وسوى 14 % منها فقط تقوم بمراقبة الجودة داخل كل وظائف المؤسسة و بكل مستوياتها. وهذا قد يدل على مدى تطور العملية الإنتاجية في المؤسسة و مدى وعيها التسييري داخل المؤسسة، وهذا أمر عادي فكلما تطورت المؤسسة و توسعت أكثر توسع نشاطها، وطمحت إلى الزيادة من حصتها السوقية فيؤدي ذلك بالضرورة إلى اشتداد المنافسة عليها في السوق الذي تنشط فيه و الذي تحاول اقتحامه، فتضطر إلى التفكير في طريقة للفوز بأكبر حصة ممكنة و ضمان بقائها جراء ذلك، فيزيد وعيها بضرورة

الاهتمام أكثر بتسيير مؤسستها، و منه بإدارة جودتها فتطمح إلى التحكم أكثر في منتوجها من خلال التحكم في وظيفة الإنتاج فيه و تعمل على ادارة الجودة به، ثم تنطلق إلى نشر ثقافة الجودة بالمؤسسة ككل وهذا ما سعي بإدارة الجودة الشاملة .

7- شهادة الجودة المتحصل عليها في المؤسسة :

بما أن 14% من مؤسسات العينة المدروسة تقوم بمراقبة جودتها في كل وظائف المؤسسة و على كل مستوياتها نقوم الآن من خلال الجدول رقم 24 نوع الشهادات المرتبطة بالجودة التي تحصلت عليها المؤسسات المدروسة، وكانت الإجابات كما يبينها الجدول رقم 25 الآتي:

جدول رقم 25: توزيع عينة الدراسة حسب شهادة الجودة المتحصل عليها:

| شهادات الجودة | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|-------|----------------|
| ISO 9001 | 4 | 4% |
| ISO 17025 | 1 | 1% |
| ISO 22000 | 1 | 1% |
| ISO 14000 | 1 | 1% |
| HACCP | 5 | 5% |
| ISO19001 | 1 | 1% |
| لا يوجد | 87 | 87% |
| المجموع | 100 | 100% |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 25 أن سوى 04% و 05% من مؤسسات العينة قد حصلت على شهادة الجودة وفق للمواصفات ISO 9001 التابعة لنظم إدارة الجودة، وشهادة نظام تحديد المخاطر ونقاط التحكم الحرجة HACCP. أما باقي المواصفات ISO 17025 الخاصة بالمختبرات أو بمعامل القياس والتحليل والمعايرة، و نظام الإدارة البيئية ISO 14000 و نظام إدارة سلامة الغذاء ISO 22000 و ISO19001 الخاصة بالمبادئ التوجيهية لأنظمة إدارة التدقيق فقد تم الحصول عليها من طرف مؤسسة واحدة لكل منها و قد يعود ذلك لنقص التكوين فيما يخص إنشاء نظام جودة بالمؤسسة و تطبيق المواصفات من جهة وصعوبة القيام بالإجراءات للحصول على شهادة الجودة وفق المواصفات المطلوبة

و عدم تأقلم المسيرين مع خطوات القيام بذلك، ورغم انخفاض نسبة حصول مؤسسات العينة على الشهادات فقد لاحظنا كذلك أن أغلبها لا يسعى ولا حتى يطمح حاليا للحصول على هذه الشهادات، و الجدول رقم 26 يبين ذلك بأكثر تفصيل.

جدول رقم 26: توزيع عينة الدراسة حسب الرغبة في الحصول على شهادة الجودة:

| النسبة المئوية | العدد | الاختيار | |
|----------------|-------|----------|---|
| 14% | 14 | نعم | هل تسعى المؤسسة حاليا للحصول على شهادة جودة أخرى؟ |
| 86% | 86 | لا | |
| 100% | 100 | المجموع | |
| 48% | 48 | نعم | هل هناك نية للمؤسسة في الحصول على شهادة الجودة ؟ |
| 52% | 52 | لا | |
| 100% | 100 | المجموع | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

تشير النتائج الموضحة في الشكل رقم 26 إلى أن 86% من مؤسسات العينة المدروسة لا تمتلك شهادة جودة و أن 52% لا يطمح حتى في الحصول عليها مستقبلا، وهذا قد يشير إلى عدم اهتمام مسيري المؤسسة بإدارة الجودة داخل المؤسسة ككل، واكتفائهم بالرقابة النهائية على جودة المشروبات قبل توجيهها إلى السوق، وذلك لتفادي المشاكل التي قد تحدث لو تسرب منتج غير صالح من المصنع إلى المستهلك، فمديري المؤسسات و مسيرها لا ينظرون ربما إلى الجودة كأداة إستراتيجية للتنافس في السوق ولا يعتبرونها أسلوبا يتم انتهاجه و الاهتمام به للتأهيل نحو التنافسية، كما قد تكون صعوبات مراحل وخطوات الحصول على الجودة من بين المعوقات في ذلك.

المبحث الثالث: وصف إجابات عينة الدراسة حول محاور وأبعاد الدراسة

قبل القيام بعملية الوصف الإحصائي لمختلف الإجابات، تم تحديد المقياس المعتمد في تقييم اتجاهات آراء عمال المؤسسات المدروسة من خلال المعادلة التالية :

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{مدى}}{\text{عدد الفئات (الخيارات)}}$$

وقد تم اختيار مقياس ريكارت الرباعي نظرا لتوجيه الاستبانة للمسؤولين القائمين على الجودة داخل المؤسسة إذ لديهم المعلومات الخاصة بسيرها فتصبح الإجابة عن فقرات الاستبانة ب محايد لا مجال لها. و من المعلوم أن مقياس ريكارت الرباعي يحتوي على 4 خيارات، تم ترميزها ب 4،3،2،1، ومنه نستنتج أن المدى = 4-1= 3 إذن يصبح طول الفئة = $\frac{3}{4} = 0.75$. ومن ثم أمكن وضع الوزن النسبي للخيارات السابقة على النحو التالي كما هو موضح في الجدول رقم 27.

جدول رقم 27: مجالات الوزن النسبي للمتوسط الحسابي للآراء.

| مجال الموافقة |] 1.75-1] |] 2,5-1.75] |] 3,25-2,5] | [4-3.25] |
|---------------|--------------|-------------|-------------|-----------|
| الوزن النسبي | لا أتفق بشدة | لا أتفق | أتفق | أتفق بشدة |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

المطلب الأول وصف فقرات المحور الأول : تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة (متغير مستقل)

تم استخدام كل من المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية و كذا درجة موافقة الأفراد من اجل وصف مدى تطبيق مؤسسات العينة أساليب ادارة الجودة

1- وصف فقرات البعد الأول: أسلوب المعاينة: (X1)

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد الأول الخاص بمدى استعمال المعاينة من طرف مفردات العينة إذ تم قياسه من خلال ثلاث عناصر فرعية تحتوي كل منها على حوالي ثلاث فقرات ، و الجدول رقم 28 يبين ذلك فيمايلي:

الجدول رقم 28: وصف الإجابات حول البعد الأول " المعايينة "

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|--|
| اتفق | 0,570 | 2,82 | البعد الأول: المعايينة (X1) |
| اتفق | 0,674 | 2,71 | 1- الوسائل المادية المستعملة في المعايينة: |
| اتفق | 0,667 | 3,17 | تساير المؤسسة التطورات التكنولوجية المستعملة في المعايينة |
| اتفق | 0,833 | 2,85 | تطمح المؤسسة دائما لتجديد المعدات المستعملة في المعايينة |
| اتفق | 0,960 | 2,63 | المؤسسة على اطلاع مستمر بأحدث المواد المستخدمة في المعايينة و تسعى لاقتنائها |
| لا أتفق | 0,961 | 2,19 | يخضع العمال القائمين بالمعاينة للتكوين بصفة مستمرة |
| اتفق | 0,575 | 2,62 | 2- درجة تطبيق شروط المعايينة: |
| لا أتفق | 0,995 | 2,00 | تعتمد المؤسسة في المعايينة دائما على المعايير الدولية حسب مواصفات ISO2859-1 |
| اتفق | 1,003 | 2,62 | تعتمد المؤسسة في سحب عينات المعايينة على الإجراءات المنصوص عليها في القرار الوزاري الخاص بذلك بصفة دائمة |
| اتفق | 0,709 | 3,23 | تتبع المؤسسة دائما في سحب العينات من أجل المعايينة طريقة خاصة بها |
| اتفق | 0,729 | 3,12 | 3- مراحل القيام بالمعاينة: |
| اتفق | 0,986 | 2,91 | يسحب عمال المعايينة بصفة دائمة عينات من المواد الأولية (ماء، نكهات...) لمعاينتها قبل البدء في العملية الإنتاجية. |
| اتفق | 1,013 | 2,94 | أثناء القيام بالعملية الإنتاجية يسحب عمال المعايينة دوما عينات من المنتج قيد الصنع من اجل معاينتها |
| اتفق | 0,522 | 3,52 | تسحب دوما عينات من المنتج النهائي لمعاينتها عند الانتهاء من الإنتاج |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم 28 أن بعد المعايينة قد حقق وزن نسبي كلي بدرجة موافق نتيجة لبلوغ المتوسط الحسابي قيمة 2.82 والانحراف المعياري قدر ب 0.570 ما يبين الاتفاق النسبي لعينة الدراسة حول فقرات البعد ككل، حيث نلاحظ حصول العنصر الفرعي الرئيسي للبعد المتعلق "بمراحل القيام بالمعاينة " أعلى درجة موافقة مقارنة بالعناصر الفرعية الرئيسية الأخرى نتيجة لبلوغ

متوسطه الحسابي قيمة 3.12، وانحرافه المعياري قيمة 0.729، وهذا ما يدل على تقارب إجابات مفردات العينة حول المراحل التي يتم مراقبة الجودة فيها داخل المؤسسة. وما يؤكد تطبيقهم للمعاينة بدرجة كبيرة كونها من الإجراءات الرقابية لجودة المنتج الأكثر أهمية خاصة و أن منتجاتها غذائية فيلجأ أغلبهم إلى الرقابة النهائية للمشروبات قبل توجيهها إلى السوق.

واحتل عنصر الوسائل المادية المستعملة في المعاينة المرتبة الثانية في الموافقة نتيجة لبلوغ متوسطه الحسابي قيمة 2.71 و انحرافه المعياري قيمة 0.674 ما يبين توفير أفراد العينة للوسائل المادية اللازمة للقيام بالمعاينة إلا أن الفقرة الأخيرة و المتعلقة بتكوين العمال في المعاينة لقت عدم القبول من طرف أفراد العينة بمتوسط قدر ب2.19 وهذا ما يستوجب الاهتمام بهذا العنصر من طرف مؤسسات العينة المدروسة.

أما بالنسبة لدرجة تطبيق شروط المعاينة فقد حقق هو الآخر وزن نسبي موافق بمتوسط حسابي 2.62 و انحراف معياري 0.575 ما يؤكد تتبع أفراد العينة لشروط معاينة عند القيام بها فقد يكون ذلك حسب القرار الوزاري الخاص بسحب العينات و مدى قبولها، أو بالاعتماد على طرق خاصة بالمؤسسات محل الدراسة إلا أن الفقرة المتعلقة بإتباع مواصفات ISO2859-1 فقد لقت عدم القبول وهذا ما يدل على عدم أخذها بعين الاعتبار المعايير الدولية عند القيام بالفحوصات و الرقابة على جودة إنتاج المشروبات في عينة الدراسة.

2- وصف فقرات البعد الثاني: الرقابة الإحصائية للجودة (X2)

أما بالنسبة لإجابات العمال حول بعد الرقابة الإحصائية للجودة فقد تم قياسها من خلال 05 فقرات يمكن عرض نتائجها من خلال الجدول رقم 29 التالي :

الجدول رقم 29: وصف الإجابات حول البعد الثاني " الرقابة الإحصائية للجودة

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| لا أتفق | 0,885 | 2,37 | البعد الثاني : الرقابة الإحصائية للجودة: (X2) |
| لا أتفق | 0,995 | 2,40 | تستعمل المؤسسة لرقابة جودة منتوجها ورقة الفحص |
| لا أتفق | 0,937 | 2,30 | تستعمل المؤسسة لرقابة جودة منتوجها لوحات المراقبة |
| لا أتفق | 1,039 | 2,46 | تتبع المؤسسة مراحل العملية الإنتاجية باستعمال أدوات إحصائية خاصة |
| اتفق | 1,049 | 2,50 | تستعمل المؤسسة الأدوات الإحصائية لمراقبة مدى توفر المنتج النهائي على المواصفات المطلوبة و اكتشاف المعيب منها. |
| لا أتفق | 1,015 | 2,20 | تستعمل المؤسسة لتحديد العيوب في جودة منتوجها و أسباب ذلك مخططات إحصائية (كمخطط باريتو، مخطط ايشيكاوا، (...) |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم 29 أن بعد الرقابة الإحصائية للجودة قد حقق وزن نسبي كلي بعدم الموافقة على ما جاء في فقرات البعد، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي قيمة 2.37 ، بانحراف معياري قدر بقيمة 0.885 ، ما يبين عدم تطبيق أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة عند اغلب مؤسسات العينة المدروسة ، أما فقراته فقد حققت أعلى متوسط حسابي في الفقرة " تستعمل المؤسسة الأدوات الإحصائية لمراقبة مدى توفر المنتج النهائي على المواصفات المطلوبة و اكتشاف المعيب منها." حيث قدر ب 2.5 و انحراف معياري قدر ب 1.05 ، حيث أنها الفقرة الوحيدة التي نالت اتفاق نسبي من قبل العينة أما أدنى متوسط حسابي كان من نصيب الفقرة "تستعمل المؤسسة لتحديد العيوب في جودة منتوجها وأسباب ذلك مخططات إحصائية (كمخطط باريتو، مخطط ايشيكاوا، (...)" حيث بلغ قيمة 2.2 بانحراف معياري قدر بقيمة 1.05 ما يؤكد على التشتت النسبي في الآراء وهذا ما يبين عدم استعمال المؤسسات للأدوات الإحصائية للرقابة على الجودة ، و يعود ذلك إلى عدم التحكم فيها، و عدم التكوين على استعمالها، أو عدم الحصول عليها أساسا داخل المؤسسة

3-وصف فقرات البعد الثالث : ضمان جودة المنتج (X3)

تم قياس إجابات مفردات العينة حول ضمان الجودة بالاستعانة بعنصرين فرعيين و هما طريقة مسارات الخلل و تحليل أثرها (AMDEC) ،طريقة تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة (الهاسب)(HACCP) () إذ احتوى العنصر الأول على 03 فقرات أما العنصر الثاني فعلى 06 فقرات والجدول رقم 30 الموالي يبين الإجابات حول هذا البعد

الجدول رقم 30 وصف الإجابات حول البعد الثالث : ضمان جودة المنتج

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|--|
| أتفق | 0,499 | 3,05 | البعد الثالث : ضمان جودة المنتج (X3) |
| أتفق | 0,674 | 2,97 | 1-طريقة مسارات الخلل و تحليل أثرها (AMDEC) |
| أتفق | 0,753 | 3,09 | يوجد فريق عمل بالمؤسسة يقوم بالبحث عن الاختلالات و أسباب حدوثها خلال العملية الإنتاجية بصفة دائمة |
| أتفق | 0,765 | 3,02 | يمكن لفريق العمل تحديد و قياس آثار وقوع الاختلالات أثناء القيام بالعملية الإنتاجية |
| أتفق | 0,795 | 2,79 | يدرس فريق العمل كل الاحتمالات الممكنة لوقوع اختلالات أثناء القيام بالعملية الإنتاجية |
| أتفق | 0,488 | 3,13 | 2-طريقة تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة (الهاسب)(HACCP) |
| أتفق | 0,494 | 3,41 | تحدّد المؤسسة باستمرار الأخطار المتعلقة بإنتاجها الغذائي |
| أتفق | 0,649 | 3,27 | تقوم المؤسسة بتقدير احتمال ظهور مخاطر متعلقة بإنتاجها الغذائي |
| أتفق | 0,889 | 2,91 | تقوم المؤسسة بتحديد النقاط الحرجة و الحدود الدنيا و العليا لها للتحكم في المخاطر المتعلقة بإنتاجها الغذائي |
| أتفق | 0,802 | 2,94 | لدى المؤسسة نظام رقابة للتحكم في النقاط الحرجة المتعلقة بإنتاجها الغذائي |
| أتفق | 0,813 | 3,08 | تقوم المؤسسة بإجراءات تصحيحية عند عدم التحكم في أحد النقاط الحرجة المتعلقة بمخاطر إنتاجها الغذائي |
| أتفق | 0,706 | 3,19 | تسهل المؤسسة على التطبيق الجيد للإجراءات التصحيحية لنظام تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة (HACCP) عند عدم التحكم في المخاطر |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم 30 أن بعد ضمان جودة المنتج قد حقق وزن نسبي كلي بدرجة موافق نتيجة لبلوغ المتوسط الحسابي قيمة 3.05 بانحراف معياري قدر ب 0.499 ما يبين الاتفاق النسبي لعينة الدراسة حول فقرات البعد ككل، حيث نلاحظ حصول العنصر الفرعي الثاني المتعلق بطريقة تحليل المخاطر والتحكم في النقاط الحرجة (الهاسب) (HACCP) أعلى درجة موافقة مقارنة العنصر الفرعي الآخر نتيجة لبلوغ متوسطه الحسابي قيمة 3.13، وانحرافه المعياري قيمة 0.488، و هذا ما يدل على تتبع المؤسسات مفردات العينة طريقة تحليل المخاطر وعلى دراية بالنقاط الحرجة و التي قد تؤدي إلى عدم سلامة المشروبات المنتجة رغم عدم حصولها على شهادة الهاسب و حصول مؤسسة واحدة فقط عليها من العينة المدروسة ، أما العنصر الفرعي الثاني المتعلق بطريقة مسارات الخلل و تحليل أثرها (AMDEC) فقد تحصل على الموافقة بكل فقراته كذلك إذ كان متوسطه الحسابي يساوي 2.97 بانحراف معيار قدر ب 0.674 و هذا ما يدل على عمل مؤسسات العينة المدروسة على ضمان جودة منتجاتها.

4- وصف فقرات البعد الرابع : تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة (X4)

تم قياس إجابات مفردات العينة حول بعد تطبيق مبادئ ادارة الجودة الشاملة من خلال 13 فقرة ولنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة من خلال الجدول رقم 31 الموالي:

الجدول رقم 31: وصف الإجابات حول البعد الرابع: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|--|
| لا أتفق | 0,733 | 2,49 | البعد الرابع: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة (X4) |
| أتفق | 0,793 | 2,76 | تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار احتياجات و رغبات زبائنهم عند وضع أهدافها |
| لا أتفق | 0,935 | 2,43 | تعمل كل المستويات الإدارية و الوظيفية بالمؤسسة على فهم، تحليل وتلبية احتياجات زبائنهم |
| أتفق | 0,915 | 3,03 | تعالج المؤسسة شكاوي الزبائن بطريقة فعالة |
| لا أتفق | 1,055 | 2,41 | تعلم الإدارة العليا كل المستويات الإدارية باستراتيجياتها و أهدافها |
| لا أتفق | 1,112 | 2,42 | توفر الإدارة العليا للمؤسسة الموارد اللازمة لتدريب و تطوير العمال على تطبيق الجودة داخل كل مستويات و وظائف المؤسسة |
| لا أتفق | 1,079 | 2,22 | تشجع المؤسسة العمال على إبداء رأيهم لتحسين جودة المنتج |
| لا أتفق | 1,092 | 2,33 | يساهم العمال في تحديد المشاكل التي قد تحدث في المؤسسة واقترح حلول لها |
| لا أتفق | 1,051 | 2,13 | يشارك العمال في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة |
| أتفق | 0,822 | 2,54 | تضع المؤسسة مخطط لتطبيق طريقة التحسين المستمر و توفر الأدوات اللازمة لذلك |
| أتفق | 0,819 | 2,66 | تشجع المؤسسة تطبيق أسلوب التحسين المستمر في كل مستوياتها |
| لا أتفق | 0,842 | 2,09 | يقوم عمال المؤسسة بدورات تكوينية لتطبيق طريقة التحسين المستمر في المؤسسة |
| لا أتفق | 0,958 | 2,46 | تراقب المؤسسة باستمرار مخططات تطبيق التحسين المستمر التي قامت بوضعها مسبقا |
| أتفق | 0,814 | 2,94 | تعديل و تصحيح المؤسسة الأخطاء التي وقعت فيها على كل المستويات لتحسين جودة منتجاتها بصفة مستمرة |

نلاحظ من خلال الجدول رقم 31 أن بعد تطبيق ادارة الجودة الشاملة قد حقق وزن نسبي كلي بعدم الموافقة على ما جاء في فقرات البعد، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي قيمة 2.49 ، بانحراف معياري قدر بقيمة 0.733 ، ما يبين عدم تطبيق كل مبادئ ادارة الجودة الشاملة و هذا ما يؤكد ما جاء في المبحث السابق بعدم تحصيل المؤسسة عموما على شهادة إيزو 9001 و عدم العمل على الحصول عليها، فبالرغم من عدم إتباع كل المبادئ إلا أن هناك منها من تمت الموافقة عليه كمبدأ الاهتمام بالزبون و العمل على التحسين المستمر للجودة داخل المؤسسة إذ لاقت قبول نتيجة حساب متوسط قدر بـ 3.03 بانحراف 0.915 و متوسط 2.66 بانحراف 0.819 على الترتيب.

المطلب الثاني: وصف فقرات المحور الثاني : التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة (متغير تابع)

تم قياس إجابات مفردات العينة بالاعتماد على مجموعة من الفقرات وضعت لقياس خمس أبعاد تمثل البعد الأول في مقياس جودة المنتج بـ 03 فقرات، البعد الثاني في مقياس التكلفة بـ 04 فقرات، البعد الثالث في مقياس المرونة بـ 03 فقرات، و البعد الرابع في مقياس التسليم بـ 03 فقرات أما البعد الأخير فتمثل في مقياس السوق بـ 04 فقرات.

1-2- وصف فقرات البعد الأول : مقياس جودة المنتج: (Y1)

تم قياس إجابات مفردات العينة على بعد جودة المنتج من خلال 03 فقرات و لتعرف عليها من خلال الجدول رقم 32 التالي:

الجدول رقم 32: وصف الإجابات حول البعد الأول : مقياس جودة المنتج

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|--|
| أتفق | 0,497 | 3,19 | البعد الأول : مقياس جودة المنتج (Y1) |
| أتفق | 0,553 | 3,24 | تسمح أساليب إدارة الجودة المتبعة في المؤسسة بتخفيض نسبة الإنتاج التالف |
| أتفق بشدة | 0,609 | 3,25 | تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة يؤدي إلى تقليل عدد شكاوي الزبائن |
| أتفق | 0,692 | 3,08 | ينخفض حجم الإنتاج المرتد من طرف الزبائن نتيجة استخدام أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم 32 أن بعد مقياس جودة المنتج قد حقق وزن نسبي كلي بدرجة موافق نتيجة لبلوغ المتوسط الحسابي قيمة 3.19 بانحراف معياري قدر ب 0.497 ما يبين الاتفاق النسبي لعينة الدراسة حول فقرات البعد ككل، حيث نلاحظ حصول الفقرة الثالثة و المتعلقة بمدى تقليل شكاوي الزبائن نتيجة تطبيق أساليب ادارة الجودة الحصول على موافقة شديدة من طرف مؤسسات العينة المدروسة إذ قدر المتوسط الحسابي لها ب 3.25 بانحراف معياري 0.609 يليه في ذلك انخفاض حجم الإنتاج المرتد ثم فقرة تخفيض نسبة الإنتاج التالف و منه فان أساليب ادارة الجودة المطبقة تساعد على التحسين من جودة المنتج حسب إجابات عينة الدراسة.

2-2-وصف فقرات البعد الثاني: مقياس التكلفة (Y2)

سنقوم بوصف إجابات العينة عن البعد الثاني المتعلق بمقياس التكلفة من خلال قياسه باستعمال 04 فقرات، و الجدول رقم 33 يوضح ذلك

الجدول رقم 33: وصف الإجابات حول البعد الثاني: مقياس التكلفة

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|--|
| أتفق | 0,750 | 2,76 | البعد الثاني : مقياس التكلفة (Y2) |
| أتفق | 0,865 | 2,67 | تستطيع المؤسسة تخفيض تكاليف الإنتاج نتيجة استعمالها لأساليب إدارة الجودة |
| أتفق | 0,904 | 2,51 | يساهم تطبيق أساليب إدارة الجودة في تخفيض أسعار منتجات المؤسسة مقارنة بمنافسيها |
| أتفق | 0,914 | 2,85 | يمكن تطبيق أساليب إدارة الجودة من رفع نسبة الانتفاع من الموارد المادية للمؤسسة |
| أتفق | 0,910 | 3,00 | ترفع أساليب إدارة الجودة المتبعة في المؤسسة من إنتاجية رأس مال المؤسسة |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 33 حصول بعد مقياس التكلفة على وزن نسبي كلي بالموافقة إذ قدر متوسطه الحسابي 2.76 بانحراف معياري قدر ب 0.750 و هذا ما يدل على أن تطبيق أساليب ادارة الجودة داخل مؤسسات العينة يؤدي إلى انخفاض تكاليف الإنتاج و الرفع من إنتاجية الموارد المتاحة

لإنتاج المشروبات، فقد حازت الفقرة الأخيرة على أعلى متوسط بقيمة 03 و هذا ما يؤكد على أن أساليب ادارة الجودة تؤدي إلى الرفع من إنتاجية رأس المال للمؤسسات محل الدراسة.

3-2- وصف فقرات البعد الثالث : مقياس المرونة (Y3)

وبالنسبة للبعد الثالث المتعلق بالمرونة فقد تم قياس إجابات أفراد العينة بوضع ثلاث فقرات خاصة به و الجدول رقم 34 يبين نتائج القياس فيمايلي

الجدول رقم 34: وصف الإجابات حول البعد الثالث : مقياس المرونة

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| أتفق | 0,662 | 2,66 | البعد الثالث: مقياس المرونة (Y3) |
| أتفق | 0,881 | 2,46 | تساعد أساليب إدارة الجودة على تغيير حجم المنتجات و مواصفاتها بما يلاءم حاجات ورغبات الزبائن |
| أتفق | 0,791 | 2,98 | تمكّن أساليب إدارة الجودة من جعل خط الإنتاج أكثر كفاءة |
| أتفق | 0,892 | 2,55 | يساعد تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة من إنتاج تشكيلة متنوعة من المنتجات في يوم عمل واحد |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لدينا من خلال الجدول رقم 34 أن مقياس المرونة لقي اتفاق من طرف أفراد العينة بمتوسط كلي قدره 2.66، و بانحراف يعبر عن مدى تشتت إجابات الأفراد العينة و الذي يساوي سوى 0.662 ما يدل عن توافق إجابات العينة ، وقد تناول هذا البعد ما إذا كان لأساليب الجودة دور في الرفع من كفاءة خط الإنتاج و كانت الإجابة بموافقة من طرف العينة بوسط قدره 2.98 ، يليه في ذلك مساعدة أساليب ادارة الجودة في تنويع الإنتاج فلفت الموافقة كذلك بمتوسط قدره 2.55، و أخيرا مدى مساعدة الأساليب في تغيير حجم الإنتاج و مواصفاته حسب رغبات الزبون فكانت الإجابات ذات وزن نسبي بالمرافقة بمتوسط قدره 2.46 ز هذا ما يدل على أن تطبيق أساليب ادارة الجودة في مؤسسات العينة يؤدي إلى الرفع من مرونة العملية الإنتاجية للمشروبات

4-2- وصف فقرات البعد الرابع: التسليم (Y4)

تم قياس إجابات العينة فيما يخص ما يخص البعد الرابع و الخاصة بالتسليم من خلال طرح ثلاث فقرات على أفراد العينة.و الجدول رقم 35 يوضح ذلك

الجدول رقم 35: وصف الإجابات حول البعد الرابع: التسليم

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| أتفق | 0,695 | 2,81 | البعد الرابع: التسليم (Y4) |
| أتفق | 0,778 | 2,98 | يسمح تطبيق أساليب إدارة الجودة بالوفاء بالتزامات المؤسسة اتجاه زبائنها في الآجال المتفق عليها |
| أتفق | 0,812 | 2,87 | يساعد تطبيق أساليب إدارة الجودة بتسريع استلام الزبائن لطلباتهم مقارنة بالمنافسين |
| أتفق | 0,855 | 2,58 | تساهم أساليب إدارة الجودة في تسريع عملية عرض منتجات جديدة للزبائن |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم 35 أن بعد التسليم قد حقق وزن نسبي كلي بدرجة موافق نتيجة لبلوغ المتوسط الحسابي قيمة 2.81 بانحراف معياري قدره 0.695 ما يبين الاتفاق النسبي لعينة الدراسة حول فقرات البعد ككل، حيث نلاحظ حصول الفقرة الأولى على الموافقة بمتوسط حسابي قيمته 2.98 أي أن أساليب ادارة الجودة تسمح بالوفاء بالتزامات المؤسسات محل الدراسة اتجاه زبائنها و في الآجال المتفق عليها، أما الفقرة الثانية التي تعنى بمدى تسريع استلام الزبائن لطلباتهم مقارنة بالمنافسين نتيجة لاستعمالهم لأساليب ادارة الجودة فقد لقت القبول كذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.87، أما مساهمة أساليب ادارة الجودة في تسريع عملية عرض منتجات جديدة و التي تجسد الفقرة الأخيرة فقد لقت القبول كذلك بمتوسط قدره 2.58 ، وهذا ما يدل و يؤكد مساهمة أساليب ادارة الجودة المطبقة في عينة الدراسة في التحسين من تسليم المنتجات للمستهلكين

5-2- وصف فقرات البعد الخامس : مقاييس السوق (Y5)

تم تخصيص 04 فقرات للبعد الخامس المتعلق بمقياس السوق، و الجدول رقم 36 الموالي يصف إجابات أفراد العينة

الجدول رقم36: وصف الإجابات حول البعد الأول : مقاييس السوق

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| أتفق بشدة | 0,364 | 3,45 | البعد الخامس: مقاييس السوق (Y5) |
| أتفق بشدة | 0,485 | 3,37 | يؤدي تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة بزيادة مبيعاتها في السوق ومنه زيادة ربحيتها |
| أتفق بشدة | 0,503 | 3,50 | تساعد أساليب إدارة الجودة للمؤسسة على الحفاظ على حصتها السوقية |
| أتفق بشدة | 0,520 | 3,55 | تساهم أساليب إدارة الجودة للمؤسسة بالرفع من حصتها السوقية |
| أتفق بشدة | 0,549 | 3,39 | يسمح تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة بدخولها و اقتحامها لأسواق جديدة |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم 36 أن بعد مقاييس السوق قد حقق وزن نسبي كلي بدرجة موافق بشدة في كل فقراته، إذ قدر المتوسط الحسابي للبعد الكلي بـ 3.45 بانحراف معياري يساوي 0.364، أما بالنسبة لمتوسطات الحسابية لفقرات البعد فقد تراوحت ما بين 3.37 و 3.55 بانحرافات لا تتجاوز 0.549، وهذا ما يدل على الموافقة الشديدة بأن أساليب ادارة الجودة المطبقة في العينة تساعد على الرفع من مقاييس السوق فقد تزيد من مبيعاتها أو تساعد على الحفاظ على الحصة السوقية للمؤسسة، و تساهم في الرفع منها، و تسمح باقتحام أسواق جديد و توسيع مجال عملها أكثر.

المطلب الثالث: وصف المحاور الأساسية :

بعد وصفنا لإجابات أفراد العينة المدروسة على كل من أبعاد المتغير التابع و المستقل نتطرق الآن من خلال الجدول رقم 37 إلى توضيح نتائج الإحصاءات الوصفية لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بكل من المتغير المستقل المتعلق بتطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة و المتغير التابع الموسوم بتأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة مجتمعة.

الجدول رقم 37: وصف الإجابات حول المحاور الأساسية

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| أتفق | 0.596 | 2.71 | المحور الأول :تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة (X) |
| أتفق | 0.471 | 2.97 | المحور الثاني : تأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة (Y) |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم 37 حصول كل من المحورين الأساسيين للدراسة على وزن نسبي بالموافقة من طرف مفردات العينة و ذلك بأوساط حسابية تساوي 2.71 بالنسبة للمتغير المستقل الخاص بمدى تطبيق أساليب إدارة الجودة في المؤسسات محل الدراسة و ذلك يدل على تواجدها و تطبيقها بالعينة ولو أنها لا تعطي اهتماما كبيرا بأسلوب إدارة الجودة الشاملة و لا تطمح إلى الحصول على شهادات وفقا لمعايير و مواصفات عالمية ولو كانت في مجال الصناعة و السلامة الغذائية، أما فيما يخص المتغير التابع المتعلق بالتأهيل و الأداء التنافسي للمؤسسة فقد ساوى المتوسط الحسابي عن إجابات الأفراد ما قيمته 2.97 بانحراف معياري يساوي 0.471 و هذا يدل على الاهتمام بتحسين الأداء التنافسي لمؤسسات العينة بالاستعانة بأساليب إدارة الجودة المطبقة بداخلها.

المبحث الرابع: تحليل النتائج و اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة

إن عملية اختبار الفرضيات تسبقها عدة اختبارات، أهمها التعرف على طبيعة البيانات من خلال نوع التوزيع الذي تخضع له ، وكذا العلاقة التي تربط المتغيرات المستقلة بالمتغيرات التابعة، و لنبدأ باختبار التوزيع الطبيعي باستعمال اختبار Kolmogorov-Smirnov في المطلب الأول

المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة:

لقد تم اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة من خلال الجدول رقم 38 الآتي:

الجدول رقم 38: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov

| مستوى الدلالة | اختبار Kolmogorov-Smirnov | المحاور و الأبعاد |
|---------------|---------------------------|--|
| 0,067 | 1,303 | المحور الأول: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة (المتغير المستقل X) |
| 0,174 | 1,105 | البعد الأول: أسلوب المعاينة X1 |
| 0,051 | 1,353 | البعد الثاني: الرقابة الإحصائية للجودة X2 |
| 0,089 | 1,247 | البعد الثالث: ضمان جودة المنتج X3 |
| 0,29 | 1,452 | البعد الرابع: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة X4 |
| 0,426 | 0,877 | المحور الثاني: التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة (المتغير التابع Y) |
| 0,3 | 1,813 | البعد الأول: مقياس جودة المنتج Y1 |
| 0,24 | 1,489 | البعد الثاني: مقياس التكلفة Y2 |
| 0,076 | 1,28 | البعد الثالث: مقياس المرونة Y3 |
| 0,13 | 1,583 | البعد الرابع: التسليم Y4 |
| 0,057 | 334,1 | البعد الخامس: مقياس السوق Y5 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 38 أعلاه أن اختبار التوزيع الطبيعي قد بلغ في كل متغيرات الدراسة قيم ذات مستويات دلالة أكبر من 0.05 ألا وهو مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ، ما يؤدي بنا

قبول الفرض الصفري الذي محتواه أن البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة كلها تتبع التوزيع الطبيعي.

المطلب الثاني: اختبار العلاقة ما بين متغيرات الدراسة :

و لتوضيح العلاقة بين متغيرات الدراسة نقوم بحساب معامل الارتباط فيما بينها و الجدول رقم 39 الموالي يبرز نتائج اختبار العلاقة ما بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة للدراسة:

جدول رقم 39: نتائج معامل الارتباط بين المتغيرات الدراسة.

| مستوى دلالة الاختبار R | قيمة معامل الارتباط R | العلاقة |
|---------------------------|--------------------------|---|
| 0.000 | 0.642 | العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة وجودة المنتج ($Y1 \leftarrow X$) |
| 0.000 | 0.821 | العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة و التكلفة ($Y2 \leftarrow X$) |
| 0.000 | 0.764 | العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة و المرونة ($Y3 \leftarrow X$) |
| 0.000 | 0.646 | العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة و التسليم ($Y4 \leftarrow X$) |
| 0.001 | 0.322 | العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة و مقاييس السوق ($Y5 \leftarrow X$) |
| 0.000 | 0.852 | العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة والتأهيل ورفع الأداء التنافسي للمؤسسة ($Y \leftarrow X$) |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم 39 أعلاه أن قيمة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة الرئيسية المتمثلة في عناصر أساليب ادارة الجودة مجتمعة و أبعاد متغير التأهيل ورفع الأداء التنافسي للمؤسسة قد جاءت معنوية نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها قيم متساوية قدرت بـ 0.0 وهي أقل

من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05 ما يجعلنا نستنج وجود علاقة ارتباط موجبة ما بين المتغيرات.

ولقد حققت العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة و التكلفة أعلى معامل ارتباط قدر بـ 0.821 ما يؤكد وجود علاقة طردية قوية ما بين المتغيرين، وهذا ما يبين اعتماد مؤسسات المشروبات على إتباع أساليب ادارة الجودة لتخفيض تكاليفها، و ذلك راجع لكون المؤسسات تنتهي إلى القطاع الصناعي الذي يقوم بإنتاج سلع استهلاكية (مادية) تتعلق تكاليفها مباشرة بالتحكم في العمليات الإنتاجية و مدى جودة القيام بها من جهة، و ما يجعل المسؤولين عن الإنتاج يعملون على تخفيض تكاليفها إلى أدنى درجة ممكنة و لكن شرط الحفاظ على المستوى المقبول من جودة المشروبات التي تلبى رغبات المستهلكين، فيجدون من ادارة الجودة الملجأ الوحيد الذي يساعدهم على لعب هذا الدور الثنائي ما بين تحقيق أدنى تكاليف ممكنة مع الحفاظ على مستوى الجودة المنتظر من طرف المستهلك.

في حين حققت العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة و مقاييس السوق أقل معامل ارتباط قدر بـ 0.321 ، ما يبين علاقة الارتباط الطردية الضعيفة ما بين المتغيرين، فمن مقابلتنا لبعض المسؤولين بمؤسسات صناعة المشروبات للعينة المدروسة تبين لنا صعوبة ربطهم لهذا العامل بأساليب ادارة الجودة إذ انه يصعب عليهم التعبير عن العلاقة التي يمكن أن تكون ما بين السوق و مقاييسه و تطبيقهم لأساليب ادارة الجودة و كان ذلك خاصة في المؤسسات التي لا تطبق مبادئ ادارة الجودة الشاملة إذ أن مسؤوليها ليس لديهم معرفة كبيرة عن ادارة الجودة الشاملة و إمكانية إيجاد علاقة بين تطبيقها لأساليب ادارة الجودة و التحسين من حصة المؤسسة في السوق والحفاظ عليها.

أما فيما يخص باقي المتغيرات فقد حققت نتائج معاملات الارتباط قيم أكبر من 0.6 ما يؤكد على العلاقة الطردية المتوسطة ما بين المتغيرات وهذا ما يفسر تواجد علاقة بين تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة و كل من جودة المنتج، مقياس التسليم و المرونة في الإنتاج و ذلك راجع إلى كون مؤسسات صناعة المشروبات تأخذ بعين الاعتبار أساليب ادارة الجودة و تعتبرها عنصرا هاما و جب الاهتمام بنشره داخل المؤسسة للتحكم في كل من مرونة العملية الإنتاجية لتلبية حاجات الزبون و تسليمه للمنتجات في الأجال المحددة و كذا بالجودة المنتظرة، إلا إن ذلك لا ينطبق على كل المؤسسات المدروسة فمقابلتنا للبعض منها بين رؤية المسؤولين للجودة على أنها جودة المنتج فقط و لا علاقة لها بالمرونة في تغيير كل من حجم و نوع المشروبات حسب متطلبات الزبون و لا بأجال التسليم للرفع من أداءها التنافسي و قد يرجع ذلك إلى عدم تكوين المسؤولين في تسيير الجودة بداخل المؤسسة و عدم رؤيتهم الإستراتيجية لما قد يمنحهم التحكم في الجودة بالمؤسسة و اختيار الأساليب المناسبة لإدارتها ما

ينتج عنه توسع مؤسستهم أكثر وتأهيلها لمواجهة المنافسة في السوق.

و لو نظرنا إلى العلاقة ما بين أساليب ادارة الجودة مجتمعة و أبعاد التأهيل ورفع الأداء التنافسي المؤسسة مجتمعة فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.852 ما يجعلنا نستنتج العلاقة الطردية القوية ما بين المتغيرين وهذا ما يدل على انه بالرغم من عدم وجود علاقة طردية قوية بين بعض أبعاد المتغير التابع كالمرونة و الجودة، و مقياس التسليم و المتغير المستقل إلا أن لها علاقة قوية إذا ما تم الجمع بينها، وهذا ما يبين أن أساليب ادارة الجودة تمثل مختلف الأدوات و الطرق الممكن استعمالها للوصول إلى أداء تنافسي لمؤسسات محل الدراسة و تأهيلها على مواجهة المنافسة التي يتميز بها محيطها، على أن يتم استعمال هذه الأساليب بطريقة ممنهجة و وفق نظام ادارة جودة يتم تكوين المسيرين والمسؤولين أولا من اجل وضعه و تطبيقه بالمؤسسة، ثم حث العمال على إتباعه و الالتزام به أثناء القيام بمهامه اليومية.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة:

حسب العناصر الرئيسية في الدراسة اقتضت الدراسة تبني نمطين من الاختبارات لاختبار فرضيات الدراسة أولهما اختبار اتجاه الآراء بمعنى التعرف على درجة تبني المؤسسات المدروسة لأساليب ادارة الجودة الشاملة، وثانيهما معرفة تأثير هذه الأساليب على التأهيل ورفع الأداء التنافسي وأبعادهما.

1- فرضيات اتجاه الآراء :

بمعنى مقارنة متوسطات إجابات عينة الدراسة مع المتوسط الفرضي ، ونستعمل في ذلك اختبار ستودنت لعينة واحدة بمعنى اختبار معلمي نتيجة لخضوع متغيرات الدراسة إلى اختبار التوزيع الطبيعي بالإضافة إلى عشوائية العينة وكبرها .

تتم عملية اختبار الفرضيات من الناحية المنهجية باختبار الفرضيات الفرعية فالرئيسية وذلك كما يلي:

1-1- الفرضية الفرعية الأولى :

تتبنى المؤسسات المدروسة أسلوب المعاينة من حيث شروط تطبيقها و مراحلها .

تمت الإجابة عن هذه الفرضية من خلال الجدول رقم 40 الآتي :

جدول رقم 40: اختبار ستودنت للفرضية الأولى

| اختبار T | درجة الحرية | الوسط الفرضي | الوسط الحسابي | مستوى الدلالة | البيان |
|----------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| 14.335 | 99 | 2 | 2.82 | 0.00 | قيمة الاختبار |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 40 أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 14.335 بمستوى دلالة 0.00 ، حيث نلاحظ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، هذه النتيجة تجعلنا نرفض الفرض الصفري أي أن متوسط الإجابات يساوي 2 ونقبل الفرض الذي ينص على أن المتوسطات تختلف عن 2 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 2.82 ، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك موافقة ما يظهر في فقرات الجدول الخاص بالأوزان النسبية رقم 27 على أن المؤسسات المدروسة تتبنى أسلوب المعاينة من حيث شروط تطبيقها ومراحلها ، بمعنى صحة الفرضية الفرعية الأولى.

1-2-الفرضية الفرعية الثانية :

تتبنى المؤسسات المدروسة أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة

تمت الإجابة عن هذه الفرضية من خلال الجدول رقم 41 الآتي :

جدول رقم 41: اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثانية

| اختبار T | درجة الحرية | الوسط الفرضي | الوسط الحسابي | مستوى الدلالة | البيان |
|----------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| 4.204 | 99 | 2 | 2.37 | 0.00 | قيمة الاختبار |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 41 أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 4.204، مستوى دلالة 0.00 ، حيث نلاحظ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، هذه النتيجة تجعلنا نرفض الفرض

الصفري أي أن متوسط الإجابات يساوي 2 و نقبل الفرض الذي ينص على أن المتوسطات تختلف عن 2 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 2.37 ، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك عدم الموافقة على ما جاء في فقرات البعد الخاص بأسلوب الرقابة الإحصائية للجودة حسب ما يظهر من خلال الجدول الخاص بالأوزان النسبية رقم 28 ما يجعلنا نستنتج أن المؤسسات المدروسة لا تتبنى بصورة واسعة أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة، بمعنى عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية . وهذا راجع إما لعدم حيافة المؤسسة على أدوات الرقابة الإحصائية، أو عدم إتقان استعمالها لها خاصة و أنها عبارة عن تقنيات كمية و تحليلية، تعتمد على إدراج برمجيات جديدة في المؤسسة تعمل على تتبع جودة المنتج منذ بداية إنتاجه إلى خروجه من الوحدة الإنتاجية، وهذا ما يتطلب من المؤسسة توظيف يد عاملة ذات كفاءة و خبرة في هذا المجال أو تكوين عمالها للتمكن من اقتناء و استعمال هته الأدوات.

3-1-الفرضية الفرعية الثالثة:

تتبنى المؤسسات المدروسة أهم الأساليب لضمان جودة المنتج

تمت الإجابة عن هذه الفرضية من خلال الجدول رقم 42 الآتي :

جدول رقم 42: اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثالثة

| اختبار T | درجة الحرية | الوسط الفرضي | الوسط الحسابي | مستوى الدلالة | البيان |
|----------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| 21.024 | 99 | 2 | 3.05 | 0.00 | قيمة الاختبار |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 42 أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 21.024، مستوى دلالة 0.00، حيث نلاحظ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، هذه النتيجة تجعلنا نرفض الفرض الصفري أي أن متوسط الإجابات يساوي 2 و نقبل الفرض الذي ينص على أن المتوسطات تختلف عن 2 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.05 ، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك موافقة على ما جاء في بنود البعد المتعلق بإتباع أسلوب ضمان الجودة حسب ما يظهر من خلال الجدول الخاص بالأوزان النسبية رقم 29 ما يجعلنا نستنتج أن المؤسسات المدروسة تتبنى بصورة واسعة أسلوب ضمان جودة، بمعنى صحة الفرضية الفرعية الثالثة.

1-4-الفرضية الفرعية الرابعة :

تطبيق المؤسسات المدروسة مبادئ إدارة الجودة الشاملة

تمت الإجابة عن هذه الفرضية من خلال الجدول رقم 43 الآتي :

جدول رقم 43: اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الرابعة

| البيان | مستوى الدلالة | الوسط الحسابي | الوسط الفرضي | درجة الحرية | اختبار T |
|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----------|
| قيمة الاختبار | 0.00 | 2.49 | 2 | 99 | 6.736 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 43 أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 6.736 ، مستوى دلالة 0.00 ، حيث نلاحظ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، هذه النتيجة تجعلنا نرفض الفرض الصفري أي أن متوسط الإجابات يساوي 2 و نقبل الفرض الذي ينص على أن المتوسطات تختلف عن 2 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 2.49 ، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك عدم الموافقة على ما جاء في بنود البعد حسب ما يظهر من خلال الجدول الخاص بالأوزان النسبية رقم 31 ما يجعلنا نستنتج أن المؤسسات المدروسة لا تتبنى بصورة واسعة أسلوب مبادئ إدارة الجودة الشاملة، بمعنى عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة . لكل بالنظر لقيمة المتوسط فهي قريبة جدا من مجال الموافقة ما يؤكد على أن مبادئ ادارة الجودة الشاملة غير مطبقة بصورة واسعة وهناك القليل فقط من المؤسسات التي تتبناها وهذا ما يؤكد جدول رقم 25 الخاص بمدى حيابة المؤسسات المدروسة على شهادات إذ مثلت سوى 04% منها من تمتلك شهادة بمواصفات إيزو 9001 حول نظام ادارة الجودة، ويعود انخفاض هذه النسبة إلى طول الإجراءات اللازمة لذلك وإعادة تنظيم المؤسسة حسب نظام ادارة الجودة خاص بالمواصفة المرجو الحصول عليها ويتم ذلك على كل مستويات المؤسسة و بكل وظائفها، فلا يجب أن ننسى أن الأمر متعلق بصناعيين خواص هدفهم الأساسي دائما هو تحقيق اكبر ربح ممكن بأقل تكلفة ممكنة و في اقرب وقت كان، فالعمل على تتبع و إدماج ادارة الجودة الشاملة بمؤسساتهم ليس بالأمر الضروري بالنسبة إليهم خاصة مع غياب سياسة تشجيعية تعمل على تشجيع الاعتماد وفق مواصفات الجودة، وهذا اكبر دليل عن الفشل في إدماج ذلك في المؤسسات الصناعية الجزائرية

5-1-الفرضية الرئيسية الأولى:

تطبق المؤسسات المدروسة أهم أساليب ادارة الجودة بالمؤسسة

تمت الإجابة عن هذه الفرضية من خلال الجدول رقم 44 الآتي :

جدول رقم 44: اختبار ستودنت للفرضية الرئيسية الأولى

| اختبار T | درجة الحرية | الوسط الفرضي | الوسط الحسابي | مستوى الدلالة | البيان |
|----------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| 11.954 | 99 | 2 | 2.71 | 0.00 | قيمة الاختبار |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 44 أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 11.954 بمستوى دلالة 0.00 ، حيث نلاحظ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، هذه النتيجة تجعلنا نرفض الفرض الصفري أي أن متوسط الإجابات يساوي 2 و نقبل الفرض الذي ينص على أن المتوسطات تختلف عن 2 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 2.71 ، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق على ما جاء في بنود المتغير المستقل الخاص بتطبيق أساليب ادارة الجودة الشاملة حسب ما يظهر من خلال الجدول الخاص بالأوزان النسبية رقم 37 ما يجعلنا نستنتج أن المؤسسات المدروسة تطبق أساليب ادارة الجودة لكن بصورة نسبية لان المتوسط الحسابي قريب من مجال عدم الموافقة وهذا ما يظهر من خلال نتائج الفرضيات الفرعية أي هناك أساليب لإدارة الجودة تتبناها المؤسسة و أخرى لا إذ أن نتائج الفرضيات الفرعية جاءت بقبول الفرضية الفرعية الأولى بان المؤسسات تتبنى أسلوب المعاينة في مراقبة جودة منتجاتها و قد يكون ذلك قبل البدء أو أثناء القيام بإنتاجها للمشروبات، إلا أنها لا تتبع أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة و لا تستعمل استعمالا واسعا لها و لأدواتها و ذلك حسب الفرضية الفرعية الثانية الخاصة بذلك، أما فيما يخص ضمان الجودة فقد جاءت الفرضية الثالثة بالقبول إذ أن مؤسسات العينة تعمل على ضمان جودة منتجاتها و على إتباع مبادئ الأساليب الخاصة بذلك على الرغم من عدم حصولها على شهادات خاصة بضمنان جودة الغذاء و إتباع أسلوب تحليل المخاطر و التحكم في النقاط الحرجة، و بالنسبة للفرضية الفرعية الأخيرة فقد تبين عدم قبولها نظرا للتطبيق المحتشم لمبادئ ادارة الجودة الشاملة في مؤسسات العينة المدروسة فبالرغم من التطبيق النسبي لأساليب ادارة الجودة في المؤسسة إلا أننا سنعمل على توضيح مدى اثر ذلك على التأهيل ورفع الأداء التنافسي .

2-فرضيات أثر المتغيرات على بعضها البعض :

هنا سيتم دراسة أثر المتغير المستقل ألا وهو تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على التأهيل ورفع الأداء التنافسي للمؤسسة وكذا على كل بعد من أبعاد هذا المتغير التابع مع إتباع نفس المنهجية بمعنى من الفرضيات الفرعية إلى الفرضية الرئيسية .

2-1- الفرضية الفرعية الأولى:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على جودة المنتج في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .

للإجابة عن هذه الفرضية نعرض الجدول رقم 45 التالي :

جدول رقم 45: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين ANOVA

| النموذج | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | اختبار F | مستوى الدلالة |
|----------------|----------------|--------------|------------------------|----------|---------------|
| تباين الانحدار | 10,089 | 1 | 10,089 | 68,603 | ,0000 |
| تباين البواقي | 14,412 | 98 | ,1470 | | |
| التباين الكلي | 24,501 | 99 | | | |
| معامل التحديد | 0.412 | | معامل التحديد المعياري | 0.406 | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول رقم 45 أعلاه نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على جودة المنتج قد بلغت 68.603 ، حيث نلاحظ أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها 0.00، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على جودة المنتج

أما بالنسبة لمعامل التحديد فقد بلغت قيمته 0.412 ، ما يبين أن التغيرات التي تحدث في

جودة المنتج يوجد منها ما نسبته 41.2% سببها التوسع في تطبيق أساليب ادارة الجودة. أي إن 41.2% من التغيرات التي قد تحدث على جودة المنتج سببها تطبيق أساليب ادارة الجودة بمؤسسات العينة وهذا طبيعي لأن الهدف من ادارة الجودة الأساسي هو التأثير الايجابي على جودة المنتج و جعله أكثر تنافسية في السوق مقارنة بمنتجات المؤسسات الأخرى.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين كل من المتغير المستقل (أساليب ادارة الجودة X) والمتغير التابع الفرعي الأول (جودة المنتج Y) فهو موضح في الجدول رقم 46 التالي:

جدول رقم 46: نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين

| النموذج | B معامل الانحدار | الخطأ المعياري | Beta | الاختبار T | مستوى الدلالة t |
|---------------|------------------|----------------|-------|------------|-----------------|
| الثابت | 1,737 | ,1800 | / | 9,679 | ,0000 |
| التابع الجودة | ,5350 | ,0650 | ,6420 | 8,283 | ,0000 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

العلاقة بين المتغيرين موضحة كما يلي :

$$\text{جودة المنتج} = 1.737 + 0.535 * \text{تطبيق أساليب ادارة الجودة}$$

بمعنى أنه كلما تغيرت أساليب ادارة الجودة بالمؤسسة بوحدة واحدة أدى لتغير جودة المنتج بـ0.535، أما باقي التغيرات التي تؤثر في جودة المنتج تفسرها عوامل الأخرى لم يتم التطرق إليها بمقدار 1.737 فقد تكون متعلقة بجودة المواد الداخلة في تركيبة المنتج، أو نمط الإنتاج المتبع أثناء العملية الإنتاجية، أو كفاءة و خبرة اليد العاملة المنتجة للمنتج، أو الوصفة المستعملة في إنتاج المشروب وغيرها.

2-2- الفرضية الفرعية الثانية :

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على التكلفة في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .

للإجابة عن هذه الفرضية نعرض الجدول رقم 47 التالي :

جدول رقم 47: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين ANOVA

| النموذج | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | اختبار F | مستوى الدلالة |
|----------------|----------------|------------------------|----------------|----------|---------------|
| تباين الانحدار | 37,557 | 1 | 37,557 | 203,068 | ,0000 |
| تباين البواقي | 18,125 | 98 | ,1850 | | |
| التباين الكلي | 55,682 | 99 | | | |
| معامل التحديد | 0.674 | معامل التحديد المعياري | 0.671 | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول رقم 47 أعلاه نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على التكلفة قد بلغت 203.068، حيث نلاحظ أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها 0.00، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على تكلفة المنتج

أما بالنسبة لمعامل التحديد فنجد أنه قد بلغت قيمة 0.674، ما يبين أن التغيرات التي تحدث في تكلفة المنتج يوجد منها ما نسبته 67.4% سببها التوسع في تطبيق أساليب ادارة الجودة. أي أن تطبيق أساليب ادارة الجودة يؤدي إلى تغير تكلفة المنتج بـ 67.4% ذلك كون استعمال أساليب ادارة الجودة يساعد على التحكم أكثر في العملية الإنتاجية بالمؤسسات، وكذا التحكم أكثر بكل وظائف المؤسسة إذا كانت تتبع أسلوب ادارة الجودة الشاملة، كما يساعدها على الرفع من إنتاجيتها وهذا ما يخفف التكاليف الخاصة بإنتاج المشروبات، ومنه إمكانية تأهيل المؤسسة أكثر على المنافسة في السوق من خلال إمكانية عرضها لمنتجات ذات أسعار تنافسية مقارنة بمنافسيها، فبالرغم من التطبيق النسبي لأساليب ادارة الجودة إلا أن تأثيرها كبيرا على تكلفة المنتجات محل الصنع.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بينهما هو كما موضح في الجدول رقم 48 الموالي:

جدول رقم 48: نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين

| النموذج | B معامل الانحدار | الخطأ المعياري | Beta | الاختبار T | مستوى الدلالة t |
|------------------|------------------|----------------|-------|------------|-----------------|
| الثابت | -0,045 | ,2010 | / | -,223 | ,8240 |
| التابع : التكلفة | 1,033 | ,0720 | ,8210 | 14,250 | ,0000 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

العلاقة بين المتغيرين موضحة كما يلي :

$$\text{تكلفة المنتج} = -0.045 + 1.033 * \text{تطبيق أساليب ادارة الجودة}$$

بمعنى أنه كلما تغيرت أساليب ادارة الجودة بوحدة واحدة أدى لتغير التكلفة بـ 1.033، بمعنى أنها مكلفة للمؤسسة وبالتالي زيادة المصاريف في مختلف المجالات إذ أن تطبيق ادارة الجودة بالمؤسسة يتطلب مصاريف إضافية لإقامة نظام جودة بالمؤسسة أو إتباع أساليب إحصائية للمراقبة على الجودة أو الشروع في الحصول على شهادات جودة يتطلب مصاريف إضافية قد تظهر حينها على شكل أعباء بالنسبة للمؤسسة إلا أن ذلك ينعكس إيجابا مع مرور الوقت ويساعد المؤسسة على تخفيض تكاليف إنتاجها من خلال تخفيض نسبة الإنتاج المعيب أو القيام بالعملية الإنتاجية بطريقة أكثر فعالية مثلا، أو التخفيض في المصاريف الإدارية في حالة إتباع ادارة الجودة الشاملة، والتركيز أكثر على جودة المنتج وتفادي التبذير وهذا ما تؤكد قيمة الثابت التي تعني تخفيض التكاليف بقيمة (0.045).

3-2- الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على المرونة في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .

للإجابة عن هذه الفرضية نعرض الجدول رقم 49 التالي :

جدول رقم 49: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين ANOVA

| النموذج | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | اختبار F | مستوى الدلالة |
|----------------|----------------|--------------|------------------------|----------|---------------|
| تباين الانحدار | 25,353 | 1 | 25,353 | 137,348 | ,0000 |
| تباين البواقي | 18,090 | 98 | ,1850 | | |
| التباين الكلي | 43,443 | 99 | | | |
| معامل التحديد | 0.584 | | معامل التحديد المعياري | 0.579 | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول رقم 49 أعلاه نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على المرونة قد بلغت 137.348، حيث نلاحظ أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها 0.00 ، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على المرونة

أما بالنسبة لمعامل التحديد فقد بلغت قيمته 0.584 ، ما يبين أن التغيرات التي تحدث في المرونة يوجد منها ما نسبته 58.4% سببها التوسع في تطبيق أساليب ادارة الجودة، أي أن تطبيق أساليب ادارة الجودة يؤدي إلى تغير المرونة في العملية الإنتاجية بـ 58.4% فتتبع العملية الإنتاجية خطوة بخطوة لمراقبة الجودة فيها يسهل عملية القيام بمختلف التغييرات ، كما أن التركيز على الزبون من مبادئ ادارة الجودة الشاملة هذا يجعل المؤسسة مرنة أكثر في القيام بمختلف التغييرات لإرضائه، فرغم التطبيق النسبي لأساليب ادارة الجودة إلا أن تأثيرها كبير على مرونة الإنتاج، فالتوسع في تطبيقها سيعطي نتائج جيدة فيما يخص المرونة.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بينهما فهو موضح في الجدول رقم 50 كما يلي:

جدول رقم 50: نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين

| النموذج | B معامل الانحدار | الخطأ المعياري | Beta | الاختبار T | مستوى الدلالة t |
|----------------|------------------|----------------|-------|------------|-----------------|
| الثابت | ,3610 | ,2010 | / | 1,794 | ,0760 |
| التابع المرونة | ,8490 | ,0720 | ,7640 | 11,720 | ,0000 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

العلاقة بين المتغيرين موضحة كما يلي :

$$\text{المرونة} = 0.361 + 0.849 * \text{تطبيق أساليب ادارة الجودة}$$

أي انه كلما تغير أساليب ادارة الجودة بوحدة واحدة أدى لتغير المرونة بـ 0.849 ، أما باقي العوامل التي تؤثر على المرونة قدرت بـ 0.361 ولم يتم ذكرها في النموذج فقد تكون متعلقة بنمط الإنتاج المتبع في المؤسسات، أو علاقة المؤسسة مع مورديها، وقد يتعلق الأمر حتى بالسياسة أو الطريقة التي تسير بها المؤسسة، فالمرونة قد تتأثر بطبيعة المسير أو رجل الأعمال الذي يدير أمور المؤسسة كذلك

4-2- الفرضية الفرعية الرابعة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على التسليم في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .

للإجابة عن هذه الفرضية نعرض الجدول رقم 51 التالي :

جدول رقم 51: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين ANOVA

| النموذج | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | اختبار F | مستوى الدلالة |
|----------------|----------------|--------------|------------------------|----------|---------------|
| تباين الانحدار | 19,973 | 1 | 19,973 | 70,254 | ,0000 |
| تباين البواقي | 27,861 | 98 | ,2840 | | |
| التباين الكلي | 47,834 | 99 | | | |
| معامل التحديد | 0.418 | | معامل التحديد المعياري | 0.412 | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول رقم 51 أعلاه نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على التسليم قد بلغت 70.254، حيث نلاحظ أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها 0.00 ، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على التسليم

أما بالنسبة لمعامل التحديد فقد بلغت قيمته 0.418 ، ما يبين أن التغيرات التي تحدث في التسليم يوجد منها ما نسبته 41.8% سببها التوسع في تطبيق أساليب ادارة الجودة، أي أن تطبيق أساليب ادارة الجودة يؤدي إلى تغير التسليم بـ 41.8% ذلك راجع إلى أن استعمال أساليب ادارة الجودة سيوفر الوقت من خلال تفادي القيام بالفحص الشامل لمنتجات المؤسسات و العمل على ضمان الجودة من الوهلة الأولى وهذا ما سيخفض في الإنتاج المعيب و يوفر الوقت خلال العملية الإنتاجية و ما يسمح من تسليم المنتجات في الآجال المحددة وربما قبل ذلك و ما يجعل المؤسسة في جاهزية لتلبية حاجات الزبون و منافسة المؤسسات الأخرى من هذه الناحية، فرغم التطبيق النسبي للأساليب إلا أن تأثيرها كبير و العمل على تبني أساليب ادارة الجودة في المؤسسة سيزيد من ذلك.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بينهما موضح في الجدول رقم 52 كما يلي:

جدول رقم 52 : نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين

| النموذج | B معامل الانحدار | الخطأ المعياري | Beta | الاختبار T | مستوى الدلالة t |
|----------------|------------------|----------------|-------|------------|-----------------|
| الثابت | ,7660 | ,2500 | / | 3,070 | ,0030 |
| التابع التسليم | ,7530 | ,0900 | ,6460 | 8,382 | ,0000 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

العلاقة بين المتغيرين موضحة كما يلي :

$$\text{التسليم} = 0.753 + 0.766 * \text{تطبيق أساليب ادارة الجودة}$$

بمعنى أنه كلما تغير أساليب ادارة الجودة بوحدة واحدة أدى لتغير التسليم بـ 0.753، أما باقي العوامل التي تؤثر على التسليم قدرت بـ 0.766 ولم يتم ذكرها في النموذج كعوامل داخلية بالمؤسسة مثل توفر وسائل الشحن، ونقل الضرورية لذلك بالمؤسسة، حيازة مخازن للمنتجات الجاهزة للتمكن من تحضيرها و تسليمها عن الحاجة في الآجال المتفق عليها، و عوامل خارجية كتواجد الهياكل القاعدية اللازمة لتسهيل عمليات التوزيع كتوفر شبكات مواصلات فعالة..

5-2- الفرضية الفرعية الخامسة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على مقاييس السوق في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .

للإجابة عن هذه الفرضية نعرض الجدول رقم 53 التالي :

جدول رقم 53: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين ANOVA

| النموذج | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | اختبار F | مستوى الدلالة |
|----------------|----------------|--------------|------------------------|----------|---------------|
| تباين الانحدار | 1,354 | 1 | 1,354 | 11,311 | ,0010 |
| تباين البواقي | 11,733 | 98 | ,1200 | | |
| التباين الكلي | 13,087 | 99 | | | |
| معامل التحديد | 0.103 | | معامل التحديد المعياري | | 0.094 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول رقم 53 أعلاه نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على مقاييس السوق قد بلغت 11.311، حيث نلاحظ أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها 0.001 ، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على مقاييس السوق

أما بالنسبة لمعامل التحديد فنجد أنه قد بلغت قيمة 0.103، ما يبين أن التغيرات التي تحدث في مقاييس السوق يوجد منها ما نسبته 10.3% سببها التوسع في تطبيق أساليب ادارة الجودة. أي أن تطبيق أساليب ادارة الجودة يؤدي إلى تغير في مقاييس السوق بـ 10.3% إلا أن هذا التغير صغير ما يبين الأثر القليل لأساليب ادارة الجودة على مقاييس السوق على عكس المتغيرات التابعة الفرعية الأخرى و هذا يدل على عدم علم اغلب مسؤولي المؤسسات محل الدراسة بأهمية واثرتطبيق ادارة الجودة على السوق ومدى ديناميكية النشاط فيه جراء ذلك، فيصعب عليهم الربط بين كل من ادارة الجودة التي تعتبر من الوظائف الداخلية للمؤسسة، و ميكانيزمات السوق و تنافسيته، فلا يعتبرون ادارة الجودة بالمؤسسة من العوامل التي تساعد على التأهيل التنافسي للمؤسسة، و يعود هذا الاعتقاد إلى البعد عن التكوين وربما رفض تغيير نمط التسيير داخل المؤسسة.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بينهما هو موضح في الجدول رقم 54 التالي:

جدول رقم 54 : نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين

| النموذج | Bمعامل الانحدار | الخطأ المعياري | Beta | الاختبار T | مستوى الدلالة t |
|---------------------|--------------------|-------------------|-------|------------|--------------------|
| الثابت | 2.920 | ,1620 | / | 18,031 | ,0000 |
| التابع مقاييس السوق | ,1960 | ,0580 | ,3220 | 3,363 | ,0010 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

العلاقة بين المتغيرين موضحة كما يلي :

$$\text{مقاييس السوق} = 2.92 + 0.196 * \text{تطبيق أساليب ادارة الجودة}$$

بمعنى أنه كلما تغير أساليب ادارة الجودة بوحدة واحدة أدى لتغير مقاييس السوق بـ 0.196 ، أما باقي العوامل التي تؤثر على التسليم قدرت بـ 2.92 ولم يتم ذكرها في النموذج كنوع السوق الذي تنشط فيه المؤسسة، أو سلوك المستهلك أذواقه تجاه المشروبات المنتجة من طرف مؤسسات العينة مثلا

6-2- الفرضية الرئيسية الثانية :

6-2-1- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .

للإجابة عن هذه الفرضية نعرض الجدول رقم 55 التالي:

جدول رقم 55: تحليل التباين لنموذج الاثر بين المتغيرين ANOVA

| النموذج | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | اختبار F | مستوى الدلالة |
|----------------|----------------|--------------|------------------------|----------|---------------|
| تباين الانحدار | 15,956 | 1 | 15,956 | 259,778 | ,0000 |
| تباين البواقي | 6,019 | 98 | ,0610 | | |
| التباين الكلي | 21,976 | 99 | | | |
| معامل التحديد | 0.726 | | معامل التحديد المعياري | 0.732 | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول رقم 55 أعلاه نلاحظ أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على التأهيل ورفع الأداء التنافسي للمؤسسات قد بلغت 259.778 ، حيث نلاحظ أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها 0.00 ، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على تأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة

أما بالنسبة لمعامل التحديد فنجد أنه قد بلغت قيمة 0.726 ، ما يبين أن التغيرات التي تحدث التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة يوجد منها ما نسبته 72.6% سببها التوسع في تطبيق أساليب ادارة الجودة، أي إن أساليب ادارة الجودة تؤثر في تأهيل المؤسسة وترفع من أدائها التنافسي بنسبة 72.6% . وهذا راجع إلى أن أساليب ادارة الجودة عبارة عن أساليب علمية، فرقابة عملية التصنيع إحصائيا سواء كان ذلك باستعمال المعاينة أو من خلال بعض الأدوات الإحصائية كخرائط المراقبة أو مخطط باريتو مثلا هي الأسلوب الرئيسي في الرقابة على جودة المنتجات الصناعية وتحديد مخرجات عملية الإنتاج فيما إذا كانت مطابقة للتصاميم وللمواصفات المنتظرة من طرف الزبون، وتوجيه العملية التصنيعية في نفس اتجاه السوق الذي تنشط فيه المؤسسة، كما أن ضمان الجودة يساعد على دراسة تكلفة الجودة و الاهتمام بقياس جودة السلع الصناعية و خلوها من الخلل، و إمكانية القيام بالتغييرات المناسبة في الوقت المناسب و هذا ما يعبر عن مرونة العملية الإنتاجية، أما ادارة الجودة الشاملة فهي اتفاق على طريقة عمل منظمة و مهيكله في صورة إجراءات فنية و إدارية فعالة و

متكاملة لتوجيه الأعمال المتناسقة للأفراد، و المكائن، والمعلومات الخاصة بالمصنع بأفضل و أكثر الطرق العملية لضمان رضا الزبون عن الجودة و الكلف الاقتصادية لها، وتواريخ التسليم و كل هذه العوامل ستساعد على تحقيق مختلف المتغيرات المتعلقة بالتأهيل التنافسي و رفع من الأداء التنافسي للمؤسسات قيد الدراسة و ما يجعلها قادرة على مواجهة المنافسة في السوق و التنافس مع بقية الناشطين في نفس مجال نشاطها ومزاحمتهم للفوز بحصص سوقية أكبر من ما هي مستحوذة عليه.

2-6-2- نموذج الانحدار البسيط للمتغيرين:

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بينهما هو كما في الجدول رقم 56:

جدول رقم 56 : نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين

| النموذج | Bمعامل الانحدار | الخطأ المعياري | Beta | الاختبار T | مستوى الدلالة t |
|--|--------------------|-------------------|-------|------------|--------------------|
| الثابت | 1,148 | ,1160 | / | 9,895 | ,0000 |
| التابع التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة | ,6730 | ,0420 | ,8520 | 16,118 | ,0000 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

والعلاقة بين المتغيرين التابع والمستقل موضحة كما يلي :

$$\text{تأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة} = 1.148 + 0.673 * \text{تطبيق أساليب ادارة الجودة}$$

بمعنى أنه كلما تغير أساليب ادارة الجودة بوحدة واحدة أدى لتغير التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة بـ 0.673 ، أما باقي العوامل التي تؤثر على تأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة قدرت بـ 1.148 ولم يتم ذكرها في النموذج كإتباع الدولة لسياسات قد تشجع على تأهيل المؤسسات الصناعية لمواجهة المنافسة في السوق، أو السياسة التسييرية المتبعة داخل المؤسسة و التي قد يكون لها اثر على تأهيلها، أو اعتماد المؤسسة على سياسة تسعيرية تجعل من المنتج تنافسي في السوق و تمنحه تأهيلا لذلك وغيرها.

2-6-3-جودة النموذج الخاصة بالفرضية الرئيسية الثانية :

تتحقق جودة نموذج الانحدار البسيط بتوفر شروط طريقة المربعات الصغرى والمتمثلة فيما يلي:

- شرط المعنوية الكلية للنموذج:

يوضح الجدول السابق رقم 55، الممثل لتحليل التباين مستوى معنوية اختبار فيشر البالغة قيمة 259.778 جاءت بمستوى دلالة 0.00 ، حيث نلاحظ أنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 ، وعليه يمكن القول بأنه يوجد ميل للانحدار يختلف عن الصفر، ما يؤكد توفر شرط المعنوية الكلية لنموذج الانحدار البسيط بين المتغيرين.

- - شرط المعنوية الجزئية للنموذج

نلاحظ من الجدول رقم 56 أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 16.118 جاءت معنوية بمستوى دلالة 0.00 أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ما يؤكد شرط المعنوية الجزئية للنموذج .

- شرط إعتدالية التوزيع الاحتمالي للبواقي:

الجدول رقم 57 التالي يبين لنا نتائج توزيع البواقي الخاصة بالنموذج

الجدول رقم 57 : التوزيع الطبيعي لبواقي النموذج

| اختبار Shapiro-Wilk | | | اختبار Kolmogorov-Smirnov | | | نوع الاختبار |
|---------------------|-------------|---------------|---------------------------|-------------|---------------|--------------|
| مستوى الدلالة | درجة الحرية | قيمة الاختبار | مستوى الدلالة | درجة الحرية | قيمة الاختبار | |
| 1,0 | 100 | ,9140 | ,20 | 100 | ,1150 | قيم الاختبار |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

توضح النتائج المدرجة في الجدول رقم 57 مستوى معنوية اختبار Kolmogorov-Smirnov المقدر بـ 0.2 حيث أنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ما يجعلنا نقبل الفرض الصفري الذي يفرض بأن البواقي تخضع للتوزيع الطبيعي.

كذلك يمكن تأكيد ذلك بالنظر إلى مستوى دلالة اختبار Shapiro-Wilk البالغة قيمة 01 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 ما يؤكد على أن البواقي تخضع للتوزيع الطبيعي

• شرط الارتباط الذاتي للبواقي

نستخدم اختبار Durbin-Watson، للتعرف على شرط الارتباط الذاتي للبواقي وذلك من خلال الجدول رقم 58 الآتي :

جدول رقم 58: اختبار DW

| الاختبار | القيمة |
|-----------|--------|
| اختبار DW | 2.13 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 58 أعلاه أن قيمة الاختبار قد بلغت 2.13، وللتأكد من تحقيق الاختبار للشرط نرجع للجدول الإحصائي للتوزيع فنلاحظ أنها تنتمي إلى مجال استقلالية البواقي المستخرج من الجدول الخاص بالقيم الحرجة مع الأخذ بعين الاعتبار إلى أن عدد الحالات 100 وعدد المتغيرات المستقلة 1 يكون لدينا المجال التالي :

كانت قيم $D_U=1.541$ و $D_L=1.496$ عند مستوى دلالة 5%، وعليه:

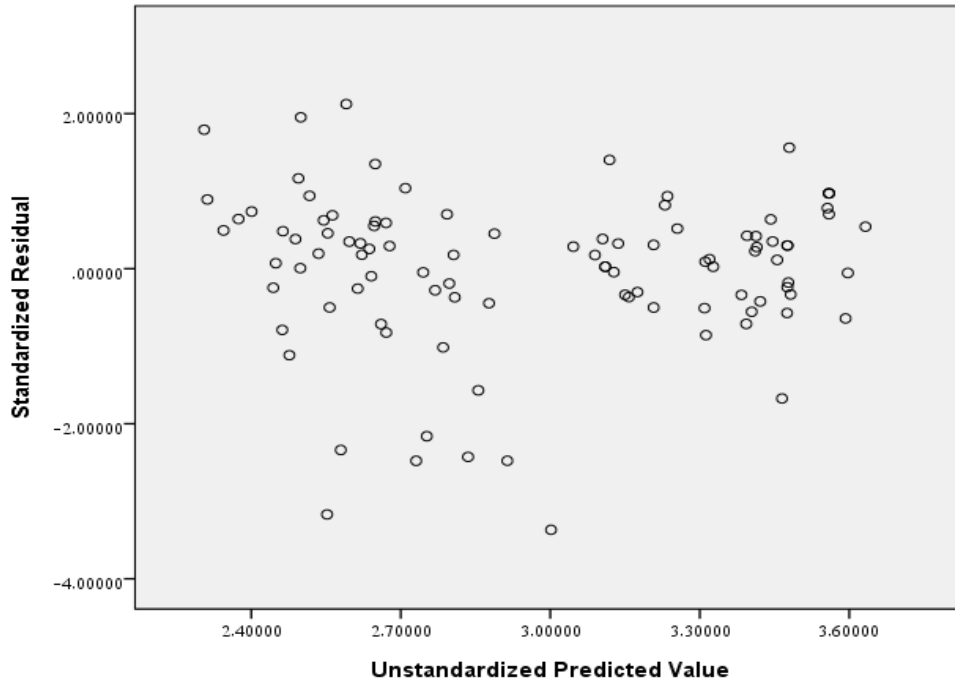
$$4 - D_U > DW > 2 \Rightarrow 4 - 1.541 > 2.014 > 2 \Rightarrow 2.459 > 2.13 > 2$$

بما أن قيمة الاختبار تقع في المجال حسب ما وردة في المعادلة أعلاه فأنا نقبل الفرضية الصفرية التي تقر بعدم وجود ارتباط ذاتي للبواقي.

• شرط تجانس التباين:

نستعمل طريقة انتشار سحابة النقاط للبواقي المعيارية على القيم المقدره المعيارية للمتغير التابع، لاختبار شرط تجانس التباين و الشكل رقم 29 التالي يوضح النتيجة .

شكل رقم 29: سحابة انتشار البواقي للنموذج



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الشكل رقم 29 نلاحظ انتشار البواقي بشكل عشوائي، حيث أنها لا تعبر عن شكل معين لتباين هذه البواقي، ما يؤكد أن هناك تجانس في تباين البواقي.

خلاصة

بعد دراستنا لفرع صناعة المشروبات غير الكحولية في هذا الفصل و استعمال الاستبيان في الوصول إلى العلاقة الموجودة بين تطبيق ادارة أساليب ادارة الجودة و مدى أثرها على تأهيل الأداء التنافسي للمؤسسات قيد الدراسة توصلنا إلى أن مؤسسات العينة تطبق أساليب ادارة الجودة لكن بصورة نسبية لو ليست موسعة أي أن هناك أساليب تتبناها المؤسسة و أخرى لا إذ أن نتائج اختبارات الفرضيات جاءت بقبول فرضية أن المؤسسات تتبنى أسلوب المعاينة في مراقبة جودة إلا أنها لا تتبع أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة و لا تستعمل استعمالا واسعا لها و لأدواتها و فيما يخص ضمان الجودة فقد جاءت الفرضية بالقبول إذ أن مؤسسات العينة تعمل على ضمان جودة منتجاتها و على إتباع مبادئ الأساليب الخاصة بذلك كما تبين تطبيقها المحتشم لمبادئ ادارة الجودة الشاملة في مؤسسات العينة المدروسة. و على الرغم من التباين في تبني أساليب ادارة الجودة بمؤسسات صناعة المشروبات محل الدراسة إلا أننا توصلنا إلى وجود أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

أضحت الجودة خلال العقود الأخيرة عنصراً أساسياً للتمييز بين المنتجات الصناعية المتداولة في نفس السوق، فهي ذات أهمية إستراتيجية كبيرة سواء على مستوى المؤسسة، أو على المستوى الوطني والدولي. إلا أن إدارتها ليست بالأمر الهين ولا البسيط إذ إنه يُعتمد في ذلك على عدة أساليب تختلف من مؤسسة إلى أخرى، كل حسب نمطه الإنتاجي والتسييري، فتؤثر بذلك على نشاط المؤسسة وتساهم في الرفع من أدائها التنافسي، وتساعد على مواجهة المنافسة المفروضة عليها في السوق الذي تنشط فيه، فدراستنا لكل من أساليب إدارة الجودة وتأهيل المؤسسات الصناعية على التنافس أدى بنا إلى وضع جملة من النتائج جاءت نتيجة للفصول الأربعة التي تم التطرق إليها لغرض الإجابة على إشكالية الدراسة نتطرق إليها في الفقرات التالية.

نتائج الدراسة:

توصلنا من خلال دراستنا للتأهيل إلى وضع تعريف له على أنه يُعنى بتطوير المؤسسة وانتقالها من مستوى إلى مستوى أعلى، بالاعتماد على مجموعة من الإجراءات العملية الهادفة لإحداث تغيرات هيكلية على عدة مستويات، وتهيئة العوامل الداخلية والخارجية لمساعدتها على مسيرة التطورات الحاصلة في الأسواق سواء الداخلية أو الخارجية.

ويعتبر التأهيل من منظور التنافسية عبارة عن تلك الميكانيزمات الواجب القيام بها لتحسين تنافسية المؤسسة، وجعلها قادرة على مواجهة المحيط التنافسي على الصعيدين الداخلي والخارجي، يهدف التأهيل كذلك إلى إعطاء المؤسسة الأدوات والطرق اللازمة لتطوير أدائها التنافسي، وضمان بقاءها وديمومة نشاطها. فالغرض الأساسي من التأهيل هو الحصول على مركز تنافسي للمؤسسة وتحسين أدائها التنافسي.

وقد تمكنا من التوصل إلى أن الجزائر تصنف حسب مؤشر التنافسية العالمي ضمن الدول المنتقلة من مرحلة الاقتصاديات المعتمدة على عوامل الإنتاج إلى مرحلة الدول المعتمدة على الكفاءة، إذ توصلنا إلى ضعف تنافسيها مقارنة بالدول المصنفة في مرحلة الدول المعتمدة على الكفاءة، والدول التي تعتمد على مؤشرات الإبداع والابتكار لدفع عجلة نموها و تنافسيها على المستوى الداخلي والخارجي لأسواقها.

وفيما يخص الجودة فقد توصلنا إلى أن لها عدة وجهات نظر فرؤية المنتج و المستهلك و البائع لها تختلف نظرا لاختلاف أهدافهم، فالجودة بالنسبة للمنتج هي مدى إمكانية إنتاج سلع صناعية تحتوي على الموصفات التي ينتظرها المستهلك مع تخفيض تكاليف الإنتاج.

كما أن أسلوب ادارة الجودة المطبق داخل المؤسسة الصناعية يتوقف على الفترة التطورية التي تنتمي إليها المؤسسة فهناك مصانع تتوقف ادارة الجودة فيها على رقابة جودة المنتج النهائي، و منها من يتبع في ذلك أسلوبا إحصائيا، و من المؤسسات التي تنتهج منهجا يعتمد على ضرورة ضمان جودة المنتج خلال سيرورة العملية الإنتاج ككل أي داخل وظيفة الإنتاج فقط، و أخيرا مؤسسات تتبع أسلوب ادارة جودة شاملة و تطمح دائما للحصول على شهادات جودة تجعلها تقتحم أسواقا أكثر.

و عند توجهنا للقطاع محل الدراسة في الفصل الثالث فإننا توصلنا إلى ضرورة الاعتماد على تطوير و إنعاش قطاع الصناعة الخفيفة للحد من التبعية الاقتصادية للخارج خاصة و أنها لا تتطلب موارد ضخمة كما هو الحال بالنسبة للصناعة الثقيلة

و قد احتلت الصناعة الخفيفة المرتبة الأولى في حجم الإنتاج الصناعي خارج المحروقات بنسبة أقصاها 77.83% سنة 2016 و أدناها 68.65% سنة 2006، كما تحصل فرع الصناعة الكيماوية، المطاط و البلاستيك المرتبة الثانية بإنتاج بلغت نسبة مساهمته في الصناعة الخفيفة 9.34% بقيمة 66693 مليون دج سنة 2005 و أخذ بالارتفاع إلى أن وصل إلى 156536.5 مليون دج أي بنسبة 13.88% سنة 2011.

قد يعود ارتفاع الإنتاج في صناعة الغذائية و احتلالها المرتبة الأولى بمعدل أكبر بكثير عن الفروع الأخرى خاصة في السنوات الأخيرة راجع إلى العمل على تنمية هذا الفرع من طرف السياسة الاقتصادية المبرمجة من طرف الدولة لدعم النمو و الإنعاش الاقتصادي.

و توصلنا كذلك إلى أن القيمة المضافة للصناعة الخفيفة بلغت قيمة 247630.8 مليون دج خلال سنة 2005 ثم أخذت بالتزايد سنة بعد الأخرى إلى أن بلغت قيمة 545901.1 مليون دج سنة 2016؛ و ذلك راجع إلى مختلف برامج الدعم و الإنعاش الاقتصادي التي خططت منذ سنة 2001 و التي لا تزال تعمل واحدة تلو الأخرى محاولة النهوض بالاقتصاد الوطني و منه بالقطاع.

كما توصلنا إلى أن اتجاه السياسات التنموية الجزائرية نحو القطاع الصناعي، و الصناعة

الخفيفة خاصة في السنوات الأخيرة اعتبر الصناعة الغذائية من أهم الفروع الواجب النهوض بها خاصة فيما يخص المخطط الخماسي الأخير (2014-2019)، فقد احتل هذا الفرع نتيجة لذلك المرتبة الأولى وبأكبر حصة مساهمة في إنتاج الصناعة الخفيفة بنسبة 77.83% خلال سنة 2016 وترك سوى نسبة 22.17% لباقي الفروع.

وتوصلنا كذلك إلى عدم تمتع فرع الصناعة الغذائية الجزائرية بتنافسية مرتفعة على مستوى الأسواق الخارجية، رغم مساهمتها بنسب مرتفعة في حجم إنتاج الصناعة الخفيفة واستحواذها للمرتبة الأولى في ذلك.

وفيما يخص الفصل الأخير فمن بين النتائج المتوصل إليها نذكر مايلي:

- تتبنى المؤسسات المدروسة أسلوب المعاينة من حيث شروط تطبيقها ومراحلها
- لا تتبنى المؤسسات المدروسة أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة بصفة موسعة
- تتبنى المؤسسات المدروسة أهم الأساليب لضمان جودة المنتج
- لا تطبق المؤسسات المدروسة مبادئ إدارة الجودة الشاملة بصفة موسعة

و منه فإن مؤسسات العينة تطبق أساليب ادارة الجودة لكن بصورة نسبية و ليس بصفة موسعة، أي أن هناك أساليب تتبناها المؤسسة و أخرى لا. إذ أن نتائج اختبارات الفرضيات جاءت بقبول فرضية أن المؤسسات تتبنى أسلوب المعاينة في مراقبة جودة، إلا أنها لا تتبع أسلوب الرقابة الإحصائية للجودة، و لا تستعمل استعمالا واسعا لها و لأدواتها. و فيما يخص ضمان الجودة فقد جاءت الفرضية بالقبول إذ أن مؤسسات العينة تعمل على ضمان جودة منتجاتها و على إتباع مبادئ الأساليب الخاصة بذلك، و تبين تطبيقها المحتشم لمبادئ ادارة الجودة الشاملة في مؤسسات العينة المدروسة. و على الرغم من التباين في تبني أساليب ادارة الجودة بمؤسسات صناعة المشروبات محل الدراسة إلا أننا توصلنا إلى وجود أثر لتطبيق أساليب ادارة الجودة على التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة

و بالنسبة لأثر تطبيق أساليب ادارة الجودة على التأهيل لرفع الأداء التنافسي لمؤسسات صناعة المشروبات غير الكحولية فقد جاءت نتائج ذلك كما يلي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على جودة المنتج في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على التكلفة في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على المرونة في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على التسليم في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على مقاييس السوق في المؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير تطبيق أساليب ادارة الجودة في المؤسسة على التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة حسب رأي المؤسسات محل الدراسة

اقتراحات حول الدراسة:

بعد الانتهاء من الدراسة التي قمنا بها و الوصول إلى جملة من النتائج فيما يخص كل من الصناعة الخفيفة و فرع صناعة المشروبات، يمكننا أن نشير إلى جملة من الاقتراحات فيما يخص أساليب ادارة جودة مؤسسات الصناعة الخفيفة من جهة و صناعة المشروبات من جهة أخرى كما يلي:

- التخلي عن الاقتصاد القائم على المحروقات و تفعيل الصناعات الصغيرة و المتوسطة و الممثلة بنسبة كبيرة في الصناعة الخفيفة المنتجة للسلع الاستهلاكية،
- الحد من الاستراد و تلاعبات المستوردين و تشجيع التصدير من خلال منح تسهيلات لمنتجي الصناعة الخفيفة و صناعة المشروبات،
- العمل على تطوير أساليب ادارة الجودة خاصة بالمؤسسة صغيرة الحجم و التي لا تزال تنتج المشروبات بطرق تقليدية معتمدة في ذلك على نمط تسيير عادة ما يكون عائلي غير مبني على سياسات و إستراتيجية تأخذ بعين الاعتبار التطورات الحديثة فيما يخص تسيير المؤسسات و ادارة الجودة
- ضرورة الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في القطاع الصناعي، وخاصة في الصناعة الخفيفة

- الرفع من مستويات الإبداع والبحث و التطوير وربط نتائجها بالقطاع الصناعي.
- شن قوانين و تشريعات للرقابة على تطبيق القوانين الخاصة بمعايير جودة منتجات الصناعة الخفيفة، وهذا ما يسمح لهيئات المراقبة على الجودة و النظافة الصحية من العمل بصفة أكثر فعالية
- تشجيع مؤسسات الصناعة الخفيفة على الحصول على شهادات حسب مواصفات الإيزو و دعم المؤسسات للقيام بذلك للتمكن من الدخول إلى الأسواق دولية التي تشترط ذلك
- تطوير وظيفة الصيانة و تكوين العمال في ذلك داخل مؤسسات الصناعية الخفيفة للحد من اللجوء إلى الأجانب للقيام بذلك
- العمل على تطوير اليقظة الإستراتيجية بالنسبة للصناعة الخفيفة و التي تعتبر إستراتيجية مساعدة على اتخاذ القرارات داخل المؤسسة، إذ تجعل المؤسسة على علم بمختلف المواصفات العالمية الجديدة لفرع الصناعة التي تنتهي إليه، كما توضح لها طبيعة المحيط التنافسي الذي تنشط فيه، وتكشف عن مختلف أنواع و مواصفات المنتجات الجديدة المعروضة على الزبون من طرف المنافسين

آفاق الدراسة:

تنير لنا الدراسة جملة من المواضيع الأخرى الممكن دراستها مستقبلا من بينها:

- دراسة اثر اليقظة الصناعية على التأهيل التنافسي للمؤسسات الصناعية
- دراسة اثر الإبداع و الابتكار على التأهيل التنافسي للمؤسسات الصناعية
- دراسة سبل حديثة للإقلاع عن الاقتصاد المبني على الصناعة الإستخراجية
- القيام بدراسة تسمح بخلق أسلوب ادارة جودة يتماشى و يتلاءم مع متغيرات الصناعة الخفيفة في الجزائر ليس كما هو الحال الآن.(أي عدم الاعتماد على أسلوب ادارة جودة مستورد من الخارج الذي قد لا يتماشى مع خصائص محيط مؤسسات الصناعة الخفيفة الجزائرية).

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب:

1. إبراهيم شريف، جغرافية الصناعة، دار الكتاب للطباعة والنشر جامعة الموصل، بغداد، 1981
2. أحمد الخطيب، رداح الخطيب، جدارة الجودة الشاملة، تطبيقات تربوية، الطبعة الثانية، عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2006
3. احمد سعيد بامخرمة، اقتصاديات الصناعة، دار زهراء للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، الطبعة الثانية، 2001
4. أحمد سيد مصطفى، ادارة البشر الأصول والمهارات، بدون ذكر دار النشر، القاهرة، 2002
5. احمد هني، اقتصاد الجزائر المستقلة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991
6. أكرم أحمد رضا الطويل، صلاح الدين شبل جاسم، الشراء وفقا لـ Seven Rights و الأداء الاستراتيجي، دار اليازوري، الأردن، 2018
7. أيمن سليمان مزاهرة، الصناعات الغذائية، دار الشرق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000
8. بشاريزيد الوليد، المفاهيم الإدارية الحديثة، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008
9. توفيق إسماعيل، أسس الاقتصاد الصناعي و تقييم المشاريع الصناعية، معهد الإنماء العربي بيروت، 1981
10. جابر فهمي عمران، المنافسة في منظمة التجارة العالمية تنظيمها، حمايتها -دراسة مقارنة القانون الأمريكي- الاتحاد الأوروبي-القانون المصري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011
11. حسن بشير، محمد نور سياسات التنافسية وأثرها على مناخ الاستثمار، وزارة الاستثمار لجنة الاستثمار الإفريقي، دون ذكر السنة.
12. حميد عبد النبي الطائي، ادارة الجودة الشاملة والإيزو، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2003
13. حنان قرقرتي، الزراعة و الصناعة و التجارة في الحضارة الإسلامية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2006
14. رابع خوني، رقية حساني، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و مشكلات تمويلها، الطبعة 01، إتراك للطباعة والنشر، القاهرة، 2008

15. رافدة عمر الحريري، القيادة و ادارة الجودة في التعليم العالي، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010.
16. رضوان مصطفى أحمد حامد، التنافسية كآلية من آليات العولمة الاقتصادية ودورها في دعم جهود النمو والتنمية في العالم، الطبعة 01، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2011.
17. سامي ربحانا، تاريخ الاقتصاد الوقائع الاقتصادية عبر التاريخ، مجلد 1، نوبليس، بيروت، 2004.
18. سعد جاسم محمد حسن، جغرافية الصناعة، دار شموع الثقافة، الطبعة 01، ليبيا، 2002.
19. سوسن شاكر مجيد، محمد عواد الزيادات، ادارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
20. عبد الزهرة علي الجنابي، الجغرافيا الصناعية، عمان، 2013.
21. عبد الستار محمد العلي، تطبيقات في ادارة الجودة الشاملة، دار الميسرة للنشر و التوزيع والطباعة، الاردن، 2010.
22. عبد العالي دبله، الدولة الجزائرية الحديثة (الاقتصاد، المجتمع و السياسة)، دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة، 2004،
23. عبد الغفور حسن كنعان المعماري، اقتصاديات الإنتاج الصناعي، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2010.
24. عبد الغفور يونس، التنظيم الصناعي و ادارة الإنتاج، المكتب العربي الحديث، مصر 1997.
25. عداي الحسين فلاح حسن، الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
26. علي الأسدي، مقدمة في اقتصاديات الصناعة، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، 1990،
27. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
28. عمر وصفي عقيلي، مدخل إلى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة-وجهة نظر-، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2001.
29. غسان قاسم، داود اللامي، إدارة الإنتاج و العمليات، دار اليازوري، الطبعة، عمان الأردن 2008.
30. فتحي السيد عبده أبو السيد، الصناعات الصغيرة و المتوسطة و دورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
31. فريد راغب النجار، المنافسة و الترويج التطبيقي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000.
32. فريد راغب النجار، ادارة الإنتاج و العمليات و التكنولوجيا- مدخل تكاملي تجريبي، مكتبة الإشعاع للطباعة و النشر و التوزيع، الإسكندرية، 1997.
33. فريد كورتل، أمال كحيله، الجودة و أنظمة الإيزو، الطبعة الأولى، دار كنوز للمعرفة، الأردن، 2012.

34. فواز التميمي، ادارة الجودة الشاملة و متطلبات التأهيل الإيزو 9001، جدارا للكتاب العالمي، الأردن، 2008
35. قاسم نايف علوان المحيوي، ادارة الجودة في الخدمات، الطبعة الأولى، دار الشروق، الأردن، 2006
36. القريشي، الاقتصاد الصناعي، وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة 01، 2001
37. مأمون الدرادكة، الجودة في المنظمات الحديثة، الطبعة 01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002
38. محمد أزهر سعيد السمك، أساسيات الاقتصاد الصناعي، مطابع جامعة الموصل، بغداد، 1987
39. محمد الباشا و آخرون، مبادئ التسويق، دار صفا للنشر والتوزيع، الأردن، 2000
40. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، دار بغداد للكتاب و النشر والتوزيع، الجزائر، 2010
41. محمد الصيرفي، الإدارة الصناعية، مؤسسة كورس الدولية للنشر و التوزيع، الطبعة 01، الإسكندرية، 2005
42. محمد الغزالي، القدرة التنافسية وقياسها سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية. العدد الرابع والعشرون، ديسمبر الكويت، 2003
43. محمد عاصي العجيلي، نظم ادارة الجودة، اليازوري، عمان، 2009
44. محمد عبد العال النعيمي، راتب جليل صويص، غالب جليل صويص، إدارة الجودة المعاصرة، دار اليازوري، الأردن، 2009.
45. محمد عبد الوهاب العزاوي، ادارة الجودة الشاملة، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2005
46. محمد عوض الترتوري، ادارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم و المكتبات و مراكز المعلومات، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الأردن، 2009
47. محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية، مصر، 1999
48. محمد محروس إسماعيل، اقتصاديات الصناعة و التصنيع، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004
49. المرصد الوطني للتنافسية، التنافسية في الفكر الاقتصادي ، مصر، 2011
50. منيعي فتحة، النشاط الإنتاجي في المؤسسات الصناعية، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2016

51. نزار عبد المجيد البروازي، لحسن عبد الله باشيوة، ادارة الجودة مدخل للتمييز مفاهيم وأسس وتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الورق للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
52. وائل محمد، صبحي إدريس، ادارة الأداء الاستراتيجي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2009
53. الياس بن سامي، يوسف قريشي، التسيير المالي (الإدارة المالية: دروس و تطبيقات)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006
54. يوسف حجيم الطائي، نظم ادارة الجودة في المنظمات الإنتاجية و الخدمية، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009
- ثانيا: المجلات و الدوريات:**
55. أحمد عبد إسماعيل الصفار، محمود محمد العجلوني و عبد الناصر أحمد جرادات، دور المناخ التنظيمي في تحقيق الأداء الإبداعي وتعزيز القدرة التنافسية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 5 العدد 3، الأردن، 2009.
56. بشيكر عابد، دراسة تحليلية، تقييمية لبرامج التنمية الاقتصادية في الجزائر لفترة 2001-2014 مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، الجزائر، ديسمبر 2016
57. بلغرة عبد اللطيف، جاو حدو رضا، آثار السياسة النقدية و المالية على تأهيل المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، عدد 01، 2002
58. جمال عمورة: ضرورة تأهيل المؤسسات العالمية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 28، 2006
59. حمزة بن الزين، أثير تطور أسعار النفط على السياسة المالية للجزائر خلال فترة 2000-2015، المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية و المالية، العدد 03، الجزائر 2016
60. سليمة غدير أحمد، تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر (دراسة تقييمية لبرنامج ميداء) مجلة الباحث، العدد 09، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011
61. صبرينة ترغيني، دور الإبداع في تحسين أداء المؤسسة دراسة تطبيقية، مؤسسة الكندي للصناعات الدوائية، مجلة نماء للاقتصاد و التجارة، جامعة الصديق بن يحي جيجا، العدد الثاني، ديسمبر 2017.
62. عبد المليك مزهود، الأداء بين الكفاءة و الفعالية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 01، 2001.
63. عيسى محمد الغزالي، القدرة التنافسية و قياسها، المعهد العربي للتخطيط، العدد 21، الكويت، 2003

64. محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، مجلة جسر التنمية، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 24، الكويت، ديسمبر 2003
65. محمد عكروش، علي حمدي: العلاقة بين القيمة المضافة للصناعات التحويلية و تطور الصناعات التحويلية السورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث و الدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 38، العدد (1) 2016

ثالثا: المداخلات:

66. جمال الدين سحنون ، حمدي معمر، تحليل التنافسية على مستوى القطاع الصناعي، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية جامعة الشلف، 8-9 نوفمبر 2010
67. جمال بالخباط جميلة، متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية،، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 17-18 أبريل 2006
68. جهاد قراقيش، معوقات تطبيق معايير الجودة في الجامعات الخاصة الأردنية، المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، سكيكدة، 7-8 ماي 2007
69. الشريف بقة، عبد الرحمن العايب ، مسارات تأهيل المؤسسات الاقتصادية في ظل اتفاق الشراكة الاورو جزائرية، ملتقى دولي حول آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة سطيف كلية العلوم الاقتصادية، نوفمبر 2006
70. صالح صالح، أساليب و تنمية المشروعات الصغيرة و المتوسطة في الاقتصاد الجزائري، ندوة المشروعات الصغيرة و المتوسطة في الوطن العربي، الإشكاليات و آفاق التنمية، القاهرة، 18-22 يناير 2004
71. صالح صالح، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية، المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، سكيكدة، 7-8 ماي 2007
72. عائشة عميش ، علي حدادو ، مؤشرات قياس التنافسية ووضعيتها في الدول العربية الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية جامعة الشلف، 8-9 نوفمبر 2010
73. عبد الحق بوعتروس، محمد دهان، تمويل عمليات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، ملتقى دولي حول سياسات التمويل و أثرها على الاقتصاديات و المؤسسات، دراسة حالة الجزائر و

- الدول النامية، جامعة بسكرة، 21-22 نوفمبر 2006
74. عبد الرحمن بن عنتر، نحو تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر و تعظيم مكاسب الاندماج في الحركية الاقتصادية الدولية، الملتقى العربي الرابع للصناعات الصغيرة و المتوسطة، صنعا، 25-26 نوفمبر 2007
75. عثمان بوزيان ،قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر: متطلبات التكيف و آليات التأهيل ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 17-18 أبريل 2006
76. علي السلمي، إدارة التنافسية- مدخل منظومي، المؤتمر السنوي الثامن حول مستقبل الإدارة العربية في عالم المعرفة والتقنية العالمية، 06-08 ديسمبر 2008
77. عماد الدين محمد زين محمد سعيد، جودة الجامعات و متطلبات الترخيص و الاعتماد 2006، المؤتمر العربي الأول، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 23-26 أبريل 2006
78. كمال تشام ، فاروق تشام ، دور و أهمية التأهيل في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات دراسة مقارنة الجزائر تونس المغرب، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 17-18 أبريل 2006
79. كمال رزيق ، التصحيح الهيكلي وآثاره على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، الملتقى الدولي حول: تأهيل المؤسسات الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، أكتوبر 2001
80. كمال رزيق، عمار بوزعرور ، التنافسية الصناعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ملتقى حول التنافسية الصناعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة، 2005
81. مليكة زغيب ،علاقة الجودة بسلوك المستهلك، المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، سكيكدة، 7- 8 ماي 2007،
82. موسى اللوزي، المؤتمر العربي السنوي الخامس في الإدارة، شرم الشيخ، مصر، 2004
83. ناجي رجب سكر، جودة الجامعات و متطلبات الترخيص و الاعتماد، المؤتمر العربي الأول، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 23-26 أبريل 2006
84. نصيرة قوريش، آليات و إجراءات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، 17-18 أبريل 2006
85. نعيمة محمد يحياوي دور نظام ABC بالتكامل مع نظام JIT في تهيئة المنظمات لاكتساب المزايا التنافسية، ملتقى علمي وطني حول استراتيجيات التدريب في ظل ادارة الجودة الشاملة كمدخل

لتحقيق الميزة التنافسية 10-11 نوفمبر، سعيدة، 2009.

86. وفيق حلمي آغا، الجودة الشاملة و طرق إبداعها بالقطاع الصحي الفلسطيني المؤتمر العلمي الثاني حول الجودة الشاملة في ظل ادارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 26-27 نيسان 2006
87. يوسف مسعداوي، القدرات التنافسية ومؤشراتها، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة ، 2007

رابعاً: الرسائل والأطروحات:

88. حسين يحي، قياس فعالية برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012-2013
89. سامية لحول، التسويق و المزايا التنافسية، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007-2008
90. عادل بومجان، تأهيل الموارد البشرية لتحسين أداء المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل – فرع جنرال كابل بسكرة- رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014-2015
91. عبد الحكيم عبد الله النسور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي أطروحة دكتوراه في الاقتصاد و التخطيط، جامعة تشرين، سورية، 2009
92. فاطمة محبوب، تأثير التحالفات الإستراتيجية على الأداء التنافسي للمؤسسة الصناعية دراسة حالة مجمع صيدال، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد الصناعي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016
93. فضيلة جنوحات، إشكالية الديون الخارجية و أثرها على التنمية الاقتصادية في الدول العربية حالة بعض الدول المدينة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع التسيير، جامعة الجزائر، 2005/2006
94. لزه العابد، 2013 إشكالية تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2012-2013
95. محمد سيف الدين بوفالطة، تطبيق الأساليب الحديثة للإدارة بمؤسسات التعليم العالي الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 02 2016
96. منى مسغوني، تسيير الكفاءات و الأداء التنافسي المتميز للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013

97. وافية تجاني، مساهمة برنامج التأهيل في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في إطار الشراكة الاورو متوسطة حالة المؤسسات الصناعية، أطروحة دكتوراه في اقتصاد التنمية، جامعة الحاج لخضر باتنة 01، 2015-2016

خامسا: تقارير ودراسات:

98. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا)، استعراض الاستراتيجيات والسياسات الصناعية: الإعداد للقرن الحادي عشر، الأمم المتحدة، مؤسسة فريدريش ايبرت نيويورك، 2002

99. مصر حتى عام 2000، دعائم إستراتيجية الصناعة الجزء 02، سلسلة دراسات تصدرها المجالس القومية المتخصصة، مصر، 1982

المراجع باللغة الأجنبية:

1. أولا الكتب:

100. Abdellah Siddiki, Management de la Qualité (de l'inspection a l'esprit Kaizen), OPU, 2eme edition , Algerie, 2008
101. Alain Courtois et autres, Gestion de production, Les éditions d'Organisation, Paris, 2002
102. Annie Bartoli, Le management dans les organisations publiques, Edition Dunod, Paris, 1997
103. Armand Dayan, Manuel de Gestion V2, Ellipses, AUF, P748
104. Bernadette Mérienne -Schoumaker, la localisation des industries enjeux et dynamique, 2eme edition, presses universitaires de rennes, France, 2008
105. Carole Mannequin Le Meur Bernard Lacour, Le management de la qualité, edition, FM-BIO Vanves, France, 2004
106. Carole Mannequin Le Meur Bernard Lacour, Le management de la qualité, edition, FM-BIO Vanves, France, 2004
107. Chantal Bussenault, Martine Pretet, Organisation et gestion de l'entreprise, Tome 1, Vuibert, Paris, 1997
108. Christiant Doucet, La qualité, 3 eme edition, PUF, Que sais je ?, France, 2010
109. Collectif, les industries dans le monde, edition clartés, Paris, 2000
110. Daniel Duret, Maurice Pillet, La Qualité en Production de l'ISO à Six Sigma, 3eme edition, Edition d'Organisation, Paris, 2001,

111. Dele H Besterfield and Other, Total Quality Management, 2002
112. Friderick Mispelblom Beyer, Au delà de la qualité, éditions la découverte, Paris, 1999
113. Hervé Bougault et Ewa Filipiak, programme de mise à niveau des entreprises (Tunisie, Maroc, Sénégal) Agence Française de développement, Paris, 2005
114. J. P. Huberac , Guide des méthodes de la qualité, Maxima, 2eme edition, Paris, 2001
115. J.C. Tarondeau, Le Management des savoirs, PUF, Paris, 1998.
116. Jean François Claude, Thierry Wellhoff, L'entreprise en 80 valeurs, Edition Liaisons, Paris, 2011
117. Jean Loui Levet, Pas d'avenir sans industrie, Economica, Paris, 2007
118. Jean Luc Charron, Sabine Sépari, Management, 2eme edition, Dunod, Paris, 2010
119. Jean Marc Holz, L'industrie dans la nouvelle économie mondiale, PUF, France, 2002
120. Jean Marie Gogue, Management de la qualité, 5 eme edition, Economica, 2010
121. Jean Michel Compère, La Qualité pour la vie, Editions luc Piere, 2000
122. Jean Pierre Angelier, Economie industrielle, PU Grenoble, 2002
123. Jean Pierre Jarousse, l'application du management de la qualité aux systemes éducatifs, actes du séminaire international du Labecom, Bahaeddine Edition, Constantine, 2007.
124. Karine Chapelle, Economie Industrielle, Vuibert, Paris 2009
125. Luc Boyer, Noel Equilbey, Organisation théorie et application, Edition d'Organisation, Paris, 2000
126. Michel Battiau, L'enjeu industriel dans le monde, ellippes, Paris, 2011
127. Nassima Terfaya, demarche qualité dans l'entreprise et analyse des risques, Edition Houma, Alger 2004
128. Philippe Pignarre, Le grand secret de l'industrie pharmaceutique, La découverte, Paris, 2004
129. Pierre Maurin, Gérer et rentabiliser la qualité (Guide pratique dédié au PME) Afnor, Paris 2010
130. Renaud De Maricourt, Les Samourais du management, Vuibert, Paris, 1993
131. shoji Shiba et autres, TQM : 4 révolutions du management, Dunod, 2eme edition, Paris, 2003

1. ثانيا المقالات:

132. Abdelhak LAMIRI : " La Mise à Niveau- Enjeu et Pratiques des Entreprises Algériennes " , Revue des Sciences Commerciales et de Gestion, N 02, Ecole supérieur de commerce, Alger, Juillet 2003.
133. César Camison and Javier Pérez de las Penas, The futur of the quality/ excellence fuction : Avision from the spanish firm, TQM Vol 21, N 06 ,June 2010

ثالثا: المداخلات:

134. Laiou Angliki Morisson Cecile, Nouvelles perspectives pour une histoire de l'économie byzantine, suivi de la puissance économique de Byzance avant la IV croisade, comptes rendus des séances de l'Académie des inscriptions et Belles-Lettres, Volume 147, Numéro 02, Paris, 2003

رابعا: الرسائل و الأطروحات:

135. Belkassem Zerfa, La compétitivité des entreprises Algériennes : Approche par la normalisation et le management qualité une étude comparative, mémoire de magistère, en stratégie, université d'Oran, 2013/2014

136. Ghozlene Oubya, Contribution à l'étude des déterminants de la performance de l'entreprise : impact de la création de valeur pour le client sur la performance des entreprises hôtelières en Tunisie, thèse de doctorat en science de gestion, Université Cote d'Azur, 2016

137. Khalaf Alahmad, système de contrôle de la qualité de production : Méthodologie de modélisation, de pilotage et d'optimisation des systèmes de production, thèse de doctorat, Université Paul Verlaine de Metz, France, 2008

138. Salah Deeb, contribution méthodologique à la maîtrise conjointe de la qualité et de ses processus de production par une modélisation des concepts qualité, these de doctorat, Université Henri Poincaré, Nancy I, France, 2008

خامسا: تقارير و دراسات:

139. Annuaire statistiques de l'Algérie N30, ONS, 2014

140. Collection Statistiques N 197/2016, Série E : statistiques économiques N 85 : rétrospective des comptes économique de 1963 à 2014, ONS, Janvier 2016

141. Collection Statistiques N 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N 89, L'Activité industrielle 2005-2015, ONS, 2016.

142. Collection Statistiques N 203/2017, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2006-2016, ONS 2017

143. Collection Statistiques N201, Série E : statistique économiques N 88 : Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2005 à 2015, ONS, Octobre 2016

144. Collection Statistiques N205, Série E : statistique économiques N 92: Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2011 à 2016, ONS, Novembre 2016

145. Collection Statistiques, Série E : Statistiques Economiques, L'Activité industrielle 2005-2016, ONS 2017
146. Les comptes économiques nationaux trimestriels N772, 4eme trimestre 2016, ONS, Avril 2017,
147. Les comptes Nationaux trimestriels N 782, ONS, 1er trimestre 2017
148. Les tableaux des Entrées Sorties 2012 à 2015 données statistique N 774, ONS, 2016
149. Michel Boidin, Abdenour Abtroun, Etude de la filière boisson rapport principale, Euro Développement PME, Alger, 2005
150. Ministère de la PME et de l'ARTISANAT ,Ce qu'il faut savoir sur la mise à niveau, Euro Développement PME, 2006.
151. Mohammed Kaci, **La Filière Boisson en Algerie**, programme d'Appui aux PME/PMI et à la maitrise des technologies d'information et de communication (PME II), Alger 2013
152. OCDE , la mondialisation de l'industrie, vue d'ensemble et rapport sectoriels, OCDE , 1996.
153. Philip Moati, Evaluer les performances d'un secteur d'activité, cahier de recherche N 148, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des contritions de vie (CREDOC) septembre 2000.
154. Rapport de CNUCED, diversification des exportations, accès aux marchés et compétitivité, 2002

1. سادسا: القواميس و الموسوعات:

155. Diane Riopet, Clement Croteau dictionnaire illustré des activités de l'entreprise, Office Quebequois de la langue française, Canada, 2008
156. Le Petit Larousse Illustré, Paris, 2001
157. Michel Périgod, Jean Pierre Fournier, Dictionnaire de la qualité, Afnor, Paris , 1993

مواقع الانترنت:

1. تقارير التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي المواقع الالكترونية التالية:

- www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf
- www3.weforum.org/docs/GCR2011-2012/CountryProfiles/Algeria.pdf
- www3.weforum.org/docs/CSI/2012-2013/Algeria.pdf
- www3.weforum.org/docs/GCR2013-2014/Algeria.pdf

www3.weforum.org/docs/GCR2014-2015/Algeria.pdf
www.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_competitiveness_report_2015-2016.pdf
report.weforum.org/pdf/gci.2016-2017/WEF_GCI_2016-2017_Profile_DZA.pdf
www.weforum.org/docs/GCR2017-2018/03CountryProfile/Standlones-pageprofiles/WEF_GCI_2017_2018_Profile_Algeria.pdf

2. [http:// mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html](http://mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html)
3. [http:// mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html](http://mytologica.fr/egypte/civil/agriculture.html)
4. <http://elhiwardz.com/national/95824/>
5. http://fr.wikistrike.org/wiki/M%C3%A9tiers_dans_l%27%C3%89gypte_antique#Les_artiants
6. <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx>
7. <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx>
8. <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx>
9. <http://www.cosmovision.com/ChronoNabateens.htm>
10. <http://www.wikistrike.com/article-traduction-en-français-du-code-hammurabi-66925501.html>
11. <https://goo.gl/forms/ldX5edt9yUCtuz1B2>
12. <https://www.djazairess.com/alfadjr/356059>
13. <https://www.djazairess.com/aps/272094>
14. <https://www.gso.org.sa/ar/knowledge/gulf-encyclopedia/iso-22000-foundations-and-principles-of-food-safety-management-system>
15. www.larousse.fr/encyclopedie/autres-région/Summer/145506
16. www.qualité-méthode.com/qualité/qualitéIso.html

الملاحق

قائمة المحكمين

| الرقم | أسماء المحكمين | الوظيفة أو الرتبة |
|-------|------------------------|--|
| 01 | بديسي فهيمة | أستاذ التعليم العالي بجامعة قسنطينة |
| 02 | زهيوه عبد الكريم | أستاذ محاضر -أ- بجامعة قسنطينة |
| 03 | قارة ملاك | أستاذة محاضرة-أ- بجامعة قسنطينة |
| 04 | مهوبي سماح | أستاذة محاضرة-أ- بجامعة قسنطينة |
| 05 | بن محمد هدى | أستاذة محاضرة-أ- بجامعة قسنطينة |
| 06 | بوفالطة محمد سيف الدين | أستاذ محاضر -أ- بجامعة قسنطينة |
| 07 | بلكرمي وداد | أستاذة محاضرة -ب- بجامعة قسنطينة |
| 08 | عزيزي نذير | أستاذ محاضر- ب- بجامعة قسنطينة |
| 09 | عايد المعلى | أستاذ محاضر بجامعة الزرقاء الأردن |
| 10 | حباطي طارق | مدير وظيفة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بمديرية الصناعة قسنطينة |
| 11 | مجمع الغاني | مسؤول الجودة بمؤسسة بيفا لإنتاج العصير |

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة العربي بن مهدي أم البواقي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

منيحي فتيحة

طالبة دكتوراه جامعة أم البواقي الجزائر
أستاذة مساعدة أ جامعة قسنطينة 02 الجزائر
البريد الالكتروني: fatiha_meniai@yahoo.fr

استبيان

تحية طيبة وبعد،

لي الشرف أن أطلب من سيادتكم التكرم بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان الذي تم إعداده لاستكمال متطلبات بحث في إطار تحضير أطروحة دكتوراه تخصص إدارة الأعمال تحت عنوان: دراسة تحليلية لأساليب إدارة الجودة كسبيل لتأهيل مؤسسات الصناعة الخفيفة الجزائرية -حالة فرع صناعة المشروبات غير الكحولية بالجزائر- نجاح هذا العمل يعتمد على تعاونكم، ولهذا يرجى قراءة كل عبارات الاستمارة بتمعن والإجابة عليها بكل موضوعية، علما أن كل المعلومات ستستعمل بكل سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

واثقين في استجابتكم لهذا الطلب، أشكركم مسبقا على مساعدتكم في إنجاز هذا العمل.

القسم الأول: بيانات عامة:

يرجى وضع العلامة (X) أمام العبارة المناسبة

أولاً: بيانات خاصة بالمؤسسة:

1/ اسم المؤسسة:

2/ سنة بداية النشاط:

3/ عدد عمال المؤسسة:

- من 50 إلى عامل

- من 01 إلى 09 عمال

- أكثر من 0 عامل

- من 10 إلى 49 عامل

4/ نوع المنتج:

أخرى

- عصير له

- مياه معدنية

اذكرها:

- مشروبات مسطحة

- مشروبات غازية

5/ للمؤسسة مصلحة أو وظيفة إدارة الجودة:

- لا

- نعم

6/ تقوم المؤسسة بالتحاليل البكتريولوجية والكيميائية للمنتج بـ :

- الاثنين

- خارجي

- مخبر داخل المؤسسة

معا

7/ تسهر المؤسسة على مراقبة الجودة :

- للمنتج النهائي

- خلال كل مراحل العملية الإنتاجية

- لكل وظائف المؤسسة وبكل مستوياتها

8/ تحصلت المؤسسة على شهادات حسب المواصفات التالية:

| | | | |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ISO 17025 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ISO 9001 |
| ISO14000 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ISO 22000 |
| HACCP | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ISO 50001 |
| مواصفات أخرى | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ISO21500 |
| | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> |
| لا يوجد | | | ISO19001 |

اذكرها:

9/ تسعى المؤسسة حاليا للحصول على شهادة جودة أخرى:

نعم لا

-إذا كانت الإجابة بنعم حدد نوع الشهادة:.....

-إذا كانت الإجابة بلا هل هناك نية للمؤسسة في الحصول على شهادة الجودة ؟

نعم لا

ثانيا: بيانات شخصية:

1/ العمر:

18 سنة إلى 30 سنة
 31 سنة إلى 50 سنة
 أكثر من 50 سنة

2/ الجنس:

ذكر
 أنثى

3/ الوظيفة:

4/ عدد سنوات الخبرة المهنية :

- اقل من 05 سنوات
- 05 سنوات إلى 10 سنوات
- أكثر من 10 سنوات

القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة:

يرجى وضع علامة (X) عن مدى موافقتك على كل عبارة:

| موافق بشدة | موافق | غير موافق | غير موافق بشدة | الفقرات |
|---|-------|-----------|----------------|--|
| أولاً: أسلوب المعاينة و الرقابة الإحصائية لجودة المنتج | | | | |
| 1/ المعاينة | | | | |
| 1/1 الوسائل المادية المستعملة في المعاينة: | | | | |
| | | | | 01 تسير المؤسسة التطورات التكنولوجية المستعملة في المعاينة |
| | | | | 02 تطمح المؤسسة دائماً لتجديد المعدات المستعملة في المعاينة |
| | | | | 03 المؤسسة على اطلاع مستمر بأحدث المواد المستخدمة في المعاينة وتسعى لاقتنائها |
| | | | | 04 يخضع العمال القائمين بالمعاينة للتكوين بصفة مستمرة |
| 2/1 درجة تطبيق شروط المعاينة: | | | | |
| | | | | 05 تعتمد المؤسسة في المعاينة دائماً على المعايير الدولية حسب مواصفات ISO2859-1 |
| | | | | 06 تعتمد المؤسسة في سحب عينات المعاينة على الإجراءات المنصوص عليها في القرار الوزاري الخاص بذلك بصفة دائمة |
| | | | | 07 تتبع المؤسسة دائماً في سحب العينات من أجل المعاينة طريقة خاصة بها |
| 3/1 مراحل القيام بالمعاينة: | | | | |
| | | | | 08 يسحب عمال المعاينة بصفة دائمة عينات من المواد الأولية (ماء، نكهات) لمعاينتها قبل البدء في العملية الإنتاجية. |
| | | | | 09 أثناء القيام بالعملية الإنتاجية يسحب عمال المعاينة دوماً |

| | | | | |
|---|-------|-----------|----------------|---|
| | | | | عينات من المنتج قيد الصنع من اجل معاينتها |
| | | | | 10 تسحب دوما عينات من المنتج النهائي لمعاينتها عند الانتهاء من الإنتاج |
| 2/ الرقابة الإحصائية للجودة: | | | | |
| | | | | 01 تستعمل المؤسسة لرقابة جودة منتوجها ورقة الفحص |
| | | | | 02 تستعمل المؤسسة لرقابة جودة منتوجها لوحات المراقبة |
| | | | | 03 تتبع المؤسسة مراحل العملية الإنتاجية باستعمال أدوات إحصائية خاصة |
| | | | | 04 تستعمل المؤسسة الأدوات الإحصائية لمراقبة مدى توفر المنتج النهائي على المواصفات المطلوبة واكتشاف المعيب منها. |
| | | | | 05 تستعمل المؤسسة لتحديد العيوب في جودة منتوجها وأسباب ذلك مخططات إحصائية (كمخطط باريتو، مخطط ايشيكاوا، (...) |
| موافق بشدة | موافق | غير موافق | غير موافق بشدة | الفقرات |
| ثانيا: ضمان جودة المنتج | | | | |
| 1/ طريقة مسارات الخلل وتحليل أثرها (AMDEC) | | | | |
| | | | | 01 يوجد فريق عمل بالمؤسسة يقوم بالبحث عن الاختلالات و أسباب حدوثها خلال العملية الإنتاجية بصفة دائمة |
| | | | | 02 يمكن لفريق العمل تحديد و قياس آثار وقوع الاختلالات أثناء القيام بالعملية الإنتاجية |
| | | | | 03 يدرس فريق العمل كل الاحتمالات الممكنة لوقوع اختلالات أثناء القيام بالعملية الإنتاجية |
| 2/ طريقة تحليل المخاطر والتحكم في النقاط الحرجة (الهاسب) (HACCP) | | | | |
| | | | | 01 تحدّد المؤسسة باستمرار الأخطار المتعلقة بإنتاجها الغذائي |
| | | | | 02 تقوم المؤسسة بتقدير احتمال ظهور مخاطر متعلقة بإنتاجها الغذائي |
| | | | | 03 تقوم المؤسسة بتحديد النقاط الحرجة و الحدود الدنيا و العليا لها للتحكم في المخاطر المتعلقة بإنتاجها الغذائي |
| | | | | 04 لدى المؤسسة نظام رقابة للتحكم في النقاط الحرجة المتعلقة |

| | | | | | |
|--|-------|-----------|----------------|---|----|
| | | | | بإنتاجها الغذائي | |
| | | | | تقوم المؤسسة بإجراءات تصحيحية عند عدم التحكم في أحد النقاط الحرجة المتعلقة بمخاطر إنتاجها الغذائي | 05 |
| | | | | تسهل المؤسسة على التطبيق الجيد للإجراءات التصحيحية لنظام تحليل المخاطر والتحكم في النقاط الحرجة (HACCP) عند عدم التحكم في المخاطر | 06 |
| ثالثا: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | | | | | |
| | | | | تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار احتياجات و رغبات زبائنها عند وضع أهدافها | 01 |
| | | | | تعمل كل المستويات الإدارية و الوظيفية بالمؤسسة على فهم، تحليل وتلبية احتياجات زبائنها | 02 |
| | | | | تعالج المؤسسة شكاوي الزبائن بطريقة فعالة | 03 |
| | | | | تعلم الإدارة العليا كل المستويات الإدارية باستراتيجياتها و أهدافها | 04 |
| | | | | توفر الإدارة العليا للمؤسسة الموارد اللازمة لتدريب و تطوير العمال على تطبيق الجودة داخل كل مستويات و وظائف المؤسسة | 05 |
| | | | | تشجع المؤسسة العمال على إبداء رأيهم لتحسين جودة المنتج | 06 |
| | | | | يساهم العمال في تحديد المشاكل التي قد تحدث في المؤسسة واقتراح حلول لها | 07 |
| | | | | يشارك العمال في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة | 08 |
| | | | | الفقرات | |
| موافق بشدة | موافق | غير موافق | غير موافق بشدة | | |
| | | | | تضع المؤسسة مخطط لتطبيق طريقة التحسين المستمر و توفر الأدوات اللازمة لذلك | 09 |
| | | | | تشجع المؤسسة تطبيق أسلوب التحسين المستمر في كل مستوياتها | 10 |
| | | | | يقوم عمال المؤسسة بدورات تكوينية لتطبيق طريقة التحسين المستمر في المؤسسة | 11 |
| | | | | تراقب المؤسسة باستمرار مخططات تطبيق التحسين المستمر | 12 |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | التي قامت بوضعها مسبقا |
| | | | | 13 تعدل و تصحح المؤسسة الأخطاء التي وقعت فيها على كل المستويات لتحسين جودة منتجاتها بصفة مستمرة |

القسم الثالث: التأهيل لرفع الأداء التنافسي للمؤسسة:

يرجى وضع علامة (X) عن مدى موافقتك على كل عبارة:

| موافق بشدة | موافق | غير موافق | غير موافق بشدة | الفقرات |
|---------------------------------|-------|-----------|----------------|---|
| أولاً: مقياس جودة المنتج | | | | |
| | | | | 01 تسمح أساليب إدارة الجودة المتبعة في المؤسسة بتخفيض نسبة الإنتاج التالف |
| | | | | 02 تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة يؤدي إلى تقليل عدد شكاوي الزبائن |
| | | | | 03 ينخفض حجم الإنتاج المرتد من طرف الزبائن نتيجة استخدام أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة |
| ثانياً: مقياس التكلفة | | | | |
| | | | | 01 تستطيع المؤسسة تخفيض تكاليف الإنتاج نتيجة استعمالها لأساليب إدارة الجودة |
| | | | | 02 يساهم تطبيق أساليب إدارة الجودة في تخفيض أسعار منتجات المؤسسة مقارنة بمنافسيها |
| | | | | 03 يمكن تطبيق أساليب إدارة الجودة من رفع نسبة الانتفاع من الموارد المادية للمؤسسة |
| | | | | 04 ترفع أساليب إدارة الجودة المتبعة في المؤسسة من إنتاجية رأس مال المؤسسة |
| موافق بشدة | موافق | غير موافق | غير موافق بشدة | الفقرات |
| ثالثاً: مقياس المرونة | | | | |

| | | | | | |
|-----------------------------|--|--|--|----|---|
| | | | | 01 | تساعد أساليب إدارة الجودة على تغيير حجم المنتجات و مواصفاتها بما يلاءم حاجات ورغبات الزبائن |
| | | | | 02 | تمكّن أساليب إدارة الجودة من جعل خط الإنتاج أكثر كفاءة |
| | | | | 03 | يساعد تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة من إنتاج تشكيلة متنوعة من المنتجات في يوم عمل واحد |
| رابعاً: التسليم | | | | | |
| | | | | 01 | يسمح تطبيق أساليب إدارة الجودة بالوفاء بالتزامات المؤسسة اتجاه زبائنهم في الآجال المتفق عليها |
| | | | | 02 | يساعد تطبيق أساليب إدارة الجودة بتسريع استلام الزبائن لطلباتهم مقارنة بالمنافسين |
| | | | | 03 | تساهم أساليب إدارة الجودة في تسريع عملية عرض منتجات جديدة للزبائن |
| خامساً: مقاييس السوق | | | | | |
| | | | | 01 | يؤدي تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة بزيادة مبيعاتها في السوق ومنه زيادة ربحيتها |
| | | | | 02 | تساعد أساليب إدارة الجودة للمؤسسة على الحفاظ على حصتها السوقية |
| | | | | 03 | تساهم أساليب إدارة الجودة للمؤسسة بالرفع من حصتها السوقية |
| | | | | 04 | يسمح تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة بدخولها و اقتحامها لأسواق جديدة |

ملاحظات و اقتراحات:

.....

.....

.....

.....

.....

يرجى التأكد من الإجابة عن كل الأسئلة
شكرا على حسن تعاونكم

République algérienne démocratique et populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Larbi Ben M'hidi Oum El Bouaghi
Faculté des sciences économiques et commerciales et des sciences de gestion

Meniai Fatiha
Doctorante Université Oum El Bouaghi Algérie
Maitre Assistant A Université Constantine 02 Algérie
Courriel : fatiha_meniai@yahoo.fr

Questionnaire

Monsieur/ Madame :

J'ai l'honneur de vous demander de bien vouloir répondre au questionnaire que j'ai élaboré dans le cadre de la préparation de ma thèse de doctorat en management des entreprises sous le thème **Etude analytique des méthodes de gestion de la qualité comme moyen de mise a niveau des entreprises de l'industrie légères Algériennes , cas de la filière de l'industrie des boissons non alcoolisées en Algérie.**

Le succès de ce travail dépend de votre coopération à lire soigneusement toutes les questions et à y répondre objectivement, sachant que toutes les informations seront traitées avec confidentialité et ne seront utilisées qu'à des fins de la recherche scientifique.

Confiante dans votre réponse à cette demande, je vous remercie d'avance pour votre aide dans l'accomplissement de ce travail.

Signification de quelques termes :

- **L'échantillonnage** : C'est le prélèvement d'échantillons du produit ou de matière selon une procédure spécifiée dans le but de l'analyser et de l'inspecter.
- **Diagramme de Pareto** : C'est un diagramme en colonnes, exposant et classant, par ordre décroissant d'importance, les causes ou problèmes. La hauteur des colonnes est alors proportionnelle à l'importance de chaque cause. Donc plus la surface de colonne est grande et plus la cause ou le problème est important.
- **Diagramme d'Ishikawa** : C'est un outil de recherche en groupe, de classement et de représentation de toutes les causes qui sont à l'origine d'un problème traité.
- **La carte de contrôle** : C'est un graphique représentant des images successives de la production, prises à une certaine « fréquence de prélèvement », à partir d'échantillons prélevés sur la production pour établir des limites de contrôle « alertes » avant que le procédé ne fabrique des pièces non conformes.
- **Les feuilles de relevés** : C'est un document structuré permettant de recueillir, de manière méthodique, des informations sur une situation ou un problème donné. Elle peut être utilisée aux différentes étapes d'une démarche qualité (lors de l'analyse d'un dysfonctionnement par exemple).
- **L'assurance qualité** : Ensemble des activités pré-établies et systématiques mises en œuvre dans le cadre du système qualité, dans le but de donner la confiance appropriée en ce qu'une entité satisfera aux exigences pour la qualité
- **La qualité totale** : est une démarche de gestion de la qualité dont l'objectif est l'obtention d'une très large mobilisation et implication de toute l'entreprise pour parvenir à une qualité parfaite dans toute l'entreprise
- **L'amélioration continue** : Démarche structurée en groupe de travail, visant l'amélioration, par le personnel, de la qualité du produit, de la satisfaction du client et de la performance globale de l'entreprise, assurant ainsi le développement et le succès continue et à long terme de celle-ci.

Première Partie : Informations générales:

Mettez une croix (X) dans la case correspondante à votre réponse

I/ Informations sur l'entreprise:

1/Nom de l'entreprise :

2/Année du début d'activité :

3/ Adresse / Courriel:.....

4/Nombre d'employés :

De 01 à 09 employés

De 10 à 49 employés

De 50 à 250 employés

Plus de 250 employés

5/Type de produit

Eau minérale

Jus de fruits

Autre citez le :.....

Boissons gazeuses

Boissons plates

6/y'a-t-il une fonction ou service qualité dans l'entreprise ?

Oui

Non

7 / L'entreprise effectue les analyses bactériologiques et chimiques du produit dans:

Le laboratoire de l'entrepris

Un laboratoire externe

Les deux

8 / L'entreprise contrôle la qualité:

Du produit fini

Durant toutes les étapes de production

Dans Toutes les fonctions de l'entreprise et à tout ses niveaux hiérarchiques

9 / L'entreprise a obtenu des certificats selon les normes suivantes:

ISO 9001

ISO 17025

ISO 22000

ISO 14000

ISO 50001

HACCP

ISO21500

Autres normes

citez les:

.....

ISO19001

n'a pas de certificat

10/L'entreprise opte actuellement à obtenir un certificat de qualité:

Oui

Non

- Si la réponse est oui, quel est ce certificat ?

- Si la réponse est non, l'entreprise a-t-elle l'intention d'obtenir un certificat de qualité dans le futur?

Oui

Non

II/ Informations personnelles:

1 / Âge

18 ans à 30 ans

31 ans à 50 ans

Plus de 50 ans

2 / Sexe:

Homme

Femme

3 / Fonction:

Directeur de l'entreprise

Responsable d'une fonction / service précisez :.....

4 / Nombre d'années d'expérience professionnelle:

Moins de 05 ans

05 ans à 10 ans

Plus de 10 ans

Deuxième Partie: Application des méthodes de gestion de la qualité dans l'entreprise:

Lisez attentivement les paragraphes suivants et mettez une croix (X) dans la case répondant à votre degré d'accord

| Paragraphes | | Pas du tout d'accord | Pas d'accord | D'accord | Tout à fait d'accord |
|--|---|----------------------|--------------|----------|----------------------|
| I/ La méthode d'échantillonnage et le contrôle statistique de la qualité du produit | | | | | |
| 1 / l'échantillonnage | | | | | |
| 1/1 Moyens matériels utilisés dans l'échantillonnage: | | | | | |
| 01 | L'entreprise suit les développements technologiques utilisés dans l'échantillonnage | | | | |
| 02 | L'entreprise renouvelle souvent l'équipement utilisé dans l'échantillonnage | | | | |
| 03 | L'entreprise est constamment au courant des nouveaux matériaux utilisés dans l'échantillonnage et se le procure | | | | |
| 04 | Les employés chargés de l'échantillonnage suivent des formations dans le domaine d'une façon continue | | | | |
| 1/2 Application des conditions d'échantillonnage : | | | | | |
| 05 | L'entreprise suit toujours la procédure internationale d'échantillonnage selon la norme ISO2859-1 | | | | |
| 06 | L'entreprise suit toujours un décret ministériel lors de la prise d'échantillon pour analyse | | | | |
| 07 | L'entreprise utilise toujours une méthode propre à elle dans l'échantillonnage | | | | |
| 1/3 Les étapes de l'échantillonnage: | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|-----------------------------|---------------------|-----------------|-----------------------------|
| 08 | Les chargés de l'échantillonnage prélèvent régulièrement des échantillons de matière première (eau, arôme...) pour analyse avant de commencer la production | | | | |
| 09 | Pendant la production les chargés de l'échantillonnage prélèvent toujours des échantillons du produit en cours de fabrication afin de les analyser. | | | | |
| 10 | Des échantillons du produit fini sont toujours prélevés pour l'analyse en fin de la production | | | | |
| 2 / Contrôle statistique de la qualité: | | | | | |
| 01 | L'entreprise utilise les feuilles de relevés pour contrôler la qualité de son produit | | | | |
| Paragraphes | | Pas du tout d'accord | Pas d'accord | D'accord | Tout à fait d'accord |
| 02 | L'entreprise utilise les cartes de contrôle pour s'assurer de la qualité de ses produits | | | | |
| 03 | L'entreprise suit les étapes de production en utilisant des outils statistiques de contrôle qualité | | | | |
| 04 | L'entreprise utilise des outils statistiques pour contrôler le produit fini et écarter les unités défectueuses | | | | |
| 05 | L'entreprise utilise pour déterminer les problèmes de qualité du produit et leurs causes des diagrammes (tels que le diagramme de Pareto, le diagramme d'Ishikawa,) | | | | |
| II/ L'Assurance qualité | | | | | |
| 1 / Analyse des Modes de Défaillance de leurs Effets et de leurs Criticité (AMDEC) | | | | | |
| 01 | L'entreprise constitue une équipe qui détecte les modes de défaillances dans l'entreprise et leurs causes | | | | |
| 02 | L'équipe de travail peut mesurer les effets des défaillances sur la production et leurs sévérités | | | | |
| 03 | L'équipe de travail peut calculer la probabilité d'occurrence des défaillances de la production | | | | |
| 2/ L'analyse des dangers et maîtrise des points critiques (HACCP) | | | | | |
| 01 | L'entreprise identifie continuellement les dangers liés à sa production alimentaire | | | | |

| | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|
| 02 | L'entreprise estime la probabilité d'apparition des dangers liés à sa production alimentaire | | | | |
| 03 | L'entreprise identifie les points critiques et leurs limites minimales et maximales pour maîtriser les dangers liés à sa production alimentaire | | | | |
| 04 | L'entreprise dispose d'un système de contrôle pour maîtriser les points critiques liés à sa production alimentaire | | | | |
| 05 | L'entreprise effectue des actions correctives lorsqu'elle ne maîtrise pas un point critique lié à sa production alimentaire | | | | |
| 06 | L'entreprise assure une bonne application des mesures correctives du système HACCP lorsque les dangers liés à sa production alimentaire ne sont pas maîtrisés | | | | |

| Paragraphes | | Pas du tout d'accord | Pas d'accord | D'accord | Tout à fait d'accord |
|---|--|----------------------|--------------|----------|----------------------|
| III/ La Gestion de la Qualité Totale (TQM) | | | | | |
| 01 | L'entreprise prend en compte les besoins et les désires de ses clients lors de la détermination de ses objectifs | | | | |
| 02 | Tous les niveaux administratifs et fonctionnels de l'entreprise travaillent à comprendre, analyser et répondre aux besoins des clients | | | | |
| 03 | L'entreprise traite efficacement les plaintes des clients | | | | |
| 04 | La direction informe tous les niveaux hiérarchiques de l'entreprise de sa stratégie et ses objectifs | | | | |
| 05 | La direction de l'entreprise fournit toutes les ressources nécessaires pour former les employés à appliquer la qualité à tous les niveaux et fonctions de l'entreprise | | | | |
| 06 | L'entreprise encourage les employés à exprimer leurs opinions pour améliorer la qualité des produits | | | | |
| 07 | Les employés contribuent à identifier et à proposer des solutions aux problèmes pouvant survenir dans l'entreprise | | | | |
| 08 | Les employés participent à la prise de décision au sein de l'entreprise | | | | |
| 09 | La direction établit un plan et fournit les outils nécessaires pour l'application de la méthode de l'amélioration continue dans l'entreprise | | | | |

| | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|
| 10 | La direction encourage l'application de l'amélioration continue à tous les niveaux hiérarchiques de l'entreprise | | | | |
| 11 | Les employés suivent des formations pour appliquer la méthode d'amélioration continue dans l'entreprise | | | | |
| 12 | L'entreprise surveille en permanence les plans d'application de l'amélioration continue qu'elle a déjà mis en place | | | | |
| 13 | L'entreprise ajuste et corrige les erreurs commises à tous les niveaux pour améliorer la qualité de ses produits de façon continue. | | | | |

Troisième Partie: Mise à niveau et amélioration de la performance concurrentielle de l'entreprise:

Lisez attentivement les paragraphes suivants et mettez une croix (X) dans la case répondant à votre degré d'accord

| Paragraphes | | Pas du tout d'accord | Pas d'accord | D'accord | Tout à fait d'accord |
|---------------------------------|--|----------------------|--------------|----------|----------------------|
| I/ la qualité du produit | | | | | |
| 01 | Les méthodes de gestion de la qualité adoptées par l'entreprise permettent de réduire le taux de produit défectueux | | | | |
| 02 | L'application de méthodes de gestion de la qualité dans l'organisation réduit le nombre de plaintes des clients | | | | |
| 03 | Le volume de production retourné par les clients est réduit grâce à l'utilisation de méthodes de gestion de la qualité dans l'entreprise | | | | |
| II/ les coûts | | | | | |
| 01 | L'entreprise peut réduire les coûts de production grâce à l'utilisation des méthodes de gestion de la qualité | | | | |
| 02 | L'application des méthodes de gestion de la qualité contribue à la réduction des prix des produits de l'entreprise par rapport à ses concurrents | | | | |
| 03 | Les méthodes de gestion de la qualité aident à augmenter le niveau de l'utilité des ressources matérielles de l'entreprise | | | | |
| 04 | La pratique des méthodes de gestion de la qualité dans l'entreprise augmente la productivité du capital financier | | | | |
| III/ La flexibilité | | | | | |

| | | | | | |
|-----------------------------|--|----------------------|--------------|----------|----------------------|
| 01 | Les méthodes de gestion de la qualité aident à pouvoir changer la quantité et les caractéristiques du produit à tout moment et en fonction des besoins et des désirs des clients | | | | |
| 02 | Les méthodes de gestion de la qualité permettent à la chaîne de production d'être plus efficace | | | | |
| 03 | L'application de méthodes de gestion de la qualité aide l'entreprise à produire une gamme de produits différents en une seule journée de travail | | | | |
| Paragraphes | | Pas du tout d'accord | Pas d'accord | D'accord | Tout à fait d'accord |
| IV/ La Livraison | | | | | |
| 01 | L'application de méthodes de gestion de la qualité permet à l'entreprise de répondre aux exigences des clients dans les délais convenus | | | | |
| 02 | L'application de méthodes de gestion de la qualité permet de réduire les délais de livraison des commandes au clients par rapport aux concurrents | | | | |
| 03 | Les méthodes de gestion de la qualité accélèrent le processus de production et de proposition de nouveaux produits aux clients | | | | |
| V/ Mesures de marché | | | | | |
| 01 | L'application de méthodes de gestion de la qualité dans l'entreprise augmente ses ventes sur le marché et augmente ainsi sa rentabilité | | | | |
| 02 | L'application de méthodes de gestion de la qualité aide l'entreprise à maintenir sa part de marché | | | | |
| 03 | L'application de méthodes de gestion de la qualité aide l'entreprise à augmenter sa part de marché | | | | |
| 04 | L'application de méthodes de gestion de la qualité permet à l'entreprise d'entrer et de pénétrer de nouveaux marchés | | | | |

Remarques et suggestions :

.....

.....

.....

.....

S'il vous plaît assurez-vous de répondre à toutes les questions

Merci pour votre coopération

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

| | | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | المعاينة 1/ | الرقابة الإحصائية 2/ للجودة: |
|---|------------|--|-------------|---------------------------------|
| N | | 100 | 100 | 100 |
| Paramètres normaux ^{a,b} | Moyenne | 2,71 | 2,82 | 2,37 |
| | Ecart-type | ,596 | ,570 | ,885 |
| Différences les plus extrêmes | Absolue | ,130 | ,111 | ,135 |
| | Positive | ,130 | ,073 | ,119 |
| | Négative | -,118 | -,111 | -,135 |
| Z de Kolmogorov-Smirnov | | 1,303 | 1,105 | 1,353 |
| Signification asymptotique (bilatérale) | | ,067 | ,174 | ,051 |

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

| | | ثانياً: ضمان جودة المنتج | ثالثاً: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | القسم الثالث: تأهيل ورفع الأداء التنافسي للمؤسسة: |
|-----------------------------------|------------|-----------------------------|--|---|
| N | | 100 | 100 | 100 |
| Paramètres normaux ^{a,b} | Moyenne | 3,05 | 2,49 | 2,97 |
| | Ecart-type | ,499 | ,733 | ,471 |
| Différences les plus extrêmes | Absolue | ,125 | ,145 | ,088 |
| | Positive | ,098 | ,145 | ,088 |

| | | | |
|---|-------|-------|-------|
| Négative | -,125 | -,137 | -,067 |
| Z de Kolmogorov-Smirnov | 1,247 | 1,452 | ,877 |
| Signification asymptotique (bilatérale) | ,089 | ,09 | ,426 |

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

| | | أولاً: مقياس جودة المنتج | ثانياً: مقياس التكلفة | ثالثاً: مقياس المرونة |
|---|------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| N | | 100 | 100 | 100 |
| Paramètres normaux ^{a,b} | Moyenne | 3,19 | 2,76 | 2,66 |
| | Ecart-type | ,497 | ,750 | ,662 |
| | Absolue | ,181 | ,149 | ,128 |
| Différences les plus extrêmes | Positive | ,159 | ,104 | ,128 |
| | Négative | -,181 | -,149 | -,124 |
| Z de Kolmogorov-Smirnov | | 1,813 | 1,489 | 1,280 |
| Signification asymptotique (bilatérale) | | ,003 | ,024 | ,076 |

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

| | | رابعاً: التسليم | خامساً: مقياس السوق |
|---|------------|-----------------|---------------------|
| N | | 100 | 100 |
| Paramètres normaux ^{a,b} | Moyenne | 2,81 | 3,45 |
| | Ecart-type | ,695 | ,364 |
| | Absolue | ,158 | ,133 |
| Différences les plus extrêmes | Positive | ,082 | ,133 |
| | Négative | -,158 | -,133 |
| Z de Kolmogorov-Smirnov | | 1,583 | 1,334 |
| Signification asymptotique (bilatérale) | | ,013 | ,057 |

Corrélations

| | | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | القسم الثالث: تأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة: | أولا: مقياس جودة المنتوج |
|---|------------------------|--|---|-----------------------------|
| | Corrélation de Pearson | 1 | ,852** | ,642** |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | Sig. (bilatérale) | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,852** | 1 | ,824** |
| القسم الثالث: تأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة: | Sig. (bilatérale) | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,642** | ,824** | 1 |
| أولا: مقياس جودة المنتج | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,821** | ,828** | ,544** |
| ثانيا: مقياس التكلفة | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,764** | ,870** | ,669** |
| ثالثا: مقياس المرونة | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,646** | ,817** | ,631** |
| رابعا: التسليم | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| خامسا: مقياس السوق | Corrélation de Pearson | ,322** | ,498** | ,418** |

| | | | |
|-------------------|------|------|------|
| Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 |

Corrélations

| | | ثانيا: مقياس التكلفة | ثالثا: مقياس المرونة | رابعا: التسليم |
|--|------------------------|----------------------|----------------------|----------------|
| | Corrélation de Pearson | ,821 | ,764** | ,646** |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,828** | ,870 | ,817** |
| القسم الثالث: تأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة: | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,544** | ,669** | ,631 |
| أولا: مقياس جودة المنتج | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | 1** | ,695** | ,537** |
| ثانيا: مقياس التكلفة | Sig. (bilatérale) | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,695** | 1** | ,610** |
| ثالثا: مقياس المرونة | Sig. (bilatérale) | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,537** | ,610** | 1** |
| رابعا: التسليم | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| | Corrélation de Pearson | ,265** | ,296** | ,297** |
| خامسا: مقياس السوق | Sig. (bilatérale) | ,008 | ,003 | ,003 |
| | N | 100 | 100 | 100 |

Corrélations

| | خامسا: مقاييس السوق |
|---|------------------------|
| Corrélation de Pearson | ,322 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | Sig. (bilatérale) ,001 |
| N | 100 |
| Corrélation de Pearson | ,498** |
| القسم الثالث: تأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة: | Sig. (bilatérale) ,000 |
| N | 100 |
| Corrélation de Pearson | ,418** |
| أولا: مقياس جودة المنتج | Sig. (bilatérale) ,000 |
| N | 100 |
| Corrélation de Pearson | ,265** |
| ثانيا: مقياس التكلفة | Sig. (bilatérale) ,008 |
| N | 100 |
| Corrélation de Pearson | ,296** |
| ثالثا: مقياس المرونة | Sig. (bilatérale) ,003 |
| N | 100 |
| Corrélation de Pearson | ,297** |
| رابعا: التسليم | Sig. (bilatérale) ,003 |
| N | 100 |
| Corrélation de Pearson | 1** |
| خامسا: مقاييس السوق | Sig. (bilatérale) |
| N | 100 |

Test-t

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenne | Ecart-type | Erreur standard moyenne |
|---|-----|---------|------------|----------------------------|
| ثانياً: ضمان جودة المنتج | 100 | 3,05 | ,499 | ,050 |
| الرقابة الإحصائية للجودة /2/ | 100 | 2,37 | ,885 | ,088 |
| المعاينة /1/ | 100 | 2,82 | ,570 | ,057 |
| ثالثاً: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | 100 | 2,49 | ,733 | ,073 |

Test sur échantillon unique

| | Valeur du test = 2 | | | | |
|---|--------------------|-----|-------------------|-----------------------|--|
| | t | ddl | Sig. (bilatérale) | Différence moyenne | Intervalle de confiance 95% de la différence |
| | | | | | Inférieure |
| ثانياً: ضمان جودة المنتج | 21,024 | 99 | ,000 | 1,050 | ,95 |
| الرقابة الإحصائية للجودة /2/ | 4,204 | 99 | ,000 | ,372 | ,20 |
| المعاينة /1/ | 14,335 | 99 | ,000 | ,817 | ,70 |
| ثالثاً: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | 6,736 | 99 | ,000 | ,494 | ,35 |

Test sur échantillon unique

| | Valeur du test = 2 | |
|--|--|------|
| | Intervalle de confiance 95% de la différence | |
| | Supérieure | |
| ثانياً: ضمان جودة المنتج | | 1,15 |
| الرقابة الإحصائية للجودة /2/ | | ,55 |
| المعاينة /1/ | | ,93 |
| ثالثاً: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة | | ,64 |

Test-t

Statistiques sur échantillon unique

| | N | Moyenne | Ecart-type | Erreur standard moyenne |
|---|-----|---------|------------|-------------------------|
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | 100 | 2,71 | ,596 | ,060 |

Test sur échantillon unique

| | Valeur du test = 2 | | | | |
|---|--------------------|-----|-------------------|--------------------|--|
| | t | ddl | Sig. (bilatérale) | Différence moyenne | Intervalle de confiance 95% de la différence |
| | | | | | Inférieure |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | 11,954 | 99 | ,000 | ,713 | ,59 |

Test sur échantillon unique

| | |
|--|--|
| | Valeur du test = 2 |
| | Intervalle de confiance 95% de la différence |
| | Supérieure |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة | ,83 |

Variables introduites/supprimées^a

| Modèle | Variables introduites | Variables supprimées | Méthode |
|--------|--|----------------------|---------|
| 1 | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة ^b | | Entrée |

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,642 ^a | ,412 | ,406 | ,383 |

a. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 10,089 | 1 | 10,089 | 68,603 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 14,412 | 98 | ,147 | | |
| Total | 24,501 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : أولاً: مقياس جودة المنتج

b. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t |
|--|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|
| | A | Erreur standard | Bêta | |
| 1 (Constante) | 1,737 | ,180 | | 9,679 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,535 | ,065 | ,642 | 8,283 |

Coefficients^a

| Modèle | Sig. |
|---|------|
| 1 (Constante) | ,000 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,000 |

a. Variable dépendante : أولاً: مقياس جودة المنتج

Variables introduites/supprimées^a

| Modèle | Variabes introduites | Variabes supprimées | Méthode |
|--------|--|---------------------|---------|
| 1 | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة ^b | | Entrée |

a. Variable dépendante : ثانياً: مقياس التكلفة

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,821 ^a | ,674 | ,671 | ,430 |

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|---------|-------------------|
| 1 Régression | 37,557 | 1 | 37,557 | 203,068 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 18,125 | 98 | ,185 | | |
| Total | 55,682 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : ثانيا: مقياس التكلفة :

b. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة :

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t |
|--|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|
| | A | Erreur standard | Bêta | |
| 1 (Constante) | -,045 | ,201 | | -,223 |
| 1 القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة : | 1,033 | ,072 | ,821 | 14,250 |

Coefficients^a

| Modèle | Sig. |
|--|------|
| 1 (Constante) | ,824 |
| 1 القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة : | ,000 |

a. Variable dépendante : ثانيا: مقياس التكلفة :

Variables introduites/supprimées^a

| Modèle | Variables introduites | Variables supprimées | Méthode |
|--------|---|----------------------|---------|
| 1 | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة. ^b | | Entrée |

a. Variable dépendante : ثالثًا: مقياس المرونة :

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,764 ^a | ,584 | ,579 | ,430 |

a. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة ,
بالمؤسسة:

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|---------|-------------------|
| 1 Régression | 25,353 | 1 | 25,353 | 137,348 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 18,090 | 98 | ,185 | | |
| Total | 43,443 | 99 | | | |

a. Variable dépendante : ثالثًا: مقياس المرونة :

b. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة ,

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t |
|---|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|
| | A | Erreur standard | Bêta | |
| 1 (Constante) | ,361 | ,201 | | 1,794 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,849 | ,072 | ,764 | 11,720 |

Coefficients^a

| Modèle | Sig. |
|---|------|
| 1 (Constante) | ,076 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,000 |

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,646 ^a | ,418 | ,412 | ,533 |

a. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة:

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 19,973 | 1 | 19,973 | 70,254 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 27,861 | 98 | ,284 | | |
| Total | 47,834 | 99 | | | |

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t |
|---|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|
| | A | Erreur standard | Bêta | |
| 1 (Constante) | ,766 | ,250 | | 3,070 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,753 | ,090 | ,646 | 8,382 |

Coefficients^a

| Modèle | Sig. |
|---|------|
| 1 (Constante) | ,003 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,000 |

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,322 ^a | ,103 | ,094 | ,346 |

a. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة:

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Régression | 1,354 | 1 | 1,354 | 11,311 | ,001 ^b |
| 1 Résidu | 11,733 | 98 | ,120 | | |
| Total | 13,087 | 99 | | | |

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t |
|--|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|
| | A | Erreur standard | Bêta | |
| (Constante) | 2,920 | ,162 | | 18,031 |
| 1 القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة | ,196 | ,058 | ,322 | 3,363 |

Coefficients^a

| Modèle | Sig. |
|---|------|
| (Constante) | ,000 |
| 1 القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة | ,001 |

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,852 ^a | ,726 | ,723 | ,248 |

a. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|-----------------|------------------|-----|--------------------|---------|-------------------|
| 1 Régression | 15,956 | 1 | 15,956 | 259,778 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 6,019 | 98 | ,061 | | |
| Total | 21,976 | 99 | | | |

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t |
|---|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|
| | A | Erreur standard | Bêta | |
| 1 (Constante) | 1,148 | ,116 | | 9,895 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,673 | ,042 | ,852 | 16,118 |

Coefficients^a

| Modèle | Sig. |
|---|------|
| 1 (Constante) | ,000 |
| القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة: | ,000 |

Récapitulatif des modèles^b

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation | Durbin-Watson |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|---------------|
| 1 | ,852 ^a | ,726 | ,723 | ,248 | 1,637 |

a. Valeurs prédites : (constantes), القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة:

b. Variable dépendante : القسم الثالث: تأهيل و رفع الأداء التنافسي للمؤسسة:

ANOVA^a

| Modèle | Somme des carrés | ddl | Moyenne des carrés | D | Sig. |
|--------------|------------------|-----|--------------------|---------|-------------------|
| 1 Régression | 15,956 | 1 | 15,956 | 259,778 | ,000 ^b |
| 1 Résidu | 6,019 | 98 | ,061 | | |
| Total | 21,976 | 99 | | | |

Coefficients^a

| Modèle | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t |
|--|-------------------------------|-----------------|---------------------------|--------|
| | A | Erreur standard | Bêta | |
| (Constante) | 1,148 | ,116 | | 9,895 |
| 1 القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة | ,673 | ,042 | ,852 | 16,118 |

Coefficients^a

| Modèle | Sig. |
|---|------|
| (Constante) | ,000 |
| 1 القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة | ,000 |

Coefficients de corrélation^a

| Modèle | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة |
|-------------------|--|
| 1 Corrélations | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة 1,000 |
| Covariances | القسم الثاني: تطبيق أساليب إدارة الجودة بالمؤسسة ,002 |

Statistiques des résidus^a

| | Minimum | Maximum | Moyenne | Ecart-type | N |
|------------------|---------|---------|---------|------------|-----|
| Prévision | 2,31 | 3,63 | 2,97 | ,401 | 100 |
| Résidu | -,835 | ,526 | ,000 | ,247 | 100 |
| Erreur Prévision | -1,667 | 1,638 | ,000 | 1,000 | 100 |
| Erreur Résidu | -3,368 | 2,123 | ,000 | ,995 | 100 |

Récapitulatif du traitement des observations

| | Observations | | | | | |
|-----------------------|--------------|----------|-----------|----------|-------|----------|
| | Valide | | Manquante | | Total | |
| | N | Pourcent | N | Pourcent | N | Pourcent |
| Standardized Residual | 100 | 100,0% | 0 | 0,0% | 100 | 100,0% |

Descriptives

| | | Statistique | Erreur standard | |
|-----------------------|---|------------------|-----------------|--|
| Standardized Residual | Moyenne | 0E-7 | ,09949367 | |
| | Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne | Borne inférieure | -,1974170 | |
| | | Borne supérieure | ,1974170 | |
| | Moyenne tronquée à 5% | ,0565269 | | |
| | Médiane | ,1791130 | | |
| | Variance | ,990 | | |
| | Ecart-type | ,99493668 | | |
| | Minimum | -3,36845 | | |
| | Maximum | 2,12278 | | |
| | Intervalle | 5,49123 | | |
| | Intervalle interquartile | ,94976 | | |
| | Asymétrie | -1,128 | ,241 | |
| | Aplatissement | 2,165 | ,478 | |

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | |
|-----------------------|---------------------------------|-----|---------------|--------------|-----|
| | Statistique | ddl | Signification | Statistique | ddl |
| Standardized Residual | ,115 | 100 | ,002 | ,914 | 100 |

Tests de normalité

| | Shapiro-Wilk ^a |
|-----------------------|---------------------------|
| | Signification |
| Standardized Residual | ,000 |