الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



المدرسة العليا لادارة الاعمال – تلمسان

قسم : الطور الثاني

تخصص : التسويق

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمـــي

تحت عنوان:

تأثير الابتكارات التكنولوجية على قطاع الصناعات الغذائية : دراسة عينة من مؤسسات الجزائر الوسطى

اعداد الطالب : بوعلام كمال **المؤطر: د. شيخي كمال**

تاريخ المناقشة : 27/06/2022

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. عمر همش	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا
د. كمال شيخي	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا
د. سعاد رحالي	أستاذة محاضرة "أ"	ممتحنتا

السنة الجامعية : 2021/ 2022


بسم الله الرحمن الرحيم
١٤٢٠

تشكرات

الحمد لله سبحانه و تعالى اللذي وفقني في اكمال هذا العمل المتواضع

و شكر خاص لمشرفي الدكتور شيخي كمال على جودة اشرافه و التوجيه الجيد

و الاهتمام الحقيقي اللذي ابداه طوال الوقت من عملي و كذالك على نصيحته

القيمة و تشجيعه و خصوصا صبره معي و اود شكر اعضاء لجنة التحكيم لقبولهم

تقييم هذا العمل و لمشاركتهم العلمية و اهتما مهم بالموضوع ايضا شكر خا ص

لاعضاء هيئة التدريس على الجهد الكبير اللذي بذلوه معي في اجمل سنوات

قضيتها معهم و اخيرا اود ان اعبر على امتناني و تقديري لوالدتي

و اخي على وقوفهم معي في كامل مشواري الدراسي

شكرا لكم جميعا

الاهداء

باسو كل ما هو غالي ونفيس و كل الاحترام و التقدير ا هدي عملي لامي العزيزة

مثال حي عن معنى الاخلاص و المسؤولية و الحب التي لعبة دورين معا وكرسة

حياتها لتربيتي و تعليمي معنى احترام الذات و احترام الناس و القدرة على الوقوف

بعد كل سقود و السعي المتواصل على تحقيق الاهداف و العمل تحسين شخصيتي

وتكوينها و تطويرها و تقبل اخطائي و العمل على تجاوزها بالنسبة لي هي

اقوى شخص رئيته في حياتي اتمنى لها طول العمر و دواو الصحة

والى اخي الكبير بلال الذي اعتبره مثال للاب الحقيقي و الاخ الداعم و الصديق

المخلص اللذي الجا له في كل مشكلة صعبة اواجهها فمنه تعلمت معنى انت ان تكون

رجل

بمعنى الكلمة بوجوده لم اخف من شيئ في حياتي و لم احزن على فقدان شيئ

اتمنى له النجاح في حياته و دواو الصحة

واخيرا اتمنى لكل اصدقائي و زملائي كل النجاح و التفوق في حياتهم القادمة

و السلام عليكم

الفهرس

تشكرات.....	3
اهداء.....	4
قائمة الاشكال.....	7
قائمة الجداول.....	8
المقدمة العامة.....	10
الفصل الاول : الابتكارات التكنولوجية و مختلف تاثيراتها	15
مقدمة الفصل.....	16
المبحث الاول : تعريف الابتكارات التكنولوجيا و انواعه	16
المطلب الأول: مفهوم مختلف الابتكارات و خصائصها واهدافها	16
المطلب الثاني : انواع الابتكارات التكنولوجية و عملياتها المختلفة	19
المبحث الثاني : مراحل تبني الابتكارات التكنولوجية واستراتيجياتها	26
المطلب الأول: دوفع تبني الابتكارات التكنولوجية وعوائقها	26
المطلب الثاني : استراتيجيات الابتكار التكنولوجي وانواعه	30
المبحث الثالث: تأثير الابتكارات التكنولوجية على تطور المجتمع و المؤسسات و مخاطرها.....	33
المطلب الأول : تاثير الابتكارات التكنولوجية على تطور المجتمع و المؤسسات	33
المطلب الثاني : اهم الاخطار الناجمة من الابتكارات التكنولوجية على المؤسسات	41
خاتمة الفصل.....	42
الفصل الثاني : مؤسسات الصناعات الغذائية في الجزائر	43
مقدمة الفصل.....	44
المبحث الاول : لمحة عن قطاع صناعة الاغذية في العالم.....	44
المطلب الأول : مفهوم قطاع الاغذية الزراعية و اثرها الاقتصادي في العالم	45
المطلب الثاني : اثر ازمة كوفيد-19 على قطاع الاغذية الزراعية في العالم	48
المبحث الثاني : مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر.....	51
المطلب الأول : واقع الصناعات الغذائية للمؤسسات الجزائرية	51
المطلب الثاني : خصائص المؤسسات الجزائرية و تصنيفها وعمالتها	61
المبحث الثالث : تطورات مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر	71
المطلب الأول : تطور مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر	71
المطلب الثاني : تطور مجال خدمات المطاعم في الجزائر	73

خاتمة الفصل.....	74
الفصل الثالث : دراسة تطبيقية حول تأثير الابتكارات التكنولوجية على عينة من مؤسسات الصناعة الغذائية في الجزائر الوسطى.....	75
مقدمة الفصل.....	77
المبحث الأول: التعريف بمؤسسة (AGRODIV)	77
المطلب الأول : تحديد هوية المؤسسة و كل ما يشملها	77
المطلب الثاني : تاثير الابتكارات التكنولوجية على مؤسسة المطاحن العليا(AGRODIV).....	78
المبحث الثاني : منهجية الدراسة.....	79
المطلب الأول : تحديد عينات الدراسة	80
المطلب الثاني: ادوات الدراسة	80
المبحث الثالث : تحليل و تفسير النتائج	82
المطلب الأول : عرض الجداول و الرسوم البيانية و النتائج الاحصائية	82
المطلب الثاني : تحليل وتفسير فرضيات الدراسة	95
خاتمة الفصل.....	107
الخاتمة العامة.....	108
المراجع	112
قائمة الاختصارات.....	117
قائمة الملاحق.....	119

قائمة الاشكال

الاشكال	الرقم
الشكل رقم 1 : الابتكار التكنولوجي الجذري و الجزئي	19
الشكل رقم 2 : يبين المجال الاقتصادي والتكنولوجي للإبداع التكنولوجي	36
الشكل رقم 3 : توزيع متوسط الانتاج العالمي للأغذية الزراعية عبر القارات	43
الشكل 4 : الموردين الرئيسيين للجزائر	52
الشكل رقم 5 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن جهة تاثر المؤسسة بالابتكارات التكنولوجية	80
الشكل رقم6 : نتائج استبيان العينات المدروسة ايجاد البديل للمواد الخام الغالية	81
الشكل رقم7 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن كيفية اثر الابتكار التكنولوجي على جودة الانتاج	82
الشكل رقم8 : نتائج استبيان العينات المدروسة راي المستهلكين التغيير الجديد في التغليف	83
الشكل رقم9 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن اذا قللت التكنولوجيا الحديثة من عدد العمال	83
الشكل رقم10 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن نسبة تقليل العمالة بسبب الاتكارات التكنولوجية	84
الشكل رقم11 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن تكيف العمال مع التكنولوجيا الحديثة	85
الشكل رقم12 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن تطور نظام التوزيع في ظل التكنولوجيا الحديثة	85
الشكل رقم13 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن طرق التسويق الاكثر اعتمادا من طرف الشركة	86
الشكل رقم14 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن اذا ما ساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار العلامة التجارية للمؤسسة	87
الشكل رقم15 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن نوع الفيديوا المستخدم لاستهداف العملاء	87
الشكل رقم16 : نتائج استبيان العينات المدروسة من اي جهة تطور التغليف في ظل التكنولوجيا الحديثة	88
الشكل رقم17 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن كيفية مساعدة الابتكارات في تحسين علاقة المؤسسة مع الزبائن	89
الشكل رقم18 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن ماهي الطريقة المناسبة لتحسين حملتها التسويقية لجذب الزبائن	89
الشكل رقم 19 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن مميزات خدمات مابعد البيع بالاعتماد على الابتكارات التكنولوجية	90

قائمة الجداول

الجداول	الرقم
الجدول 1 : ترتيب الدول العشر الأولى في العالم حسب إنتاجها من للأغذية الزراعية	42
الجدول 2 : تصنيف بعض الشركات الكبرى في العالم لصناعة الغذاء	47
الجدول 3 : كمية انتاج الاغذية الزراعية و مدى تأثير التعداد السكان 2005-2018	48
الجدول 4: المنتجات الزراعية الغذائية الرئيسية المستوردة 2014-2016	51
الجدول 5: تطور الصادرات الغذائية والصادرات الزراعية	53
الجدول 6 : تطور عدد الأجراء في الصناعات الزراعية الغذائية	55
الجدول 7: حجم الشركة	59
الجدول 8: شركات الأغذية الزراعية حسب النشاط	63
الجدول رقم 9 : توزيع العمالة حسب حجم المؤسسات	66
الجدول رقم 10 : نسبة المؤسسات الناشطة في شعبة المشروبات حسب حجم العمالة	66
الجدول رقم 11 : نسبة المؤسسات حسب حجم العمالة	67
الجدول رقم 12: تطور مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر منذ 1988 الى 2018	68
الجدول رقم 13 : لقياس مدى ثبات الاستبيان	78
الجدول رقم 14 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن بداية عمل المؤسسة	78
الجدول رقم 15 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن الشكل القانوني للمؤسسة	78
الجدول رقم 16 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن طبيعة المؤسسة	79
الجدول رقم 17 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن حجم المؤسسة	79
الجدول رقم 18 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن تخصص المؤسسة	80
الجدول رقم 19 : المتوسط الحساب	91
الجدول رقم 20 : عدد الحالات المشمولة في الاستبيان	92
الجدول رقم 21 : ترميز المتغير التابع	93
الجدول رقم 22 : جدول التصنيف. ا.ب	93
الجدول رقم 23 : متغيرات المعادلة	93
الجدول رقم 24 : المتغيرات الغائبة عن المعادلة	94
الجدول رقم 25 : الاختبارات المركبة لمعاملات النموذج	94
الجدول رقم 26 : ملخص النماذج	94
الجدول رقم 27 : جدول التصنيف .ا	95

الجدول رقم 28 : متغيرات المعادلة	95
الجدول رقم 29 : عدد الحالات المشمولة في الاستبيان	97
الجدول رقم 30 : ترميز المتغير التابع	97
الجدول رقم 31 : ترميز المتغيرات الفئوية	98
الجدول رقم 32 : جدول التصنيف. ا.ب	98
الجدول رقم 33 : متغيرات المعادلة	99
الجدول رقم 34 : المتغيرات الغائبة عن المعادلة	99
الجدول رقم 35 : الاختبارات المركبة لمعاملات النموذج	99
الجدول رقم 36 : ملخص النماذج	99
الجدول رقم 37 : جدول التصنيف. ا	100
الجدول رقم 38 : متغيرات المعادلة	100

المقدمة العامة

ظهر القرن الواحد و العشرين و ظهرت معه عدة تغيرات جذرية هامة تطرح العديد من التحديات، فظهرت العولمة المالية و التجارية و الصناعية و كذا عولمة الخدمات، كما تعاظمت أهمية المعرفة و التكنولوجية في الاقتصاد حتى غدت من سمة هذا القرن. و مما لا شك فيه أن التقدم التكنولوجي والصناعي قد صار أمرا حيويا بالنسبة لقوة أي دولة، فقوة الأمم الاقتصادية تعتمد إلى حد كبير على تقدمها التكنولوجي و خاصة في المجال الصناعي، كما ظهر على الساحة الدولية فكر ينادي بضرورة الاهتمام بالبيئة ، و ذلك بإعطائها قيمة سعرية و إدماجها ضمن القرارات الإستراتيجية.

وقد كان أخطر آثار العصر الجديد بروز التنافسية كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات بدرجة غير مسبوقة, و من هنا أصبحت المؤسسة في موقف يحتم عليها العمل الجاد و المستمر لاكتساب الميزات التنافسية لإمكان تحسين موقعها في الأسواق أو حتى مجرد المحافظة عليه في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين و المحتملين. إذ إن التوسع في دراسة البيئة الخارجية والداخلية يتيح صياغة إستراتيجية قادرة على مواجهة التحديات التي تقف في طريقها بغية تحقيق أهدافها.

و قصد تطوير الميزة التنافسية و المحافظة عليها أطول فترة ممكنة، تعمد المؤسسة إلى إحداث تجديدات و تحسينات مستمرة في منتجاتها و خدماتها ، من خلال الاعتماد على الابتكار التكنولوجي كإستراتيجية تهدف إلى تحقيق أهداف المؤسسات الصناعية خاصة من جهة و خلق ميزة تنافسية من جهة أخرى تشجيع الإبداع بمفهومه الواسع و الابتكار التكنولوجي لخلق ميزة تنافسية داخل المؤسسة الصناعية أصبح ضرورة حتمية يجب احتوائها لضمان الركب بالتطورات العالمية .

وتضمنت هذه البرامج مجموعة من الاجراءات التي مست قطاع الصناعات الغذائية في الجزائر ، و تواجه شعبة تحديا كبيرا في العالم يتمثل في تغذية تسعة مليار شخص في حدود سنة 2050 ،مع ارتفاع مستوى معيشة الأفراد في الدول الناشئة مما يؤدي إلى زيادة الطلب على الجودة و صلاحية المنتجات على المدى البعيد من أجل ضمان الاكتفاء الذاتي ، بالتالي هو نشاط مكمل للآخر خالق الثروة والعمالة ، والتغير السريع الذي تعيشه البيئة الدولية والوطنية على المستويات الاقتصادية والمالية والتكنولوجية والاجتماعية في الجزائر اي تسريع التغيرات على المستوى الدولي وتحرير السوق وطنية تشجع الشركة الجزائرية للأغذية الزراعية على اكتساب المهارات أساسيات الإدارة لمعرفة كيفية إدارة الوقت والتواصل وتوجيه الاجتماع وإدارة الفريق و امتلاك القدرة على مواكبة الابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال الغذاء مما يؤدي إلى التحفيز للحصول على أداء الأعمال ويعد وزن هذا القطاع في الجزائر ثقيل ، لان الهدف منه هو تحقيق الاكتفاء الذاتي لها.

1-إشكالية الدراسة:

تبرز إشكالية الدراسة العديد من التحديات التي تواجه الصناعات الغذائية من اجل تغذية سكان الجزائر، و توفير منتجات غذائية آمنة للمستهلكين و ذلك من خلال الاستفادة من الابتكارات التكنلوجية لتطوير جودة الانتاج ، مع حفاظها على أهميتها الاستراتيجية ضمن الأنشطة الاقتصادية مما يجعلنا نطرح اشكاليتنا :

كيف اثرت الابتكارات التكنلوجية في تطوير قطاع الصناعات الغذائية ؟

وتتفرع هذه الإشكالية الأساسية إلى التساؤلات الفرعية التالية :

- ما هو المقصود بالصناعات الغذائية و مكانتها في الاقتصاد الوطني ؟
- ما هو مضمون الابتكارات التكنلوجية، و ما مدى اهميتها في المؤسسات و المجتمع ؟

و من خلال دراستها قمنا بانشاء فرضيات تضمن محتواها الاجابة عن الاسئلة المتعلقة بقدرة الابتكارات التكنولوجية على التاثير في الشركات :

- **الفرضية1** : يكون نجاح الشركة من خلال تحفيزها على الاستغلال الامثل للتكنلوجيا الحديثة..
- **الفرضية2** .: القدرة على تقبل الابتكارات التكنولوجية الحديثة من طرف العمال لنقل الشركة الى مستوى جديد و يحقق اهدافها و تطلعاتها المستقبلية .

2- سبب اختيار البحث

تحتل الصناعات الغذائية مكان هامة في الاقتصاد الجزائري بحيث يكون الهدف التركيز عليها هو تحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر ، فهي العصب الحيوي للنظام الغذائي المعاصر و لعدم توفر الدراسات الكافية عنها ناقشنا هذا الموضوع ، لمعرفة مدى تاثير الابتكارات التكنلوجية على هذه الشركات و على المجتمع.

3- اهداف الدراسة :

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة مدى تأثير الابتكارات التكنولوجيۃ على شركات الصناعات الغذائية الجزائرية ، ومساهمتها قي تطوير الشركة و زيادة مصداقيتها . من أجل معالجة مجموعة الأهداف ، سيتم تنظيم هذه الدراسة في جزئين على النحو التالي:

الأول هو الجزء النظري ، والذي يتكون من البحث في الايطار النظري باستخدام الكتب والمقالات والأطروحات. والثاني هو الجزء العملي فينقسم الى قسمين ، الاول دراسة ميدانية في شركة المطاحن العليا و القسم

الثاني يكون باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، المبني على استبيان مسح مع مديري الشركات الجزائرية للأغذية الزراعية. البيانات التي تم جمعها ستكون تمت مراجعتها وتحليلها بواسطة برنامج SPSS.

4- الدراسات السابقة :

- ❖ رضاف هادي سيد ، يناير 2013 بعنوان "الابتكار التكنولوجي التنظيمي" المجلة الدولية للأعمال والعلوم الاجتماعية جامعة الوسائط المتعددة سيبرجايا ، سيلانجور، ماليزيا حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بالأدبيات النظرية المتعلقة بالابتكار التكنولوجي التنظيمي، وما هو المنهج والاستراتيجيات والطرق المتبعة من طرف المدراء من أجل قيامهم بالابتكار التكنولوجي.
- ❖ بكري اصيل، جويلية 2016 بعنوان "تصور من مديري المدارس حول الابتكار التكنولوجي مجلة دراسات التعليم والتدريب في المدرسة العليا " Turgut Özal Anatolian "، Çarmuzu، Malatya، Turke حيث تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تصورات مديري المدارس حول الابتكار التكنولوجي وما إذا كان هناك اختلاف كبير في إدراكهم لمستوى الابتكار التكنولوجي وفقاً لمعايير مختلفة.
- ❖ أحمد مصنوعة. 23-24 نوفمبر 2014 الصناعات الغذائية كمدخل لتحقيق الامن الغذائي في الجزائر الواقع و المأمول. الملتقى الدولي التاسع حول : في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية الدولية. الجزائر ,78,ص.
- ❖ شيخي كمال، 2021 ، التسويق والاستهلاك الغذائي في الجزائر: المفاهيم، التوجهات وبعض النصائح، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 280 .ص

5- حدود الدراسة

الحدود المكانية : قمت بهذه الدراسة على العديدي من شركات صناعة الاغذية في الولايات الوسطى

المواعيد النهائية: هو من 8 ماي الى23 جوان لسنة 2022 لايداع مذكرة التخرج

6- منهجية الدراسة :

للاجابة على كل التساؤل الرئيسية للدراسة قمنا بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وهو وصف متغيرات الدراسة والظاهرة المدروسة بحيث يقوم هذا المنهج على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب حدوثها والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتفسيرها وتقديم مختلف المفاهيم المتعلقة بالموضوع مع مراعاة طبيعة الموضوع. أما عن المظهر تطبيقيًا ، استخدمنا طريقة دراسة الحالة لمختلف بعض الشركات للولايات الوسطى لتحليل واقع التطبيق في مدى تأثير الابتكارات التكنولوجية المستخدمة في شركات الأغذية ، و تحديد الاستنتاجات

التي تخدم أغراض البحث، و ايضا استخدام مصادر الإنترنت المختلفة مثل الأدوات دراسة ميدانية و الكتب و المراجع و حتى الاطروحات و الدراسات السابقة .

الفصل الاول : الابتكارات التكنولوجية و مختلف تاثيراتها

مقدمة :

يُعرف هذا العصر بعصر تراكم المعلومات والمعرفة، والذي زاد من قدرة الأفراد على الابتكار، وبالتالي فإن الشركات أكثر استعدادًا للابتكار في جميع الأنواع والاتجاهات، بما في ذلك الابتكارات السوداء وأخلاقيات البقاء والاستمرارية. أصبح الابتكار موضوعًا شائعًا في عصرنا لأنه من الموضوعات المهمة والضرورية التي تخلق الثروة، حيث أنه يمنح المنظمات المعتمدة عليه ميزة تنافسية لتحقيق منتجات جديدة كنشاط منظم ومتميز ومنه الابتكار التكنولوجي يعتبر اليوم عاملا حاسما في قدرة المؤسسة على البقاء والنمو، وأن تطوير أو تحسين المنتجات التي تقدم للسوق وإطلاق منتجات جديدة و تطوير عمليات جديدة أو تحسين العمليات الحالية أصبحت مناهج تتبناها أغلب المؤسسات وتسعى لاستثمارها في تقديم منتجات ذات جودة عالية تلبي حاجات ورغبات الزبائن المختلفة والمتجددة. ولما كانت مؤسساتنا الصناعية الوطنية والعربية بحاجة إلى رفع أدائها الإبداعي والاستراتيجي والنظر إلى المستقبل برؤية معمقة لبناء تجربة جديدة تشهد حضورا في عالم الأعمال، أصبح لزاما عليها الاهتمام بالابتكار والمبدعين التحسين جودة المنتج باستمرار لكسب التفوق التنافسي وقد قسم الابتكار التكنولوجي الى ابتكار جذري وتدريجي للمنتج أو العملية، اذ ينظر إلى الابتكار الجذري على انه اعتماد تكنولوجيا جديدة لخلق طلب جديد غير معروف من قبل الزبائن والأسواق وهذا ينطوي على مخاطر عديدة، بينما الابتكار التدريجي يشير الى الاستفادة من المهارات والمعارف الحالية لتقديم منتجات أجري عليها تعديل أو تحسين لمواكبة حاجات ورغبات الزبائن، وهذا ينطوي على مستوى مخاطر أقل .

المبحث الاول : تعريف الابتكارات التكنولوجية وانواعها

يعتبر الابتكار التكنولوجي من المفاهيم الحديثة نسبياً والتي قد يساء فهمها بسبب الخلط بين مفهوم الابتكار والتكنولوجيا رغم أن الابتكار كمفهوم منفصل تم تحديده بشكل واضح . يشير مفهوم الابتكار إلى إنشاء خطوات إضافية لتطوير خدمات ومنتجات جديدة في السوق تلبي احتياجات المستخدمين أو تحل مشكلات معينة أو تقديم منتجات لم تكن موجودة من قبل. بينما يركز الابتكار التكنولوجي على الجوانب التقنية لمنتج أو خدمة بدلاً من العمل على كافة الجوانب المتعلقة بالمنتج .

المطلب الاول : مفهوم مختلف الابتكارات و خصائصها و اهدافها

1- مفهوم الابتكار :

الابتكار فهو ترجمة لكلمة Innovation والتي قد يترجمها البعض بالتجديد كما ترجمه بيتر دراكر في كتابه Entrepreneurs hip And Innovationتحت عنوان "التجديد والمقاولة "، وينظر إلى التجديد على أنه "تجديد المنتج الحالي " ، حيث استخدم في كتابه Innovation الابتكار بمعناه الواسع الجدري والتدريجي[1].

2- مفهوم الابتكار التكنولوجي

أن التقدم التكنولوجي ووقعه المتسارع والمستمر يدفع المؤسسات على اختلاف أنواعها الى تطوير طرائق عمل أو تركيب تجهيزات جديدة وتبني تكنولوجيا أكثر تقدما لكي تبقى في السوق في ظل بيئة حادة للمنافسة.

ولقد أشار كل من (Whisler & Leavitt , 1958) عن الإدارة في عقد الثمانينات إلى أن أكثر المؤسسات الكبيرة لن تستطيع البقاء في السوق ما لم تدخل تعديلات أساسية في أساليب الإنتاج أو الجوانب التنظيمية، وهذه التغييرات هي في حقيقة الأمر تمثل ابتكار (Innovation)باختلاف أنواعه. والنوع الذي يهمنا في هذا البحث [2]

هو الابتكار التكنولوجي (Technological Innovation) حيث عرفه (Fuler, 1974) على أنه يمثل نوع من التحديث (Newness) والأصالة (Originality) في المنتج ؛ بعبارة أخرى فان الابتكار التكنولوجي وفق وجهة النظر هذه هو تطوير أو تحسين المنتج موجود أو إطلاق منتج جديد في السوق 2 وبرأي (Katus , 2013 & Kukus) .

[1] نجم عبود نجم. ,2003, الابتكار التكنولوجي المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة (الإصدار 1) ص169

[2] محمد قريشي و صفاء بياضي, 2014, مجلة الحقوق و العلوم الانسانية–العدد الاقتصادي–34 (1) " الابتكار التكنولوجي في المؤسسات " من جامعة بسكرة , ص76

فان الابتكار التكنولوجي يشمل المنتجات والعمليات الجديدة أو التغيرات التي تطرأ على المنتجات والعمليات الحالية. ويشير (Fu & Ju, 2012) إلى أن الابتكار التكنولوجي هو تكنولوجيا التصميم، التصنيع، والأنشطة التجارية المتعلقة بأول تطبيق تجاري من المنتجات والعمليات الجديدة ومن منظور (تركي، 2017) الابتكار التكنولوجي هو العملية التي تحقق التنسيق والتعاون بين أنشطة المؤسسة بهدف تبني أفكار وأساليب جديدة وترجمتها في ميدان العمل إلى منتج جديد سلعة أو خدمة أو تطوير منتج أو استخدام عملية إنتاجية جديدة أو تطوير عملية إنتاجية قائمة لتلبية متطلبات الزبائن وجعلها الأفضل في سوق المنافسة..

- يشمل مفهوم الابتكار التكنولوجي تسويق فكرة تقنية من خلال التصميم الإنتاجي وتطوير وتنفيذ منتج أو خدمة أو عملية قائمة على التكنولوجيا لإجراء تغييرات تكنولوجية مهمة لتلبية احتياجات العملاء أو رغباتهم أو حل مشكلة في السوق. هذا يعني تغيير أو ترقية خدمات ومنتجات موجودة بالفعل أو ابتكار منتج أو خدمة جديدة تنطوي على تغيير المعرفة.
- يُمكن أن تدخل العمليات والمنتجات والتغييرات الجديدة القائمة على التكنولوجيا بهدف تحسين الإنتاجية والجودة، ضمن مفهوم الابتكار التكنولوجي وذلك يشمل الأنشطة التي تساهم في البحث والتطوير وتصميم المنتجات الجديدة أو تحسين المنتجات الحالية . وباختصار فإن الابتكار التكنولوجي يتضمن ابتكار المنتجات الجديدة أو إصدارات محسنة من المنتجات الحالية التي تزيد من استخدام المنتج وتجعله أفضل من السابق .
- الابتكار التكنولوجي أيضاً هو عملية جديدة أو محسنة تختلف بخصائصها التكنولوجية بشكل ملحوظ عمّا يسبقها، والابتكارات في المنتجات التكنولوجية المنفذة هي منتجات جديدة (ابتكارات في المنتج) أو عمليات قيد التطبيق (ابتكارات عملية) قد طُرِحَت في السوق ، ويُعتبر المنتج أو العملية ابتكارًا حقيقياً إذا حقق مزايا .
- محددة للمؤسسة المبتكرة ، ولا يجب أن يكون هذا الابتكار جديداً من وجهة نظر الشركات الأخرى المنافسة أو السوق المحلي.
- تشمل الابتكارات التكنولوجية المنتجات والعمليات التكنولوجية الجديدة أو المعدلة بشكل كبير، حيث تظهر فيها الحداثة التكنولوجية ، على عكس التحسينات ، فإن معظم التقنيات معقدة وتراكمية ، وهي مخصصة للشركات التي يحدث نشاطها التكنولوجي على مستواها هي في الغالب ، في حين أن الاختراعات قد تنتج عن بيئات اقتصادية واجتماعية مختلفة ، فإن الابتكارات هي في الأساس نتيجة لنشاط الشركة المستمر وعملها الدؤوب ، وحتى تكون الشركة قادرة على استخدام الاختراع وتحويله إلى ابتكار، يجب عليها أن تجمع بشكل فعّال بين المعلومات والموارد البشرية والمالية والمادية ، فإن وجود نظام توزيع وظيفي هو أمر ضروري وغاية في الأهمية ومطلب لا يمكن الاستغناء عنه ، وهذا هو الفرق الرئيسي والجوهري بين الاختراع والابتكار .

3- خصائص الابتكارات التكنولوجية

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص الخصائص الأساسية المرتبطة بالإبداع التكنولوجي و المتمثلة في :

- ان يكون مرتبطا بالإنتاج والإنتاجية ، بحيث أن كل ابتكار لا يؤدي إلى تحسين في عملية الصنع أو استخدام عناصر الإنتاج ولا في توفر منتجات جديدة أو تحسين المتواجدة لا يعتبر إبداعا تكنولوجيا بالمعنى الصحيح.
- أنه نتيجة تطبيق معارف فنية أو تكنولوجية معترف بها، ومعنى هذا أن كل جديد يستند إلى معلومات غير دقيقة ويؤدي إلى نتائج غير فعالة رغم جاذبيتها لا يمكن اعتبارها إبداعا تكنولوجيا .
- أن المجهودات الإبداعية المبذولة دون الوصول إلى التحكم أو تقليل التكاليف ليست ابتكارات تكنولوجية، والنقطة الأساسية هنا هي أن الإبداع التكنولوجي يحمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية وسعر البيع، فالأسلوب الفني الذي لا يخفض من تكلفة الإنتاج الوحدوية لا يستطيع أن يضمن ازدهار المؤسسة .
- أن الابتكار التكنولوجي بدون انتشار في الأسواق يكون محدود الكفاءة الفعالية.
- الابتكار التكنولوجي عامل أساسي في المنافسة وبالتالي في ديناميكية السوق الحرة وحتى تتحقق التنمية الاقتصادية لا بد أن يكون له آثارا أوسع ما يكون[3].

4-اهداف الابتكارات التكنولوجية

يفترض دائما أن كلابتكار تكنولوجي لابد أن يسفر بطريقة تلقائية عن تأثير مرغوب فيه (عائد اقتصادي) سواء من وجهة نظر المبدع أو من تبنى الإبداع أو المجتمع ككل، وهذا الخط الفكري يقوم على الروابط التالية :

- تسفر التأثيرات المادية لجميع الابتكارات التكنولوجية إما عن منتجات جديدة (الأمر الذي يعني مزيدا من الأرباح، وكفاءات أعلى في الإنتاج)، أو عمليات إنتاجية جديدة (الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية)
- أن الارتفاع في الإنتاجية يعني الانخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج
- أن الانخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج يسفر عن ارتفاع الأرباح ونمو المؤسسات، الأمر الذي يشكل الدوافع الرئيسية من أجل جهود أخرى لإنتاج المزيد من الابتكارات التكنولوجية؛
- أن الارتفاع في الإنتاجية يعني زيادة الناتج الكلي بنفس القدر من الموارد، الأمر الذي يعني الحفاظ على الموارد في المجتمع[4]

[3] LE MASSON P., WEIL B. et HATCHUELA, 2006 , من ابداعات الابتكارات التكنولوجية. ص82

[4] CHRISTENSEN C. M., The Innovator's Dilemma ، 2000 ، هارير بيزنس, ص 57

- إن المزيد من الابتكارات التكنولوجية والانتشار السريع لها يعتبر أهدافا اجتماعية مرغوب فيها، وهذا يعني أن هناك تطابق بين أهداف المؤسسة وبين أهداف المجتمع ككل
- بما أن نتائج الابتكارات التكنولوجية قد تحققت بالكامل يصبح هناك تطابق بين الأهداف المرجوة والنتائج الفعلية

وتتفق معظم المؤسسات على هذه الأهداف النهائية التي تسعى لتحقيقها من أجل تحسين الأداء الاقتصادي لها في شكل زيادة في الإيرادات أو تخفيض في التكاليف.

المطلب الثاني : انواع الابتكارات التكنولوجية و عملياتها المختلفة

يميز عادة بين نوعين أساسيين من الابتكار التكنولوجي هما:

اولا : الابتكار التكنولوجي الجزئي(التدريجي)

يتمثل هذا النوع من الابتكار التكنولوجي في التحسين الذي يحدث بالنسبة للمنتجات (تحسين منتج موجود) وأساليب الإنتاج (تحسين عملية موجودة) ، ويكون من خلال إضافات صغيرة وتعديلات جزئية سواء في المنتجات الموجودة حاليا، وكذلك في العمليات والأساليب الإنتاجية المستخدمة[5].

ومن أبرز خصائص الابتكار التكنولوجي الجزئي هي أنه:

1. لا يتطلب وقتا طويلا
2. لا يحتاج إلى موارد مالية كبيرة
3. لا يحتاج إلى موارد بشرية و مادية كبيرة.

على الرغم من المزايا المذكورة لهذا النوع من الابتكار التكنولوجي إلا أن له عيوبا تتعلق بالقيام به تتمثل في:

- أنه في أغلب الحالات هو إتباع للقائد في السوق فهو لا يحقق قيادة حاسمة في الحصة السوقية ، إلا في بعض الحالات خاصة عندما تتراكم التحسينات لتصبح تحسينات جوهرية؛
- نه في الغالب يعمل في ظل الحالة القائمة والفن التكنولوجي السابق؛
- عندما يكون عبارة عن تحسينات صغيرة فإنه يمكن أن يكون خطرا في حالة السوق سريعة التغير كما في سوق الإلكترونيات أمام المنافسين الذين يأتون بالجديد؛

[5] Stevenson William J, Production ، 2007 . إدارة العمليات ، الطبعة الثامنة ، مطبعة فون هوفمان ، ص 228.

- أن المبالغة في التحسينات يمكن أن تؤدي إلى التنوع الأقصى ، مما قد يؤدي إلى إرباك الزبون، فلقد قامت شركة Matsushita بتقديم 220 نوعا من التلفزيونات ما جعل الزبون في حيرة عند الاختيار وإلى الحاجة إلى وقت أطول فيه، خاصة أن 10% منها فقط كان يباع بشكل جيد مما اضطر الشركة في النهاية إلى تخفيض عدد الأنواع إلى 62 نوعا؛
- إن التحسينات الكثيرة التي يمكن اقتراحها والعمل على إدخالها عادة ما تنتهي من أجل الأخذ بها كتحسينات للتسوية (حلول وسط)؛
- التحسين المستمر يعتمد على أوسع مشاركة للعاملين، ولكن ميل المؤسسات لإدخال التكنولوجيا الحديثة (الآلة)، سيؤدي إلى إحلال الآلة محل العاملين، وبالتالي فإن العاملين لا يمكن أن يواصلوا إلى حد بعيد عملية تميل باستمرار إلى الاستغناء عنهم.

ثانيا : الابتكار التكنولوجي الجذري(النافذ)

يهتم هذا النوع من الابتكار التكنولوجي في خلق منتجات وعمليات جديدة (تقديم منتجات جديدة وإدخال أو تصميم عمليات إنتاجية جديدة)، وإجراء تغييرات أساسية في طريقة إنجاز العمل بهدف الاستجابة السريعة لاحتياجات الزبائن.

كما أنه يؤدي إلى استخدام معارف ومهارات جديدة تؤدي إلى انقطاع في التكنولوجيا القديمة، كما في الفاكس لتحل محله تكنولوجيا جديدة هي البريد الإلكتروني وذلك من أجل أداء أفضل للمؤسسة للابتكار التكنولوجي الجذري خصائص عديدة تسعى المؤسسة لاستغلالها من أجل تحقيق أهدافها تتمثل في[6]:

1. يؤدي إلى إدخال تكنولوجيا أو منتجات جديدة تماما تحرك النمو الاقتصادي وتعطي الشكل الكلي للصناعة، وهو كما يقول Tellis and Chandy هو الذي يحقق الفرق بين بقاء المؤسسات وزوالها؛
2. يؤدي إلى إنشاء أسواق جديدة للتكنولوجيا والمنتجات الجديدة؛
3. في أغلب الحالات الطويلة الأمد فإنه يمكن المؤسسة من تحقيق أرباح كبيرة، وخاصة في ظل إدارة فعالة لحقوق الملكية الفكرية، حيث يمكن أن يستمر لفترة طويلة قد تصل إلى عشرين سنة وذلك حسب فترة الحماية المحددة قانونا.

بالرغم من المزايا المذكورة لهذا النوع من الابتكار التكنولوجي فإن له مخاطر تتمثل في:

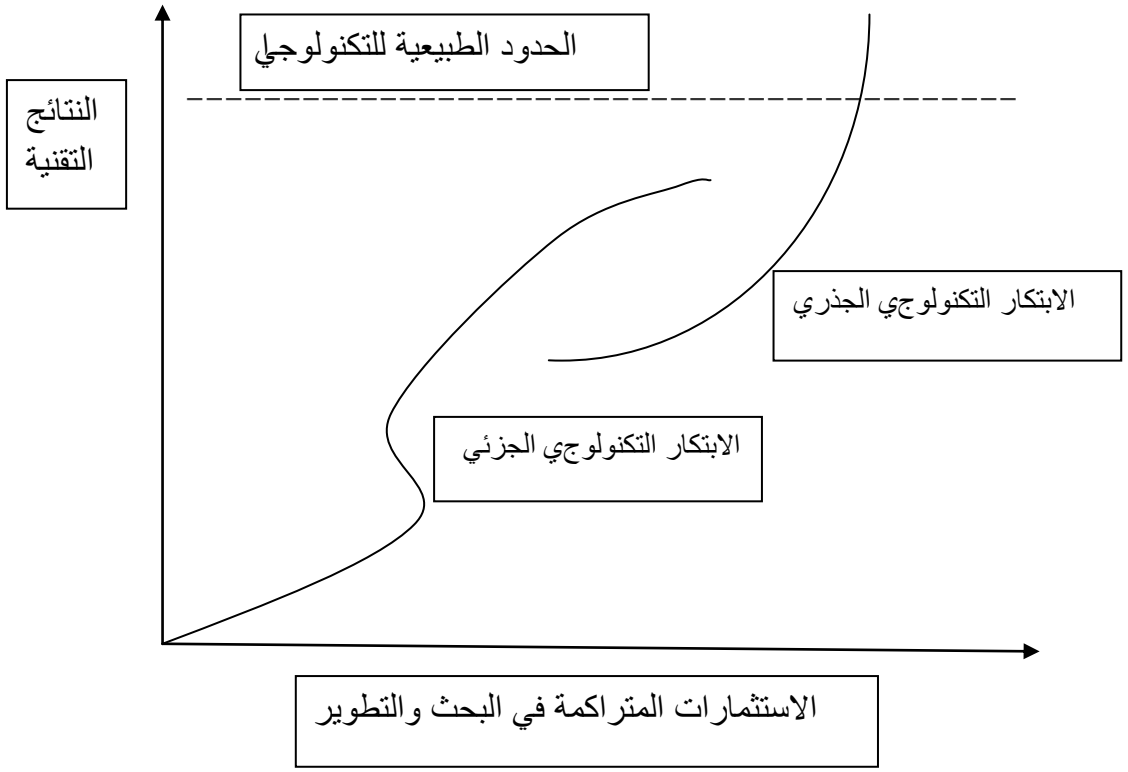
[6] نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص : 173-176

- الاحتمال العالي للفشل حيث أشارت دراسة إلى أن الاقتصاد الأمريكي يطور ما يقارب عشرة آلاف منتجا جديدا كل سنة وأن 80% منها تموت في مرحلتها الأولى، وأن المتبقي من المنتجات الجديدة لم يشتمل إلا على 5% منها منتجا جديدا مثلت تقدما تكنولوجيا ذو دلالة وتلبي طلبا اقتصاديا في السوق [7]؛
- التكلفة العالية، حيث أن هذا النوع من الابتكار التكنولوجي يتطلب استثمارات كبيرة في مختلف مراحله، مما يعني أن المؤسسات يمكن أن تتعرض للمخاطرة العالية في ظروف عدم التأكد العالية؛ أو احتمالات الفشل العالية؛
- الفترة الزمنية الطويلة، حيث قد تصل مدة الابتكار التكنولوجي الجذري من الفكرة إلى وصوله في شكله النهائي عدة سنوات وأحيانا تصل إلى عقدين من الزمن، والواقع أن المنافسة القائمة على الزمن ترى فيه العامل الوحيد الذي لا يمكن تعويضه، لذا فإن الابتكار التكنولوجي الجذري الذي يتطلب وقتا طويلا يصبح ذا مخاطرة عالية؛
- لتأخيرات غير المتوقعة، ففي حالات كثيرة تتطلب توظيف موارد أكثر بكثير من الميزانية المخصصة. إن نفق سكك الحديد سويكان الذي يربط بين جزيرة هوكايدو باليابان أكمل في 14 عاما متأخرا لأكثر من سنة ومكلفا عشرة ملايين باوند وهذا يمثل ضعف المبلغ المتوقع؛
- مشكلة التقليد، حيث أن التقليد الذي يأتي بالتحسينات على المنتج المقلد الأصلي قد يستولي على الحصة السوقية مما يعرض المنتج الأصلي إلى الخطر القادم من بعض المقلدين الذين لديهم قدرات عالية، حيث يصبح التابع تهديد حقيقي لأن يحتل مركز القائد؛
- إن الكثير من المؤسسات تميل إلى الاعتماد على الابتكار التكنولوجي الناجح الوحيد الذي تحقق فيه الأسبقية التنافسيةّ وتكسب أرباحا كبيرة. وبدلا من أن يكون ذلك دافعا قويا على أهمية الابتكار التكنولوجي ومواصلته، فإن هذه المؤسسات تنتقل للاهتمام بالتسويق لإبداعها السابق وسرعان ما يظهر المنافسون بإبداعاتهم المتفوقة، ليحققوا النجاح التجاري المعقول وميزة مستدامة في مقابل المؤسسة التي تعتمد على الإبداع الوحيد.

والشكل الآتي يوضح الفرق بين الابتكار التكنولوجي الجذري والجزئي من حيث التكلفة أي الاستثمارات في البحث والتطوير والنتائج التقنية المتوقعة.

[7] أوكيل محمد سعيد، 1994 ، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ،ص 33.

الشكل رقم 1 : الابتكار التكنولوجي الجذري و الجزئي



المصدر : من اعداد نجم عبود نجم. (2003) الابتكار التكنولوجي المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة

إن الابتكار التكنولوجي الجذري يتسم بالتكلفة العالية والانقطاع وطول فترته الزمنية، لذا فإن الابتكار التكنولوجي الجزئي يقدم حلا جيدا سواء على مستوى إدخال التحسينات من أجل اللحاق بالمبتكر الأصلي صاحب الحركة الأولى، أو في التقاط فرص الأسواق الجديدة. وإذا كان القائم بالحركة الأولى ميزته تكنولوجية، هندسية فإن القائم بالتحسين ميزته في جانب منها هندسي، إنتاجي وفي جانب آخر تسويقي لأنه عادة ما تكون التحسينات على أساس حاجات السوق وفرصه.

وهناك العديد من العمليات التي تحدث بين النوعي

- **الابتكار التدريجي مقابل الابتكار الجذري :**

أول هذه الفروق الكلاسيكية هو ما يتم بين الابتكارات الجذرية (أو التخريبية) والتزايدية (المستمرة أو التقدمية) . يكمن الاختلاف ، كما تشير المصطلحات جيدًا ، في درجة الاستمرارية مع القائمة. ومع ذلك ، فإن هذا التمييز أكثر تعقيدًا على ما يبدو[8].

1. **بُعدي التصنيف** : في الواقع ، كل هذا يتوقف على ما إذا كنا نركز على جانب "المهارات" أو على

"الأثر الاقتصادي" للانقطاع. على سبيل المثال ، كريستوفر فريمان وكارلوتا بيريز

تعتمد بشكل أساسي على هذا المعيار الأخير للتمييز بين الابتكارات المتزايدة والابتكارات الجذرية وتغييرات النظام التقنيات والتحولات في النماذج التقنية والاقتصادية (هذين الحالات الحديثة التي تعتمد على مجموعة من الابتكارات أكثر من الاعتماد على الابتكار المعزول). في حين أنه من الصحيح أن الاثنين مرتبطان غالبًا ، إلا أنه يحدث كثيرًا في كثير من الأحيان أن الابتكار الثوري التكنولوجي لم يفعل ذلك فقط تأثير اقتصادي محدود (خاصة عندما يكون فشلًا تجاريًا). هو يحدث أيضًا أن الابتكار القائم على استمرارية تكنولوجية معينة يؤدي إلى عواقب اقتصادية كبيرة.

2. **محاولات في التوليف** : (وليام أبرناثي وكيم كلارك) ، من جهتهما ، يميزان بين درجة الانقطاع التكنولوجي (التشكيك في المهارات التكنولوجية الموجودة) وتأثير الابتكار على السوق (إنشاء أوتشارك في العلاقات مع السوق والعملاء). وهكذا ينتهي بهم الأمر مع أربعة أنواع الابتكار:
   - ✓ الابتكار المعماري ("الابتكار المعماري"): الذي يعطل يبدو أن البيانات التكنولوجية والتجارية ؛
   - ✓ الابتكار الذي يخلق مجالات السوق ("ابتكار الابتكار المتخصص"): هو يعتمد على استمرارية تكنولوجية معينة ، ولكن له تأثير كبير على السوق ؛
   - ✓ الابتكار المنتظم ("الابتكار المنتظم") : الذي يتوافق مع الابتكار تدريجي
   - ✓ الابتكار الثوري ("الابتكار الثوري") الذي يتوافق مع اختراق تكنولوجي مهم ينطبق على الأسواق والعملاء موجود.

➢ **الابتكار المعماري مقابل الوحدات :**

يستخدم مصطلح الابتكار المعماري بمعانٍ مختلفة. نحن لقد رأينا أن أبيرناثي وكلارك يعتبرانه تعديلًا للابتكار بشكل ملحوظ التقنيات المستخدمة والجوانب التجارية للسوق.

1. **الابتكار في المنتجات المعقدة** : تتكون هذه المنتجات في الواقع من عدة أنظمة فرعية متزامنة لكل منها مجموعة محددة من الأهداف. ومن ثم يمكن التمييز بين:

[8] نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص : 35-36

- ✓ وحدات النظام ، أي أنظمته الفرعية المختلفة
- ✓ الواجهات التي تنظم العلاقات بين هذه الوحدات المختلفة
- ✓ العمارة التي تحدد نظام الواجهات بأكمله

2. **اجمع بين الأنماط** : التعريف الأصلي للابتكار المعماري الذي اقترحته ريبيكا هندرسون وكيم كلارك أكثر تقييدًا من الذي اقترحناه أدناه: يتعلق الأمر بالفعل بالعلاقات المتبادلة بين الوحدات المختلفة ولكن يفترض أن المعرفة التي سيتم حشدها في كل وحدة من الوحدات يتم أخذها على حدة منة لا تتغير. ثم هناك أربعة أنواع من الابتكارات:

- ✓ الابتكار التدريجي ، والذي يشير إلى الابتكار القائم على المفاهيم معروف بالفعل على مستوى الوحدة
- ✓ ابتكار معياري يتوافق مع تغيير كبير (تعبئة مفاهيم جديدة) تؤثر على عنصر واحد فقط من عناصر النظام
- ✓ الابتكار المعماري ، في مفرداته ، يتوافق مع التغيير في بنية النظام التي لا تتضمن تعديلات مهمة على مستوى الوحدة
- ✓ أخيرًا ، الابتكار المتقطع يتوافق مع التساؤل عن هذا نفسه العمارة مصحوبة باستجواب الوحدات

➢ **المنتج مقابل ابتكار العمليات** :

من الشائع التمييز بين ابتكار المنتج (الذي يتكون من التعديل تصميم المنتج نفسه ، أو لإنشاء منتج جديد) وابتكار العملية أو "العملية" (والتي تتكون من تعديل عملية الإنتاج من خلال بهدف تحسين أداء الشركة على محور أو أكثر من محاور التكلفة ، الجودة ، المواعيد النهائية) .

1. **تمييز دقيق** :

أولاً ، يعد ابتكار المنتج لقطاع ما ابتكارًا لعملية لآخر. هذا ليس مهمًا جدًا عند وحدة التحليل ليز هو العمل. حقيقة أن إطلاق نوع جديد من إنتاج الإنسان الآلي على سبيل المثال يشكل عملية ابتكار محتملة لمستخدميها في المستقبل وابتكار منتج لمصنع الروبوت لا يعيق التحليل إنه ستتم إدارتها بشكل لا لبس فيه كتقنية جديدة سيتم تنفيذها من أجلها تحسين أداء نظامها الإنتاجي من خلال الأول وكأعملية تطوير وإطلاق منتج جديد من قبل الأخير. هي يكون أكثر حساسية عندما يتعلق الأمر ، على مستوى اقتصادي .

2. متوسط (قطاع من النشاط) أو الاقتصاد الكلي (النظام الاقتصادي ككل) :

للتقييم الاختلافات في التأثير بين ابتكارات المنتج وابتكارات العملية. فيفي هذه الحالة ، يجب تحليل الكمبيوتر الشخصي على أنه ابتكار منتج منتج تم شراؤه من قبل المستهلكين النهائيي ا أو عملية يتم استخدامها في العمليات الإدارية وعمليات التصميم وحتى في عملية التصنيع ، للتحكم في الآلات.

3. لكنها لا تزال مفيدة : ليس بالضرورة التمييز بين ابتكارات العملية وابتكارات المنتجات بدون فائدة. وهكذا يميز أندرو بوينتون وبارت فيكتور أربع مجموعات من يتغير من خلال تقاطع المنت ج والعملية من ناحية ، والتغيير التدريجي والثورية من ناحية أخرى:

- ✓ ما إذا كانت الشركة تواجه تغييرًا تدريجيًا أو تدريجيًا في بعدين ، نحن في حالة نظام إنتاج الجماعية
- ✓ إذا واجهت الشركة تغييرات ثورية على كلا المحورين ، فإننا نحن في حالة "الاختراع"
- ✓ إذا كان لدى الشركة قاعدة منتجات مستقرة ولكنها تدخل تغييرات جذرية في عملية الإنتاج ، نحن في حالة "تطوير"
- ✓ أخيرًا ، إذا كانت الشركة تعتمد على قاعدة إنتاج مستقرة ولكن عليها الانطلاق عدد كبير من المنتجات لتلبية الاحتياجات الشخصية المتزايدة من عملائها ، فهي في حالة من "الاستقرار الديناميكي".

المبحث الثاني : مراحل تبني الابتكارات التكنلوجية و استراتيجياتها

المطلب الاول : دوفع تبني الابتكارات التكنولوجية و عوائقها

أولا : دوافع تبني الابتكار التكنولوجي :

لماذا تلجأ المؤسسات إلى تحقيق الابتكار التكنولوجي؟ إن هذا التساؤل يدفعنا للبحث عن الدوافع والأسباب الكامنة وراء عملية الابتكار التكنولوجي في مؤسسة ما، حيث أن هذه الدوافع تكاد تكون مشتركة في جميع المؤسسات وهي[9] :

المنافسة الحادة في الأسواق :

ان ظهور منافسين جدد باستمرار أدى إلى زيادة المنافسة في الأسواق المحلية والدولية، أين أصبحت المنافسة لا تقتصر على جودة المنتج والسعر فقط بل تعددت لتشمل كل أنشطة المؤسسات، وأصبح من الضروري تتبع

[9] لعامري صالح م هدي محسن، 2005 ، العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والإدارية،المجلد 21 ،العدد 2 ،ص 149

استراتيجيات المنافسين ورغبات الزبائن حتى تتمكن المؤسسات من صياغة وتطوير خطط استراتيجية كفؤت و بعيدة المدى؛ وعليه أصبح لزاما على المؤسسات اللجوء إلى الابتكار التكنولوجي في المنتجات من أجل الحفاظ على الحصة السوقية وتعظيم ربحيتها.

1. الاستجابة لحاجات العميل :

إن استثمار المؤسسة في الابتكارات التكنولوجية المتعلقة بأساليب الإنتاج والمنتج يمكنها من إدخال منتجات جديدة إلى السوق تتصف بخصائص أكثر جاذبية مثل السعر الأقل أو الجودة الأعلى، أو خدمات أكثر بعد البيع، ضمان أطول، أو ملاءمة أحسن، وذلك لتلبية احتياجات ورغبات العملاء الحاليين و المحتملين، وبالتالي تتمكن المؤسسة من المحافظة على مركزها التنافسي وتعزز تنافسيتها.

2. مواكبة التقدم التكنولوجي

لا تستطيع المؤسسة في الأجل الطويل أن تعزل نفسها بنجاح عن الضغوط التي تفرض عليها تحديث نفسها من الناحية التكنولوجية.فإذا تغاضت المؤسسة عن تحديث تكنولوجياتها، فإن التقدم التكنولوجي قد يسبب للمؤسسة كارثة تنافسية، بحيث لا يمكن إنقاذها إلا من خلال التدخل الحكومي من خلال منح إعانات أو التعريفة الجمركية التفضيلية، أو الإشراف على الصناعة، وبالمقابل إذا استطاعت المؤسسة تطوير تكنولوجياتها من خلال تطوير الأبحاث والإكثار من التعاقدات مع مراكز البحث والجامعات، فإنها تستطيع أن تحقق المزايا التنافسية القائمة إما على أساس التكلفة الأقل أو تقديم سلع مميزة، مما يسمح للمؤسسة بأن تبني مركزا تنافسيا يمكن الدفاع عنه[10] .

3. أزمة الطاقة وضرورة إيجاد بدائل طاقوية :

إن أزمة الطاقة كان لها فضل كبير على تطوير الكثير من المنتجات وتقديم عدد هائل من المنتجات الكهربائية والميكانيكية التي تساعد على الاقتصاد في استهلاك الطاقة، حيث أن الباحثين يؤكدون دور هذا العامل في الفترة التي سجلت عددا هائلا من الاختراعات والتغييرات في وظائف المنتجات المختلفة وهي عقد السبعينات حيث حصلت الأزمة الأولى للطاقة عام 1973 .وقد أثبت الحال أن الأزمات في كثير من الدول كانت سببا في الإبداع التكنولوجي حيث تزداد الحاجة للبحث عن حلول للمشاكل المترتبة على تلك الأزمات.

[10] عوض محمد أحمد، 1999 ، الإدارة الاستراتيجية– الأصول والأسس العلمية–، الدار الجامعية، مصر،ص 32.

4. لتسهيلات والمساعدات الحكومية :

التي تقدم لدعم عمليات الابتكار التكنولوجي سواء كانت في شكل مساعدات فنية أو مالية، حيث لا يكاد يخلو بلد من بعض المؤسسات التي ترعى المؤسسات المبدعة خصوصا الصغيرة منها.

5. تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات :

تعبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، البيانات والأفراد التي تستخدمها المؤسسة في استقبال البيانات والمعلومات وخزنها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية، البصرية، النصية) إن التطور الهائل في هذا النوع من الوسائل قد أدى إلى الكثير من الإضافات، منها ما هو بشكل سلع أو خدمات كالتي تقدمها الإنترنت أو في شكل تصميم سهل وسريع للكثير من المنتجات. هذه التكنولوجيا تحسن الاتصال وتعزز تبادل المعلومات والمعارف بين الأفراد داخل المؤسسة وخارجها .

ثانيا : عوائق الابتكار التكنولوجي

يمكن تقسيم العوائق التي تواجه عملية الابتكار التكنولوجي إلى ثلاث فئات : اقتصادية، إدارية وتقنية.

1. على المستوى الاقتصادي :

يمثل عائق قلة الموارد المالية أهم العوائق الاقتصادية التي تواجه عملية الابتكار التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات أو الهيئات العلمية، فضعف المخصصات المالية لا يسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق ابتكارات تكنولوجية، إضافة إلى ذلك عادة ما تكون هذه الابتكارات ذات مردودية غير كافية، خاصة إذا تمت الابتكارات على مستوى الهيئات العلمية (جامعات، مراكز البحث) بحيث لا تجد من يجسدها في الواقع الاقتصادي، ويعبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية والمالية التي يمثلها إدخال ابتكار تكنولوجي جديد إلى السوق، إضافة إلى عامل التكاليف العالية للتجهيزات المستعملة في الإنتاج أو التطوير والتي تحد من عملية الابتكار التكنولوجي[11].

2. على المستوى الاجتماعي :

تتمثل أهم العوائق التي تحد من الابتكار التكنولوجي على المستوى الاجتماعي، الاتصال السيئ بين أقطاب المؤسسة (الإدارة، مساهمين، عمال، نقابة)، بحيث لا تتضافر جهودهم في اتجاه واحد مساعد على الابتكار التكنولوجي،

[11] لخناق سناء عبد الكريم، 12-13 نوفمبر 2005 ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمليات إدارة المعرفة، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات،(المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية)، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم التسيير، ص 238

بالإضافة إلى مدى تقبل المستخدمين لفكرة جديدة في الإنتاج لأنهم يرون فيها تهديداً لمناصبهم أو تخفيض في الأجور، لذلك يجب توعيتهم بضرورة الابتكار التكنولوجي لضمان مستقبلهم ومستقبل المؤسسة.

ويمثل مستوى الاستعداد لدى إطارات المؤسسة للقيام بهذه المهمة واحتضانها، عاملا حاسما لنجاح الابتكار التكنولوجي في المؤسسة، وتترجم مخاوف المستخدمين بصفة عامة في نوعية عقود العمل التي تطبقها المؤسسات الاقتصادية والتي لا تضمن مستقبلهم في حالة وقوع أزمات للمؤسسة أو في حالة تحقيقها الأرباح كبيرة، ويمثل إصلاح هذه العقود أحد أهم الحوافز التي تشجع المستخدمين والإطارات خاصة على القيام بالاختراعات والابتكار التكنولوجي.

3. على المستوى التقني :

إن صعوبة تدفق المعلومات الخاصة بالتكنولوجيا الجديدة، وصعوبة جلب الكفاءات العلمية والتكنولوجية، إضافة إلى نقص الخبرة خاصة بتركيبة التجهيزات الجديدة؛ تعتبر عوائقا تقنية تحد من عملية الابتكار التكنولوجي

ثالثا : مراحل عملية الابتكار التكنولوجي

تمر عملية الابتكار التكنولوجي بالمراحل التالية:

1. توليد الأفكار وتصفيتها :

تبدأ عملية الابتكار التكنولوجي بتوليد الأفكار من خلال الاهتمام بتطوير ثقافة المؤسسة وتشجيع انتقال المعلومات الجديدة بين الأفراد، وقد تكون هذه الأفكار نتيجة للقدرات الذاتية أو نتيجة لدراسة البيئة وإدراك المشاكل والفرص فيها . والحصول على هذه الأفكار يكون من المصادر الداخلية (العاملين بالمؤسسة) /أو الخارجية (الندوات العلمية ، المؤتمرات ، الموزعين ، مقترحات وشكاوى الزبائن ، المنافسين ، المعارض التجارية،الوكلاء...الخ) .

بعد توليد الأفكار مباشرة تتم تصفيتها وغربلتها ، والمشكلة التي تواجه المؤسسة هي كيفية فرز عدد الأفكار المطروحة ، فقد تقوم بقبول أفكار سيئة في حين يجب رفضها أو على العكس من ذلك رفض أفكار جيدة كان من الممكن تطويرها إلى منتجات ناجحة[12].

وتتم تصفية الأفكار حسب معايير مختلفة ومتنوعة، من مؤسسة إلى أخرى ومن صناعة إلى أخرى، وفي ضوء هذا الاختلاف قد يكون من الصعب إعداد قائمة شاملة بمعايير غربلة الأفكار.

[12] Bertrant Bellon , 2002 , الابتكار الإبداعي ، باريس ، ص 16

2. التبني وتهيئة البيئة للتنفيذ :

يتم تحويل الأفكار الجديدة للتنفيذ وذلك من خلال تشكيل فريق عمل ووضع مخطط تطبيقي يتضمن نوع وسائل العمل أي نوع الآلات والمعدات والتكنولوجيا الحديثة المستخدمة، مع دراسة مناسبة لكل هذه الظروف مع احتياجات الزبائن .

إضافة إلى ذلك تقوم المؤسسة بتحديد تكاليف مشروع الابتكار التكنولوجي من تكاليف البحث والتطوير، والتكاليف المتعلقة بانطلاق المشروع سواء من الناحية الصناعية أو التجارية، ووضع دراسة تتعلق بتوقع المبيعات والأرباح التي يمكن أن تحققها المؤسسة والتطورات المتعلقة بالسوق ورد فعل المنافسين لنتائج مشروع الابتكار التكنولوجي، أي مواكبة التغيرات الجديدة الحاصلة في بيئة المؤسسة والتي يمكن إدخالها في أي لحظة[13].

3. تنفيذ المشروع :

تتألف هذه المرحلة من مجموعة الخطوات التي تقوم بها المؤسسة، حيث تقوم بإنتاج منتوج تجريبي يسمح لها بالتأكد من جاهزية وسائل الإنتاج الجديدة والمواد الأولية ومدى كفاءة اليد العاملة في تطبيق التكنولوجيا الجديدة، حيث أن هذا المنتوج سيسمح للمؤسسة بتحليل آراء ورد فعل الزبائن والموزعين بعدها تنتقل المؤسسة إلى الإنتاج الفعلي، حيث لا بد أن تتصف عملية الإنتاج بالمرونة والقابلية، أي أنه يمكن إضافة أي تعديلات جديدة في أي لحظة أثناء الإنتاج، بعد اكتمال عملية الإنتاج يصبح المنتوج جاهزا لدخول السوق.

4. تقييم النتائج والتغذية العكسية :

إن كل مرحلة من المراحل السابقة تحتاج إلى تدفق معلومات للتأكد من أن العملية تسير بالشكل المخطط لها، للتأكد من عدم وجود الصعوبات والمشاكل التي تعترض سير الأنشطة بالشكل المطلوب .وفي حالة وجودها يجب إيجاد الحلول المناسبة بالوقت المناسب وتجاوز العقبات وحل المشاكل. ولذلك لابد أن يكون هناك تقييم للنتائج

وتكون هناك تغذية عكسية مستمرة للتأكد من نجاح الابتكار التكنولوجي وتحقيقه للنتائج المرجوة ويكون هناك تقييم مستمر للابتكار التكنولوجي للتأكد من مقابلته للحاجات المحددة (حاجات الزبائن)، وتحقيقه لأهداف المؤسسة .

تهدف إلى توليد الأفكار الأصلية للتقنية والمعرفة المتقدمة المطبقة في المستقبل. * بحوث تطبيقية: تهدف إلى إيجاد حلول للمشكلات العملية التي تواجهها في تحويل الأفكار الى منتجات جديدة تركز على تطوير المنتج أو

[13] نجم عبود نجم مرجع سابق، ص :167-169.

الخدمة التي تختلف عن تلك الموجودة لدى المنافسين أو تقدم بعض الشيء الجديد والمختلف. وينبغي على المؤسسات اختيار الإستراتيجية الواضحة المعالم في مجال الابداع والابتكار بغية ربط تكنولوجيات الإنتاج أو الخدمة مع طبيعة التطور الحاصل في التكنولوجيا من جهة ومتطلبات السوق من جهة أخرى.

المطلب الثاني : استراتيجيات الابتكار التكنولوجي و انواعه

أولا : تعريف إستراتيجية الابتكار التكنولوجي :

1. تعريف الإستراتيجية

لا يوجد تعريف متفق عليه بين الدارسين والباحثين اتجاه هذا المصطلح، حيث ظهرت الاستراتيجية في البداية كمفهوم عسكري، وازداد الاهتمام بهذا المصطلح من قبل متخذي القرارات والقائمين على ممارسة العمليات الإدارية في المؤسسات، وهكذا انتقل مفهوم الاستراتيجية لمجال العلوم الاقتصادية والإدارية.

حيث يرى Chandler أن الإستراتيجية هي " إعداد الأهداف والغايات الإستراتيجية طويلة الأجل للمؤسسة واختيار خطط العمل وتخصيص الموارد الضرورية لبلوغ الأهداف ."وتعرف مجموعة بوسطن الاستشارية BCG الاستراتيجية بأنها "خطة لاستخدام وتخصيص الموارد المتاحة بهدف ترجيح التوازن التنافسي وتعديله لخدمة مصلحة المنظمة "

ويمكن القول إجمالا أن الإستراتيجية هي الطريق الصحيح الذي يؤدي إلى بلوغ الأهداف مع مراعاة الفرص والتهديدات البيئية وكذا الموارد المتاحة[14].

لقد أصبح وضع الاستراتيجيات وتطويرها من المسائل الهامة للمؤسسة؛ فالاهتمام يمتد من إستراتيجية النشاط بصفة عامة إلى استراتيجية الوظائف، لذلك فإنه يفترض أن تكون للمؤسسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي، تتمكن من خلالها المؤسسة من توجيه نشاطها لتتمكن من تحقيق أهدافها و حماية مصالحه.

2. مفهوم استراتيجية الابتكار التكنولوجي

يمكن تعريف إستراتيجية الابتكار التكنولوجي للمؤسسة بأنها " الاتجاه العام المستقبلي للمؤسسة في إبداع المنتوج وإبداع العملية الإنتاجية والذي يتم تحديده في ضوء الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية وبما يتلاءم مع ما تتمتع به المؤسسة من إمكانيات وموارد (نقاط القوة) بالشكل الذي يحقق أهدافها في البقاء والنمو وجعلها تنافسية[15]

[14] بكري اصيل ،جويلية 2016 , بعنوان "تصور من مديري المدارس حول الابتكار التكنولوجي مجلة دراسات التعليم والتدريب في المدرسة العليا " Turgut Öza Anatolian Çarmuzu" ، Malatya،ص154

[15] Angelo Bonomi, George Haour , 1999 , الابتكار التكنولوجي والترويج له في الشركة ، إصدار دالوز ، باريس ، ص 45.

يمكن للمؤسسة الحصول على العديد من المزايا التي تتولد عن وجود إستراتيجية للابتكار التكنولوجي أجملها Rothweil بالآتي:

- ✓ مواجهة المنافسة المحلية والعالمية؛
- ✓ تحديد الاتجاهات التكنولوجية المستقبلية؛
- ✓ تخصيص جهود البحث والتطوير؛
- ✓ تحديد بدائل التغيير التكنولوجي؛
- ✓ تسريع التقدم التكنولوجي من خلال تعظيم معدلات التوافق مع المعرفة والتكنولوجيا والميزة الموجودة

ثانيا : أنواع إستراتيجية الابتكار التكنولوجي :

إن اختلاف الظروف والعوامل المؤثرة في المؤسسات واختلاف الفرص والتهديدات التي تتعرض لها وكذلك اختلاف إمكانياتها ومواردها، أدى إلى وضع عدة نماذج لهذه الإستراتيجية. ويمكن للمؤسسة تبني أحدها أو مجموعة منها وبما يتلاءم وظروفها وطبيعة منتجاتها.

وقد تم التمييز بين الأنواع التالية من إستراتيجيات الابتكار التكنولوجي

1. الاستراتيجية الهجومية

تستعمل المؤسسة هذه الإستراتيجية بهدف أن تكون الأولى في مجالها في إدخال المنتجات الجديدة حيث تعمل على التوصل إلى الفكرة الجديدة والمنتج الجديد بالاعتماد على قدرتها التكنولوجية ومن ثم الوصول إلى السوق أولا، وهذا بالاعتماد على ا الابتكارت التكنولوجية الجذرية خصوصا. وهذه الاستراتيجية تتطلب جهودا كثيفة من البحث والتطوير، لأن القيادة تستلزم موارد كبيرة ووقتا طويلا ومقدرة على تحمل المخاطر [16] .

2. الاستراتيجية الدفاعية :

وتدعى أيضا إستراتيجية اتباع القائد، فلأن الإستراتيجية الهجومية خطرة ومكلفة فإن المؤسسات تفضل تبني وضعية دفاعية تمكنها من تجنب المخاطرة الناتجة عن الابتكار التكنولوجي الجذري .لا تهدف المؤسسة من وراء هذه الإستراتيجية إلى تبوء مركز الريادة، بل تبحث عن التقليل من المخاطر التي تواجهها، بتتبع ودراسة خطوات

[16] بوسنة محمد رضا، 2008/2009 ,التسويق المصرفي كاستراتيجية في ظل التحرير المصرفي، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر، ص7،

الرواد في السوق لتجنب الأخطاء التي ارتكبوها، والاستفادة من سوق مهيأ مسبقا من قبل الرواد وهذا للمحافظة على موقعها في السوق والصمود أمام المنافسة القوة.

3. الاستراتيجية المقلدة :

في هذه الإستراتيجية تهدف المؤسسة إلى استدراك التأخر التكنولوجي الكبير عن طريق المتابعة الدائمة والنشطة للسوق، إما عن طريق الحصول على ترخيص في المدى القصير، أو من خلال استغلال المعرفة الحرة في المدى الطويل، ويبرز هذا الاختيار عن طريق محاولة تطوير منتوج جديد انطلاقا من منتوج قديم، فمثلا مؤسسة

AIRBUS في مجال الطيران هو منتوج أعيدت صياغته بشكل تام، بينما المنتوج المنافس BOEING تولد بوصفه نتاج نماذج موجودة سابقا، فالمنتوج الأول يسمح باستجابة أفضل لحاجات السوق، بينما المنتوج الثاني هو حل سريع وغير مكلف

4. الإستراتيجية الفرضية(الموجهة للتطبيقات) :

هذه الإستراتيجية تعكس البحث عن فئة معينة في السوق، وتتطلب تخصص المؤسسة بإنتاج منتوج معين، وأن تقوم بالبحث عن الفرص السوقية من خلال مراقبة حاجات زبائنها في ذلك السوق الذي تستهدفه. والمؤسسات التي تتبع هذه الإستراتيجية عادة هي المؤسسات الصغيرة والتي تدخل السوق في مرحلة نضوج المنتج وتقوم بإدخال تعديلات عليه وتكيفه على وفق حاجات زبائنها في ذلك السوق، وهذه الاستراتيجية تستلزم جهدا كبيرا في هندسة الإنتاج

5. الاستراتيجية التابعة :

تقع ضمن هذه الإستراتيجية التعاقدات الفرعية، حيث لا توجد ريادة نحو الابتكار إلا إذا تم ذلك بواسطة الزبائن، حيث لا تمتلك هذه المؤسسات الموارد، أو نشاط البحث والتطوير الذي يمكنها من لقيام بالأنشطة الإبداعية للمنتجات أو أجزاء معينة. ومن الأمثلة على ذلك التعاقدات الفرعية لبعض المؤسسات اليابانية [17]

6. المزيج الاستراتيجي

إن الاستراتيجية المثلى الابتكار التكنولوجي لا يمكن تحديدها بشكل مطلق، وإنما يمكن لكل مؤسسة أن تحدد الاستراتيجية الملائمة حسب الظروف الداخلية والخارجية وإمكاناتها وحجمها وطبيعة المجال الذي تعمل فيه، مما يتطلب التحليل العميق للبيئة الداخلية والخارجية من أجل تحديد الاستراتيجية التي تضمن لها البقاء والنمو [18].

[17] السامرائي سلوى هاني عبد الجبار ، 1999 ,الإبداع التقني وبعض العوامل المؤثرة فيه، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، بغداد، العراق ص116

ومن خلال تحديد الإستراتيجية التي تتبعها المؤسسة يمكن تحليل سلوك المؤسسة في قطاع صناعي معين والتنبؤ باتجاهاتها المستقبلية، وبهذا يعد الإبداع التكنولوجي كبعد إستراتيجي مهم بالمستقبل، وهذا ما أكده ولرايت

المبحث الثالث : تأثير الابتكارات التكنولوجية على تطور المجتمع و المؤسسات و مخاطرها

المطلب الاول : تاثير الابتكارات التكنولوجية على تطور المجتمع و المؤسسات

- **تأثير الابتكار التكنولوجي على مستوى الاقتصاد الجزئي :**

تعتبر المنشاة المنظور المصغر للاقتصاد الكلي ، فيفضل تطورها و كبر حجمها ،يتقدم الاقتصاد و يحدث الرخاء، ومن خلال التغير الحاصل في العالم تهدف كل منشاة سواء كانت صغيرة أو كبيرة إلى تحسين أدائها للوصول بمنتجاتها إلى السوق المحلية، و من ثم إلى العالمية، لذلك تسعى هذه الأخيرة إلى توظيف البحث و التطوير ضمن إدارتها بغرض تحويل الأفكار الجديدة و ترجمتها إلى ابتكارات تكنولوجية و إلى أساليب ووسائل تمكنها من خوض حرب المنافسة الشديدة و احتلال موقع متميز في السوق و يؤثر الابتكار على مستوى الاقتصاد الجزئي[19] في الإنتاج من خلال مايلي:

1. إدخال أساليب و طرق جديدة في العملية الإنتاجية تمكن من زيادة كمية الإنتاج من جهة و تحسين جودته من جهة أخرى، و يهدف هذا إلى زيادة العرض الذي يؤدي إلى تغطية السوق بأرقى السلع و الخدمات خاصة في حالة حدوث زيادة في كمية الطلب على منتجات المؤسسة مما يتطلب ابتكار الة جديدة. تستوفي هذه الشروط سواء في الكم أو النوع ، من دون الزيادة في التكاليف.
2. تخفيض التكاليف بصفة عامة و التكلفة الوحداوية بصفة خاصة و ذلك لإقرار المؤسسة بميزة المنتجات الجديدة ،و نظرا للحقوق التي توفرها لها براءات الاختراع من احتكار الابتكار الذي بحوزتها لفترة من الزمن ،فذلك يمنحها سلطة احتكارية تمكنها من تقديم أسعار تتحكم فيها ، و نظرا لتمتعها بمزايا التكلفة المنخفضة، و من تم تحقيق أرباح أعلى من منافسيها .

[18] السامرائي سلوى هاني عبد الجبار ، 1999 ,الإبداع التقني وبعض العوامل المؤثرة فى ه، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، بغداد، العراق ص116

[19] قطاف ليلى و الاستاذة بوشنقير ايمان ,2009 ," دور و اهمية الابتكار التكنلوجي في خلق ميزة تنافسية نحو تحقيق التنمية المستدامة"ص 56

- **تأثير الابتكار التكنولوجي على مستوى الاقتصاد الكلي:**

إن الابتكارات التي تؤدي إلى إدخال تكنولوجية جديدة كانت منذ أن عرفت محركا ديناميكيا لعجلة التنمية الاقتصادية، و زادت أهميتها مع عصر المعرفة الذي نعيشه، وذلك من خلال زيادة في الإنتاجية كما و نوعا نتيجة لإدخال أساليب تقنية متطورة و جديدة تهدف إلى خلق منتجات أكثر كفاءة تؤدي إلى الرفع من مستوى المنافسة، ومن ثم احتلال موقعا متميزا في السوق الدولية بعد إشباع السوق المحلية و هذا يعود بالإيجاب على الدخل القومي، و من تم تحقيق مستويات عالية من التطور و الرقي. و تعتبر المنافسة مسعى تحاول كل الدول و الاقتصاديات التميز بها ،و لذلك تعمل على توظيف الابتكارات التكنولوجية[20].

و المنافسة بالنسبة للدول تعني قدرتها على إنتاج سلع و خدمات تلقى نجاحا في الأسواق العالمية مع الحفاظ على متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي ، و يتضح ذلك من خلال توجه المستثمرين إلى المشاريع المخصصة، أين يكون معدل العائد تنافسيا بمعنى أن يتوفر لديهم الحافز و الاقتناع بان المنشات ذات

الكفاءة الإنتاجية من خلال إمكانية تقليل التكاليف الحدية، أو تعظيم الربح ، و هذا مع تضافر إنتاجية معظم شركات الدولة المعنية سيؤدي إلى زيادة صادراتها و تحقيق عائدات أكثر بالعملة الصعبة و الاستحواذ على حصة اكبر من السوق الدولية ، و زيادة رقم أعمال منظماتها.

- **أيجابيات الابتكار التكنولوجي:**

- ✓ له القدرة على جعل الجهاز الإنتاجي مرنا لمواجهة الطلب المتغير، واستيعاب التحولات الجديدة في ظروف السوق.
- ✓ يضمن خلق قدرة صناعية جديدة أو إدخال نظام إنتاجي جديد معين ، مع الحفاظ على استمرارية ديناميكية البعد الفكري (المعرفة و البعد المالي) لتوليد عملية الابتكار
- ✓ يؤدي إلى زيادة الدخل الفردي بفعل زيادة الإنتاجية و تحريك التطور الاقتصادي.
- ✓ خلق أسواق جديدة،إذ التنمية لم تعد محصورة بعمليات توسع أو استبدال مواقع السوق في الاقتصاديات المتقدمة، و يعود الفضل إلى إدخال تكنولوجية حديثة تعمل على خلق النشاطات التي تتسم بكفاءات أعلى للمنتجات الخاضعة للتسويق[21].
- ✓ له القدرة على تنمية الإنتاج القومي و جعل معدل نمو الإنتاج يتجاوز معدل استخدام الموارد

[20] بريكة عبد الوهاب، ، 13/12 ماي 2010 , بن التركي زينب، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، ص : 09-10

[21] قطاف ليلى و الاستاذة بوشنقير ايمان ,مرجع سابق ص56

- ✓ الشركات أو الدول الأكثر ابتكار قادرة على خلق منافذ لأسواق جديدة و فرص عمل إضافية و تحقيق ربح و مبيعات أعلى.

➢ **تأثير الابتكار على التنمية المستدامة :**

احتلت مشكلة البيئة و المحافظة عليها مكانا بارزا بعد ازدياد مصادر التلوث و تنوعها و تكشف الآثار الخطيرة التي تنجم عن هذا التلوث على صحة الإنسان و سلامته و على الثروات الحيوانية و الطبيعية .

- و لقد نظمت العديد من المؤتمرات للبحث في شؤون البيئة، ساهم فيها الكثير من المنظمات والهيئات و المؤسسات الدولية و الحكومية و غير الحكومية. وحتى مطلع الستينات لم تستقطب المشاكل البيئية الانتباه الكافي لمتخذي القرارات وراسمي الاستراتيجيات والسياسات في المجتمع والمنظمات[22].
- إلا أن مطلع السبعينات من القرن الماضي شهد زيادة في انتشار الوعي البيئي وقليل من الالتزام بتطبيق السياسات البيئية تجاه المحافظة على الموارد ومقاومة التلوث وعدم الاخلال بالنظام البيئي .
- يطلق على التنمية المستدامة التنمية القابلة للاستمرار أو التنمية البيئية، وهو مفهوم بيئي مستحدث بدأ يشاع استخدامه والمطالبة بتحقيقه في مجالات التنمية الشاملة ، بعد أن بدأت برامج التنمية في كثير من دول العالم تواجه الكثير من المخاطر والمعوقات، التي تحول دون استدامتها أو قدرتها على الاستمرار في عالم بدأ يسوده الإحساس بندرة الموارد الطبيعية وقدراتها المحدودة عند سقف محدد .
- وهي تعتمد في ذلك على إستراتيجيات طويلة المدى في تنمية الموارد والمحافظة عليها، حيث أن الموارد البيئية هي أيضا ملك للأجيال المتعاقبة ولها حق الانتفاع بها واستغلالها دون حد الإهدار أو الاستنزاف .

➢ **تكمن مساهمة الابتكار التكنولوجي في التنمية المستدامة من خلال مايلي :**

يسمح الابتكار التكنولوجي من جهة بإبدال رأس المال الطبيعي برأس مال منجز و متراكم و تقليص الحماية على رأس المال الطبيعي من خلال رفع الفعالية الاقتصادية للأساليب الفنية و المنتجات .

تحويل أنماط الاستهلاك و أنماط الحياة بطريقة تسمح بزيادة نوعية المعيشة في إطار تعاون مع حماية الرأس المال الطبيعي.

- **التأثير الايجابي للابتكار التكنولوجي:**

- ✓ تنويع مصادر الطاقة أنيا و بنفس الأجهزة مما ساهم في تقليل نسبة التلوث ، و تدنية التكاليف .
- ✓ إنتاج بدائل متشابهة و من مواد أكثر فاعلية، و بأرخص تكلفة و اقل تلوثا الشيء الذي يساهم في ارتفاع مرونة الجهاز الإنتاجي .

[22] أوكيل محمد سعيد، مرجع سابق، ص ص : 38-3

- ✓ تؤدي التكنولوجية الحديثة إلى زيادة الدقة في الإنتاج من خلال الالتزام بالمقاييس و المواصفات المحددتين وفق أصول علمية.
- ✓ الحفاظ على الاحتياجات الكامنة من الموارد القابلة للتجديد ، و ذلك يساهم في الحفاظ على التكامل البيئي .
- ✓ ابتكار تكنولوجية ذات مواصفات علمية للمحافظة على البيئة و ذلك لتجنب تلوث البيئة لمحيطها.

➢ **تأثير الابتكار التكنولوجي على القوى التنافسية للمؤسسة :**

سنحاول أن نبين من خلال هذا المبحث اثر الابتكار التكنولوجي على المنافسة السوقية والاستراتيجيات العامة للتنافس لنتوصل في الأخير إلى أثره على مؤشرات تنافسية المؤسسة[23].

يعمل الابتكار التكنولوجي غالبا على تكثيف القوى التنافسية في سوق المنتجات، وتنبثق قوة الابتكار التكنولوجي على إثارة المنافسة السوقية من قدرته على :

1. تأثير الابتكار التكنولوجي على القوة التنافسية لمنافسي القطاع:

ويتجلى أثر الابتكار التكنولوجي في التأثير على المنافسين داخل الصناعة من خلال:

- عندما تؤدي الابتكارات التكنولوجية إلى تخفيض التكلفة، تنمو وتزيد الضغوط لتخفيض الأسعار، بحيث تستطيع المؤسسات منخفضة التكلفة استخدام سلاح الأسعار لجذب العملاء بعيدا عن منافسيهم، وقد تحاول المؤسسات مرتفعة التكلفة الدفاع عن مساهمتها السوقية عن طريق تخفيض الأسعار، إلا أنها تواجه مشكلة انخفاض هامش الربح، وربما تذهب إلى تحقيق خسائر[24].
- عندما يساهم الابتكار التكنولوجي في تدعيم جودة المنتجات والمزايا المرتبطة بأداء هذه المنتجات، فإن من يتبنى هذه الابتكارات التكنولوجية يستطيع كسب العملاء من المنافسين باتباع استراتيجية قائمة على جاذبية

منتجاته، وكلما تبنت المؤسسة الابتكارات التكنولوجية مبكرا، كلما مكنها ذلك من الاستفادة من هذه الميزة، وذلك إذا لم يستطع المنافسون أن يقوموا بالتنفيذ السريع للابتكارات التكنولوجية المماثلة.

- كلما قامت الابتكارت التكنولوجية على درجة كبيرة من التعلم من خلال أداء العمل وعلى الخبرة المكتسبة من التكنولوجيا كلما أدى ذلك لتوسيع التكنولوجيا المكتسبة للمؤسسة. وإذا كان استخدام هذه التكنولوجيا يخص مؤسسة واحدة، فإنها تستطيع أن تحقق بعدا تنافسيا من خلال مزاياها التكنولوجية وهذا التفوق التكنولوجي في الإنتاج يؤدي إلى زيادة في المبيعات وارتفاع في الحصة السوقية للمؤسسة على حساب منافسيها .

[23] قريشي محمد، ، 2005/2004 , الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية الوطنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر،ص 92.

[24] قطاف ليلى و الاستاذة بوشنقير ايمان مرجع سابق"ص56

2. تأثير الابتكار التكنولوجي على الداخلين المحتملين :

هناك العديد من الطرق التي من خلالها يستطيع الابتكار التكنولوجي التأثير على إمكانية دخول مؤسسات جديدة إلى السوق نذكر منها:

- حاجات المؤسسات إلى الاستثمار بكثافة وبشكل مستمر في البحوث والتطوير حتى تستطيع أن تواكب الابتكارات التكنولوجية الجديدة المتدفقة؛
- التأثير على الاستثمار الرأسمالي اللازم لبناء وتجهيز مرافق الإنتاج الجديدة، وكلما زادت الاحتياجات الرأسمالية التي تستلزمها الابتكارات التكنولوجية في الإنتاج كلما ارتفعت حواجز الدخول أمام المؤسسات الخارجية.

وفي الحقيقة إن ذلك يعتمد على المدى الذي تستطيع عنده المؤسسات المتقدمة تكنولوجيا من أن تمنع تقليد تكنولوجيتها من جانب المؤسسات المنافسة؛ فعندما تتولد ابتكارات تكنولوجية داخل المؤسسات يكون من السهل حمايتها من التقليد والانفراد باستخدامها بواسطة براءات الاختراع.

كانت هذه التكنولوجيات من النوع الذي يخفض التكلفة أو يحسن من جودة المنتج فإن المؤسسات المبدعة بذلك ترفع من حواجز الدخول وتتمتع بقدرة تنافسية عالية .

3. تأثير الابتكار التكنولوجي على المنتجات البديلة :

قد يساهم الابتكار التكنولوجي في تحفيز المؤسسات على إحلال أحد المدخلات محل مدخل آخر يكون دالة لكل من الأسعار النسبية للمدخلات، وأداء المدخلات الجديدة، وتكلفة الإحلال بين المدخلات، فعلى سبيل المثال :

المنافسة المتزايدة بين الصلب والألومنيوم والبلاستيك باعتبارها من مكونات صناعة السيارات وقطع غيارها؛ كما دخل الألومنيوم كبديل للنحاس في صناعة المنتجات الكهربائية .وبالتالي يمكن القول بأن الابتكار التكنولوجي يمكن أن يسمح بخلق بدائل قوية ودقيقة تمثل تهديدا تنافسيا كبيرا، ويشكل قيودا على السعر الذي تفرضه المؤسسة، ومن ثم تراجع ربحيتها، أما إذا كانت منتجات المؤسسة ليس لها بدائل قوية، فهنا قد تتهيأ الفرصة أمام المؤسسة لرفع الأسعار والحصول أرباح إضافية[25].

4. تأثير الابتكار التكنولوجي على القوة التفاوضية للزبائن :

في بعض الحالات يستطيع الابتكار التكنولوجي أن يغير من نطاق المفاوضة بين المنتجين والزبائن، كما في الحالات التالية :

- إذا أدى الابتكار التكنولوجي إلى تنميط مجتمع معين، كلما تمكن الزبائن من تحويل طلباتهم إلى منتجين آخرين بسهولة وبتكلفة أقل، وكلما زادت القوة التفاوضية للعملاء مع البائعين حيث يتجه الزبائن إلى الموردين الذين يقدمون أفضل الشروط .

[25] رضاف هادي سيد ، يناير 2013 بعنوان "الابتكار التكنولوجي التنظيمي" المجلة الدولية للأعمال والعلوم الاجتماعية جامعة الوسائط المتعددة . ص59

- اذا استطاع الابتكار التكنولوجي أن يضيف بعض الخصائص إلى المنتج، وهذه الخصائص تعتبر الأساس الذي يعتمد عليه الزبائن في اختيار المنتج، فسوف يؤدي ذلك إلى خلق تفضيل قوي من جانب المشترين مما يؤدي إلى تضييق نطاق المفاوضة والمساومة بين المنتجين والزبائن.

5. تأثير الابتكار التكنولوجي على القوة التفاوضية للموردين :

كما سبق الحديث عن التأثير الذي يفرضه الابتكارات التكنولوجي على قوة الزبائن، فإننا نجد بأن الابتكار التكنولوجي له تأثير أيضا على القوة التفاوضية للموردين، كما في الحالات الآتية :

- إذا كانت تكنولوجيا إنتاج المواد أو الأجزاء أو قطع الغيار أي بعبارة أخرى إذا كان الابتكار التكنولوجي في مجال المنتجات أو في أساليب الإنتاج متاح أمام عدد كبير من الموردين فإن تنقل الزبائن من مورد لآخر تكون منخفضة، الأمر الذي يزيد من شدة المنافسة بين الموردين، ويضعف القوة التفاوضية للموردين أمام الزبائن .
- إذا كان يتوفر لدى الموردين تكنولوجيات معينة متصلة بأداء سلعة أو بخصائص محددة بها تستطيع أن ترغم الزبائن على الشراء من هؤلاء الموردين، فإن ذلك يضعهم في قمة المنافسة ويمنحهم قوة تفاوضية كبيرة مع عملائهم.

➢ **أثر الابتكار التكنولوجي على مؤشرات تنافسية المؤسسة :**

1. زيادة الأرباح :

يهدف الابتكار التكنولوجي إلى اكتساب معارف جديدة والتي عند تطبيقها على الإنتاج سوف تؤدي إلى منتجات جديدة أو التوصل إلى طرق وعمليات إنتاج جديدة[26].

قد تحاول المؤسسة وضع سعر تعظم به مكاسبها ينتج عن ذلك المنتج الجديد، خاصة في الحالات التي تجد المؤسسة نفسها محتكرة(ابتكار تكنولوجي جذري) أو على الأقل متفوقة كثيرا على منافسيها في تكنولوجيا المنتج الجديد، وهذا يعني حصولها على قوة سوقية أو قدرة احتكارية ولو مؤقتة، بما أنه قد يعمد أحد المنافسين إلى تقليد إبداع المؤسسة .

2. تحسين الإنتاجية :

ان صعوبة إيجاد أفكار إبداعية جديدة والرغبة في المساهمة في نجاح المؤسسة، قد تكون أهم المحفزات لزيادة المورد البشري في المؤسسة، نظرا لأن اليد العاملة خاصة المتخصصة والمؤهلة تحتاجها المؤسسة في فهم واستغلال التكنولوجيا وفي نجاح عمليات الابتكار التكنولوجي، الذي ينظر إليه كنتاج لمعارف ومعلومات علمية وتكنولوجية تحتاج لمورد بشري متخصص، كما يساعد الابتكار التكنولوجي في تحسين كفاءات الأفراد عن طريق كسبهم لطرق جديدة في التعاون والتعامل مع بعضهم ومع العملاء، وكسب التجارب عن كل عملية إبداعية بحيث تكون لهم المهارات والخبرات اللازمة لاستعمال التكنولوجيا الجديدة في المنتجات، وذلك يشكل ميزة تنافسية تتفوق بها

[26] قريشي محمد، مرجع سابق، ص : 93-94.

المؤسسة[27] على منافسيها من ناحية الكفاءات البشرية اللازمة لاستغلال تكنولوجيا معينة، أو حتى تعديل العملية الإنتاجية وبالتالي تحسين إنتاجية المؤسسة .

3. تخفيض التكاليف :

يعمل الابتكار التكنولوجي على جعل التكلفة النهائية في حدها الأدنى وذلك من خلال :

- التخفيض من تكلفة الوحدة، حيث تتسابق المؤسسات على الإتيان بالتحسينات أو التغييرات في المنتجات التي تقلل من التكلفة في ظل المنافسة، وهذا ما يمكن المؤسسة من ترشيد أكثر لعملية الإنتاج وتحقيق هوامش ربح أكبر، وبالتالي ضمان البقاء والاستمرار بواسطة استثمارات جديدة أو إضافية .
- إدخال تقنيات جديدة في عملية الإنتاج قد يكون غرضه في الأساس رفع عدد الوحدات المنتجة، أي تمكين التجهيزات وآلات الإنتاج من الإسراع ومعالجة أكبر كمية من المدخلات خلال فترة زمنية معينة، فترتفع بذلك عدد الوحدات المنتجة بالمؤسسة؛ مما يسمح للمؤسسة بالاستفادة من اقتصاديات الحجم وبالتالي تخفيض تكاليفها .

4. زيادة الحصة السوقية

يمكن أن يؤثر الابتكار التكنولوجي على الحصة السوقية للمؤسسة من خلال مساهمته في زيادة عدد الزبائن أو القطاعات السوقية التي قد تستهدف من قبل المؤسسة، من خلال تطوير منتجات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية، وسرعة تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات التصنيع التاخيرات في العمل، الأمر الذي يؤدي إلى تحسين صورة المؤسسة ومكانتها كما ينجر عن زيادة الخدمة المقدمة للزبون نتيجة

للابتكار التكنولوجي زيادة ولاء العملاء للمؤسسة أو كسب عملاء جدد على حساب المنافسين، وبالتالي إيجاد فرص جديدة لزيادة مبيعاتها وأرباحها، مما يعمل على ارتفاع حصتها السوقية .

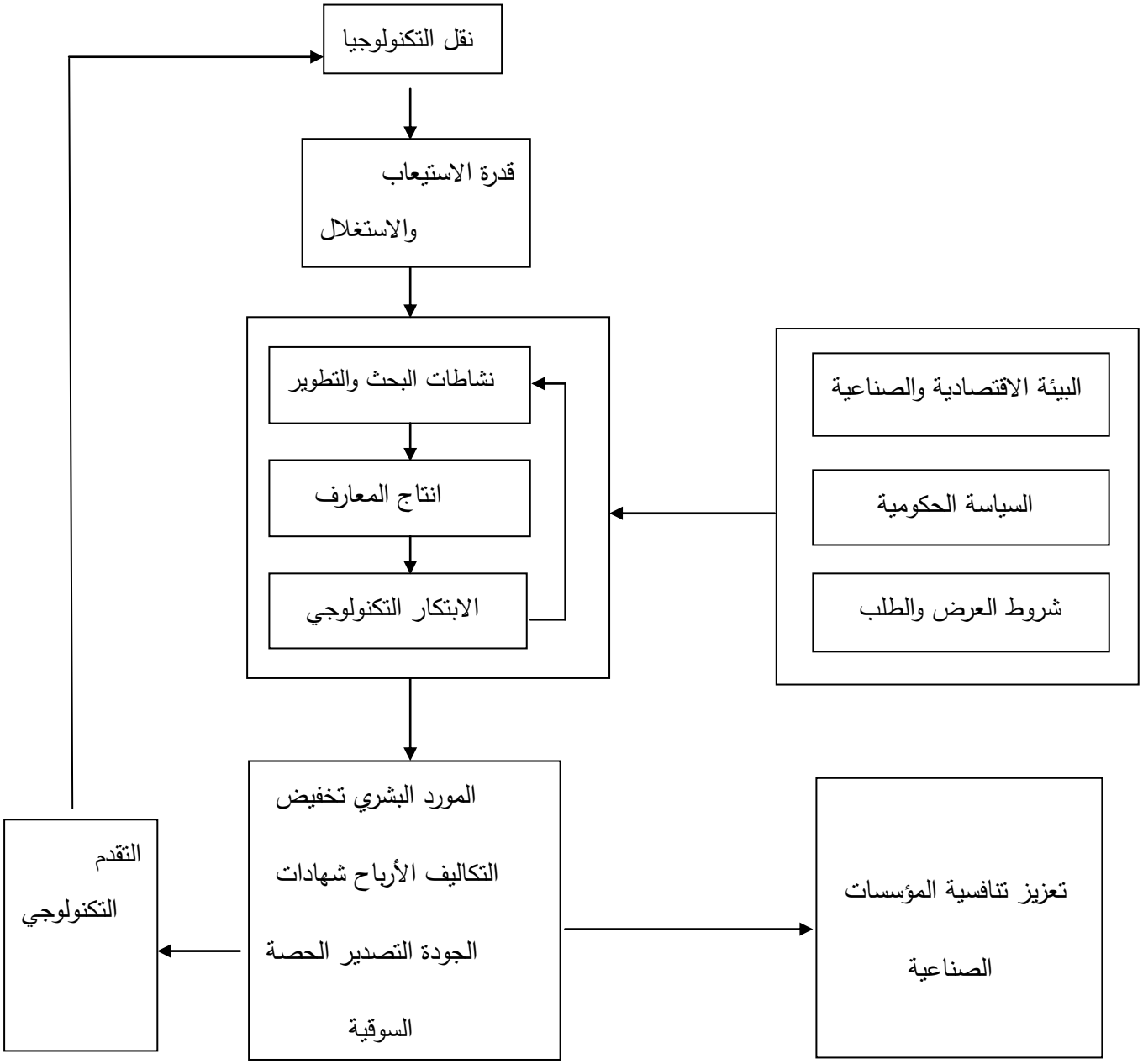
ولذا تستعمل العديد من المؤسسات الابتكار التكنولوجي الجزئي في منتجاتها حتى تكون قريبة من تحقيق رغبات العملاء المتغيرة باستمرار، حتى يبقى ولائهم لها، لأن منافسي المؤسسة سيعملون على استقطاب عملائها بمختلف الطرق والاستراتيجيات.

استمراريتها والعمل في سوق شديد المنافسة، فالابتكار التكنولوجي يساهم في إعادة انطلاق المؤسسة وزيادة نموها وبالتالي نمو القطاع بأكمله، كما يؤثر على هيكل الصناعة وعلى المركز التنافسي للمؤسسة، حيث يمنح ميزة تنافسية وأسبقية للمؤسسة المبدعة على منافسيها.

وتهتم المؤسسات بشكل كبير بنشاطات البحث والتطوير لإشباع حاجات ورغبات الزبائن المتطورة والسريعة وخاصة في ابتكار المنتج أو الخدمة والعملية مما يجعلها تتنافس في الأسواق العالمية. وتتفاعل مع البيئة بتوظيف إمكانات المؤسسة ومواجهة التغييرات المستمرة.

[27] [27]نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 124.

الشكل رقم 2 : يبين المجال الاقتصادي للابتكار التكنولوجي



المصدر : من اعتداد نجم عبود نجم. (2003) الابتكار التكنولوجي المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة

المطلب الثاني : اهم الاخطار الناجمة من الابتكارات التكنولوجية على المؤسسات

- **اخطار الابتكارات التكنولوجية**

نعلم جيدا أن واحدا من مستلزمات الابتكار هو الاتفاق على مختلف مراحله ما يعني تحمل تكاليف ضخمة قبل الوصول إلى النتائج التي يمكن أن تسد هذه التكاليف مستقبلا.

وبالطبع إذا كان الابتكار أصيلا أو يرمي الى حل مشكلة مستعصية فان التكاليف سكون باهظة وكذلك المخاطرة التي تحف به؛ بعبارة أخرى فالمخاطرة تتناسب طرديا مع طبيعة الابتكار [28].

وقد ذكر (Freeman) أن درجات المخاطرة المرتبطة بالابتكار التكنولوجي يمكن أن تحدد بست درجات وحسب جذرية الابتكار التكنولوجي :

- ✓ **عدم تأكد حقيقي وكامل** : وهذا يرافق حالة البحوث الأصلية التي ترغب في التوصل الى ابتكار جديد تماما كما هو الحال في مجال الاختراعات الجديدة للأجهزة أو المعدات في مختلف الاختصاصات. والمجازفة هذه باهظة الثمن ومكلفة جهدا ومالا.
- ✓ **درجة عالية جدا من عدم التأكد:** تحصل هذه الحالة عندما ترغب مؤسسة ما بإدخال ابتكار جذري في المنتج الموجود أصلا أو في عملية إنتاجية معروفة ولكن من خارج المؤسسة؛ بعبارة أخرى فالمؤسسة لا تحري التعديل أو التغيير على منتجاتها أو عملياتها الإنتاجية ذاتها لذلك فالمخاطرة عالية جدا .
- ✓ درجة عالية من عدم التأكد: وهي مرادفة لعمليات الابتكار التكنولوجي التي تكون في صورة تعديل كبير في المنتج أو العملية الإنتاجية ولكن في منتجات وعمليات المؤسسة نفسها. لذلك فالمخاطرة هنا تكون أقل من الحالة السابقة.
- ✓ **درجة معتدلة من عدم التأكد:** نحد هذه الحالة عندما تقوم المؤسسات بإنتاج أجيال جديدة من منتجاتها التي تكون مستقرة في السوق وعملياتها الإنتاجية معروفة بانسيابيتها ومرونتها
- ✓ درجة قليلة من عدم التأكد: أن هذا الانخفاض في درجة عدم التأكد يعزى إلى كون الابتكار التكنولوجي المتولد هنا هو عبارة عن ترخيص بإنتاج منتجات معينة أو تعديلات بسيطة في المنتج أو العملية. أيضا يكون بسبب التبني أو الامتياز المبكر المنتجات أو عمليات موجودة أصلا في مؤسسات أخرى.
- ✓ **درجة عدم التأكد منخفضة جدا** : وهذا النوع هو الأقل مخاطرة حيث يوجد في حالة إنتاج نموذج جديد من منتج موجود ومستقر في السوق أو في حالة تنويع المنتج نفسه، بتغيير طفيف في اللون أو الوزن أو التعبئة والتغليف كما أنه يمكن أن يرافق عمليات التبني المتأخر لابتكارات أنجزت في مؤسسات أخرى. أو عمليات إنتاجية موجودة أساسا في المؤسسة فضلا عن حالات التغيير الثانوية البسيطة في المنتجات [29].

[28] Gean Bernard, Maurice Catin ، 1998, الظروف الاقتصادية للتغير التكنولوجي ، طبعة لهرماتان ، باريس ص64

خاتمة الفصل

من خلال المعطيات المكتسبة و البحوث المقدمة من الجهات المختصة ، حاولنا تسليط الضوء على الإطار العام للابتكار التكنولوجي وتوصلنا إلى أن هذا الأخير هو الابتكار القائم على تقديم منتج جديد أو تحسين المنتج الحالي، وتصميم عملية جديدة أو تحسين العملية الحالية. و بالخصوص ان الابتكار التكنولوجي يلعب دورا كبيرا في تميز أداء المؤسسة وتعزيز قدرتها التنافسية من خلال تحفيز الطلب خاصة في الأسواق المشبعة، تحفيز العرض وخلق موارد جديدة للدخل، جذب الزبائن والحصول على رضاهم عن طريق تقديم منتجات متطورة وفعالة، إيجاد فرص جديدة للمؤسسة الصناعية للبيع في أسوق جديدة، والحفاظ على بقاء و تطور المؤسسات لمعاصرة وقتنا الحالي دون ان ننسى الاخطار المترتبة عن اثر الابتكارات التكنولوجية على المؤسسات من خلال رغبة المؤسسات في تطوير امكانياتها التكنولوجية لزيادة المنفعة حيث قد يعرضها ذلك الى خسارة مادية في الموارد البشرية ، و ايضا خسارة مالية نتيجة الاثمان الباهضة لهذه الابتكارات و حتى المبالغ الكبيرة التي تمول مشاريع هذه الابتكارات بحيث يكون الهدف منها هو تحقيق انتاجية افضل و في وقت قياسي من ناحية المنتجات و انتشار علامتها التجارية من خلال ابتكارات معنوية و الخدمات المطورة في التوزيع وتوسيع نقاط البيع و الاستفاد منها باكبر قدر ممكن لزيادة حصتها السوقية .

[29] Dennis W. Carlton, Jeffrey M.Perlof , 2008 ,الاقتصاد الصناعي ، الطبعة الثانية ، ترجمه فابريس مويرول ، مجموعة بويك ، بروكسل ص78

الفصل الثاني: مؤسسات الصناعات الغذائية في الجزائر

مقدمة الفصل :

إن من حق الناس أن يتوقعوا أن تكون الأغذية التي يتناولونها سليمة وصالحة للاستهلاك. فالأمراض التي تنقلها الأغذية والأضرار التي تنتج عنها مزعجة، بل إنها قد تكون مميتة. وهناك أيضا العديد من النتائج الأخرى التي قد تترتب على تناول أغذية غير سليمة أو غير صالحة للاستهلاك. فتفشى الأمراض التي تنقلها الأغذية يمكن أن يلحق أضرارا بالتجارة والسياحة، مما يؤدى إلى ضياع الدخل، وانتشار البطالة وكثرة التقاضي. كما أن تلف الأغذية يؤدى إلى تبديد الموارد بما في ذلك من تكلفة، ويمكن أن يضر بالتجارة ويضعف من ثقة المستهلك والتجارة الدولية في الأغذية، وكذلك السفر فيما بين البلدان في تزايد، بما يعنيه ذلك من فوائد اجتماعية واقتصادية مهمة. بيد أن ذلك أيضا يزيد من إمكانية انتشار الأمراض حول العالم. ومن ناحية أخرى، فقد تغيرت العادات الغذائية كثيرا في كثير من البلدان خلال العقدين الماضيين، وواكبت ذلك طرق جديدة لإنتاج الأغذية، وإعدادها وتوزيعه حيث أصبح مفهوم الجودة والسالمة الغذائية يمثل عنصرا أساسيا من عناصر الرعاية الصحية. وقد برز ذلك نتيجة لما ثبت للعلماء والباحثين في مجال الصحة البشرية و البيطرية، أن ألمراض الناجمة عن تلوث الغذاء هي المشكلة الصحية ألكثر انتشارا في العالم، ولها عالقة كبيرة بما ينتج في المصانع الغذائية، لتلك الاسباب سارعت العديد من دول العالم بإعداد إلجراءات والقوانين التي تنص على اتخاذ كافة التدابير الصحية للمراقبة الغذائية. وفي هذا السياق فإن المشكلة الحقيقية التي تواجهها الدول ليست في توفير ما يكفي من المواد الغذائية للمواطنين من أجل البقاء، ولكن توفير المواد الغذائية التي يمكن لها أن تساعد في تحسين مستويات معيشتهم، وهو ما يتطلب تزويد المصانع الغذائية بمختبرات ومعدات وأجهزة حديثة للتأكد من تنفيذ الموصفات والمعايير التي تقرها القوانين والتشريعات العالمية، كما يتطلب كوادر عالية التأهيل والتدريب، و الاستمرار في اكتساب تلك الكفاءات بأخر معطيات العلم والمعرفة الفنية لس لامة الغذاء، .

المبحث الاول : لمحة عن قطاع صناعة الاغذية في العالم

تتميز حاليا شعبة الصناعات الغذائية على المستوى العالمي بالتركز والعولمة على مستويات الانتاج والتوزيع، وبالتخصص على مستوى الاستهلاك والسلوكيات الفردية، وهذا يتضح جليا من خلال تركيبة هيكل القطاع الغذائي في العالم، فهو هيكل ثنائي فمن جهة يوجد تعايش الشركات الكبرى متعددة الجنسيات التي تسيطر على الانتاج والتوزيع، ومن جهة أخرى تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الزراعة وفي الصناعات التحويلية للمنتجات الزراعية وخدمات الاطعام على المستوى الإقليمي والمحلي. ويتمثل المستوى العالي للتركز في نسبة الشركات الكبرى التي تمثل 5.3% من مجموع المؤسسات وتحتل 85% من حصة السوق، في حين تمثل نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حوالي88% من مجموع المؤسسات إلا أن حصتها في السوق أقل من3% .[30]

تسيطر الشركات الكبرى متعددة الجنسيات الأمريكية ومنها الأوروبية وبعض الشركات البرازيلية (التي برزت خلال السنوات الأخيرة) على الأسواق العالمية و تحقق الشركات المئة الأولى ثلث رقم الأعمال العالمي للصناعات الغذائية. هذه الشركات تولي اهتماما بالغا للمنتجات ذات الاستهلاك الواسع (مشتقات الحليب، السكر، المشروبات، منتجات الاستهلاك ما بين الوجبات.

المطلب الاول : مفهوم قطاع الاغذية الزراعية و اثرها الاقتصادي في العالم

1. **تعريف قطاع الأغذية الزراعية:**

يعتبر قطاع الاغذية الزراعية من أهم القطاعات الإنتاجية المحركة لنشاط الصناعة التحويلية في الدولة ، كونه ينتج سلع الغذاء والمواد الخام اللازمة للعديد من الصناعات الغذائية كما يعد قطاع الصناعات الغذائية من القطاعات المهمة في اقتصاد كل دولة ، باعتباره من الصناعات الأساسية والهامة التي تسهم بشكل فاعل في تامين الغذاء للإنسان ، وتعمل على تحقيق اكبر قدر من الاكتفاء الذاتي من المنتجات الغذائية، كما أن تطوير قطاع الصناعات الغذائية يرتبط بتنمية وتطوير القطاع الزراعي كونه المصدر الأساسي للمواد الأولية للصناعات الغذائية (الإنتاج والمعالجة و التوزيع و استعادة) .

- تنوع الصناعات الغذائية الزراعية :
  - ✓ قطاع تجهيز الوجبات المعلبة والمجمدة والجاهزة
  - ✓ سلسلة معالجة المنتجات القائمة على الحبوب

[30] Jean-Louis Rastoin , يناير– ابريل ,2000 , مختصرة عن التاريخ الاقتصادي لصناعة الأغذية ، مراجعة الاقتصاد الريفي ، عدد 255 .256، ص: 61.

- ✓ قطاع تحويل الدهون
- ✓ قطاع تصنيع السكر.
- ✓ قطاع تصنيع منتجات اللحوم
- ✓ صناعة المشروبات
- ✓ صناعة معالجة الألبان.

2.اقتصاد الأغذية الزراعية:

اقتصاد الأغذية الزراعية وأساليبه يختلف هذا التخصص الجديد الذي يتم تطويره حاليًا عن الاقتصاد الريفي ، لا سيما في مجال دراسته. ويأخذ في الاعتبار جميع القطاعات الفرعية الوظيفية والاجتماعية والاقتصادية التي تساهم في تلبية الاحتياجات الغذائية في مجتمع معين. يحلل نموذج استهلاك الغذاء ونموذج الإنتاج الذي يقوم عليه.[31]

3.ملخص عام عن الأعمال التجارية الزراعية العالمية : يتم تداول السلع الزراعية في أنواع مختلفة من الأسواق .في أسواق المشتقات ، يتم تداول الحقوق والالتزامات الخاصة بتداول سلعة ما في المستقبل .في الأسواق

الفورية ، يتم تداول السلع المادية مباشرة نظرًا لأن المنتجات الزراعية تُستخدم غالبًا بشكل مباشر في البلدان المنتجة ، فإن جزءًا بسيطًا فقط من الإنتاج العالمي يتم تداوله دوليًا غالبًا أقل من 50 ٪ على مدى العقدين

الماضيين ، ظلت هذه الحصة ثابتة بالنسبة للسلع الزراعية الرئيسية ، باستثناء فول الصويا ، الذي زادت حصته المتداولة في السوق العالمية بنسبة 20 ٪ وفقًا لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية و من حيث قيمة الصادرات ، فإن المواد الخام الزراعية الرئيسية المصدرة في العالم (بالترتيب التنازلي) هي فول الصويا والقمح وزيت النخيل والذرة والأرز والقهوة والسكر والتبغ والقطن والموز والكاكاو والشاي وعصير البرتقال .في عام 2020 ، جاءت 85 ٪ من صادرات فول الصويا من الولايات المتحدة والبرازيل ، وشكلت الصين وحدها 63 ٪ من جميع الواردات .وبالمثل ، تم تصدير أكثر من 85 ٪ من زيت النخيل من قبل دولتين فقط ، إندونيسيا وماليزيا ، بينما استوردت الهند والصين ما يقرب من 30 ٪ من إجمالي الإنتاج .وفقًا للحسابات باستخدام قاعدة بيانات Trade Map ، فإن التجارة في الذرة والكاكاو والقطن والأرز والقهوة والشاي شديدة التركيز أيضًا : ثلاث دول مسؤولة عن 50–65 ٪ من إجمالي الصادرات العالمية من هذه السلع.

[31] Abdelhamid Bencharif et Jean louis Rastoin,2007 , مفاهيم وطرق تحليل سلاسل الأغذية الزراعية: تطبيق عملية CGV في حالة القمح في الجزائر ، ص: 2 – 3

الجدول 1 : ترتيب الدول العشر الأولى في العالم حسب إنتاجها من للأغذية الزراعية

%	انتاج الاغذية الزراعية في العالم	البلدان
%20	559.312.863	الصين
%16	442.932.520	الولايات المتحدة
%10	293.993.000	الهند
%4	103.154.436	روسيا
%4	101.398.284	البرازيل
%3	89.854.891	إندونيسيا
%2	63.376.820	اوكرانيا
%2	56.151.227	فرنسا
%2	55.506.224	اورجنتين
%2	55.069.990	بنجلادشية
%35	981.771.366	بقية العالم
%100	2.802.521.621	انتاج العالم

المصدر : جان لويس راستوين ، دينامكية النظام الغذائي ، 2009 ، ص: 2

4.المناطق المهيمنة على الإنتاج العالمي

وفقًا لصناعة الأغذية الأوروبية ، تهيمن ثلاث مناطق على الإنتاج في جميع أنحاء العالم:

- الاتحاد الأوروبي: 44٪ من حجم الأعمال.
- الولايات المتحدة: حجم التداول 20٪.
- الصين: 19٪ من حجم الأعمال.

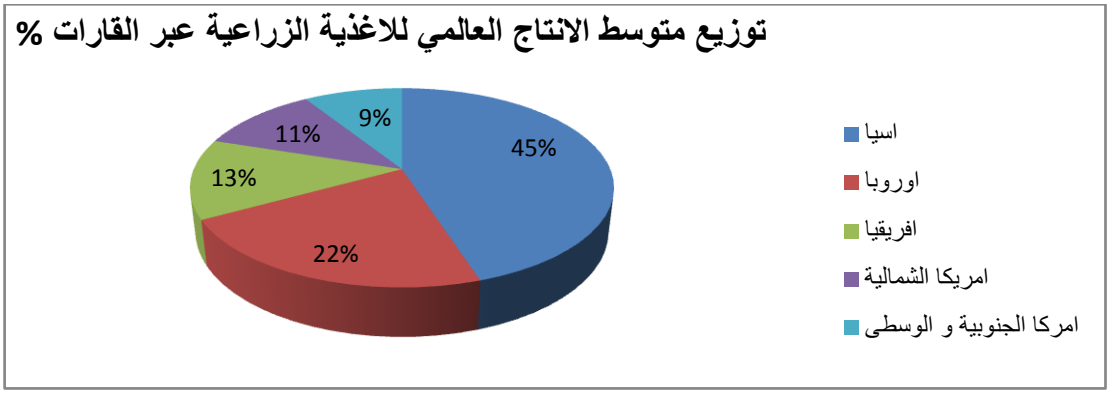
على عكس ما يحدث في الولايات المتحدة أو الصين ، فإن قيمة مبيعات صناعة المواد الغذائية في الاتحاد الأوروبي هي ضعف مثيلتها في الولايات المتحدة أو في الصين ، ومن المقرر أن يتغير هذا الاتجاه بشكل كبير في المستقبل سنوات من أجل إطعام السكان المتدينين المتزايدين في العالم. من المتوقع أن يزداد الإنتاج الزراعي بنسبة 70٪ إلى 100٪ بحلول عام 2050 في المناطق التي توجد بها نمو اقتصادي قوي[32].

[32] شيخي كمال، 2021، التسويق والاستهلاك الغذائي في الجزائر: المفاهيم، التوجهات وبعض النصائح، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 34.ص

بحلول عام 2030 ، ستكون الهند الدولة الأكثر اكتظاظًا بالسكان في العالم ، حيث تمثل ثلث السكان آسيا و 17٪ من سكان العالم. في عام 2050 ، الهند والصين وإندونيسيا وستمثل الفلبين وباكستان أكثر من نصف سكان العالم سيزيد من الحاجة إلى الأطعمة المصنعة والمنتجات الحيوانية. سيزداد استهلاك البروتين في آسيا بنسبة 128٪. بحلول عام 2030 ، 65 ٪ من الطبقة الوسطى العالمية ستعيش في آسيا والمحيط الهادئ ، وارتفاع الدخل المتاحة في الاقتصادات الناشئة زيادة الطلب على المنتجات الغذائية المصنعة.

يعد تعقيد سلسلة التوريد الحديثة أحد الجوانب الرئيسية العوامل المؤثرة في صناعة المواد الغذائية. لا يكفي تقليل المخاطر في وحدات التصنيع والمعالجة الأولية المزيد من أجل ضمان الأمن الغذي في عالم اليوم.

الشكل رقم 3 : توزيع متوسط الانتاج العالمي للاغذية الزراعية عبر القارات



المصدر : تم إنشاؤه من خلال بيانات منظمة الأغذية والزراعة العالمية لعام 2018

المطلب الثاني : اثر ازمة كوفيد-19 على قطاع الاغذية الزراعية في العالم

1. قطاع الأغذية الزراعية بعد أزمة كوفيد -19 :

- **عواقب أزمة Covid-19 في قطاع الأغذية الزراعية** : ومع ذلك ، فإن شركات الأغذية الزراعية لديها كما تضررت بشدة من التباطؤ الاقتصاد العام. وفقًا لاستطلاعات ANIA1 أكثر من 70٪ منهم تم عرضهم خلال الأزمة أنخفاض في حجم الأعمال الذي كان أكثر من 50٪ في 22٪ من الحالات. ومع ذلك ، فإن شدة تأثير كما تباينت الازمة حسب قطاع النشاط والمنافذ. من بين الأكثر تضررا ، نحن العثور على قطاعات البقالة الحلوة والمشروبات وبعض اللحوم والصناعات المنتجة ألبان. الشركات التي منافذ بيعها الرئيسية يتم تقديم الطعام خارج المنزل والتصدير كما تأثرت بشدة .
- **ضرورة إعادة هيكلة القطاع الغذاء لأكبر صمود ممكن** : أكدت هذه الأزمة الصحية بشكل ملحوظ قوة صناعة الأغذية الزراعية. القوة للإشارة إلى أنه إذا كان القطاع قادرًا على المقاومة ، فقد كان من قبل كل شيء لأنه يقوم

على سلسلة وفاعلية ومشاركين. في المستقبل ، سيكون من الضروري الاستفادة منها يفرض على جعل النظام الغذائي أكثر دائم ومقاوم للتأثير. مفاهيم المرونة والسيادة الغذائية فرضوا أنفسهم في الخطب ويجب أن يكونوا في قلب الإستراتيجية الوطنية التي سيتم وضعها بعد الأزمة. لذلك يجب إعادة التفكير في التنمية المستقبلية لقطاع الأغذية الزراعية من خلال البحث[33] .

- **استمرت السلسلة الغذائية بثبات في مواجهة الأزمة** : إذا كانت الصعوبات قوية وربحية الشركات المتضررة ، السلسلة الغذائية تمكنت من الصمود في وجه الأزمة والمخاوف من النقص لم تتم متابعتها. كل الممثلين استجاب حاضرًا وبالتالي جعل من الممكن إطعامه 67 مليون رجل وامرأة. على الرغم من الانخفاض العام في النشاط ، استمر الإنتاج في معظم شركات الأغذية الزراعية. كان التغيب بشكل عام محدودًا وفي كثير من الأحيان يقابله التضامن الذي أبداه موظفو ومدراء الشركات في القطاع. قروض العاملين بين الصناعات الغذائية الزراعية ومشاركة العمال العاطلين عن العمل في القطاع الزراعي تم تمكين جزئي أثناء الحبس بشكل ملحوظ لتوفير المزيد من المرونة في نظام الإنتاج.
- **سياسات لتطوير قطاع صناعة الاغذية** : :إن أفضل سياسة لتطوير الصناعات الغذائية هي الاستخدام الأمثل للموارد الوطنية مع الأخذ بعين الاعتبار متطلبات أي صناعة غذائية وهي :المواد الأولية، التقنية، اليد العاملة، الاستثمار، السوق .
- **المواد الأولية للصناعات الغذائي** : :من متطلبات قيام الصناعة الغذائية هو ضمان استمرارية امدادهاوتموينها بالمواد الأولية، أي أن الإنتاج الزراعي الموجه للتحويل يكون متاحا على المدى الطويل. لإتاحة الإنتاج الزراعي للصناعات الغذائية يستوجب تطوير الزراعة من خلال تطوير أنشطة الامدادات الزراعية (عتاد فلاحي، أسمدة، بذور، غذاء الحيوانات...) هذه الأخيرة يتسم تطويرها بالصعب نوعا ما لما تواجهه من مشاكل تكنولوجية، البنية التحتية، التمويل والمنافسة الخارجي .
- **تقنية الصناعات الغذائي** : :يتوقف تطوير صناعة غذائية ما على ما تملكه الدولة من مؤهلات تقنية وتكنولوجية، وامتلاكها مهارة استعمال تلك التكنولوجيا، لذلك يجب أن يكون البحث المعتمد مستمر حتى مرحلة التطبيق. ان إعطاء الضوء الأخضر من الحكومة أو المؤسسة لإطلاق أسلوب تصنيع ما في الصناعات الغذائية يكون بعد الأخذ في الحسبان المدة التي يستغرقها الابتكار التي تمر بالبحث الأساسي ثم الاكتشاف التكنولوجي ثم التطوير، وفي النهاية التصنيع على المستوى العالمي، يستلزم مرور سنوات للحصول على التقدم التقني، ثم دراسة إلى أي مدى يمكنها ضمان وتأمين صانعي التجهيزات والقائمين على الصيانة والتصليح.

[33] Jean-Marie Bouquery, Jean-Louis Rastoin, 2015, الصناعات الغذائية في فرنسا ، وثائق فرنسية ، باريس ، ص: 11

- **اليد العاملة :** عامل آخر يساهم في تطوير الصناعات الغذائية وهو الموارد البشرية المحلية خاصة مع تأهيل اليد العاملة والكوادر المناسبة لاستعمال التكنولوجيات الموجهة لقطاع ما، وزيادة مهارة المتخصصين وتعليم المهندسين وتوجيه الباحثين من أجل الاستغلال الأمثل للقطاع .
- **لاستثمار:** تتطلب الصناعة الغذائية لتحقيق مستوى من الكفاءة والعصرنة إلى رؤوس الأموال و إن المستوى الاقتصادي والتكنولوجي لأي دولة هو الذي يسمح بالتوزيع الأمثل لرؤوس الأموال دف تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية، وهذا ما يحدد أهمية الاستثمارات المتاحة للصناعات الغذائية بالإضافة إلى نسبة المردودية التي تحققها الصناعات الغذائية، وفي حالة نقص رؤوس الأموال يمكن اتباع سياسة تصدير المنتجات الزراعية الخام التي تؤدي إلى خلق القيمة المضافة. أو توفير المناخ لجذب الشركات المتعددة الجنسيات مع مراعاة انعكاسات على السيادة الوطن.
- **البحث عن الأسواق الداخلية والخارجية :**

✓ التحكيم الأولي يكون على المستوى الداخلي وذلك يكون برفع الحصة من الغذاء المحلي للمستهلكين وتوجيهه للتحويل، مع الأخذ بعين الاعتبار الاستهلاك المباشر من الزراعة، بعد تخطي هذه المسألة تأتي

✓ مسألة ما هي المواد المحولة التي تستجيب لعادات السوق المحلي مع الحفاظ على مستوى القيمة الغذائية والسلامة الصحية.

✓ إيجاد مكانة في السوق الخارجي في ظل المنافسة الدولية: مع قياس الفرص والمخاطر، حيث أن الدول المتقدمة المتواجدة في السوق لا تسهل الولوج إلى السوق مع تطبيقها لأشكال حمائية معلنة أو خفية تؤثر على المبادلات الغذائية تحت غطاء التنظيمات التقنية أو الصحية .

2.المجموعات العالمية الرئيسية في صناعة المواد الغذائية :

أكبر اثناعشر شركات طعام عالمية. يتم تصنيفهم حسب تحققت مبيعاتهم في عام 2017 على النحو التالي: نستله في المركز الأول مع 99 مليار دولار وشركة كوكاكولا 70 مليار دولار وبيبسي 66 مليار دولار و بينج 57 مليار دولار وغيرها من الشركات الكبرى الموضحة في الجدول و كل منها مختصة في نوع معين من الصناعات الغذائية و هذة الشركات تمثل قلب العالم فهي تقوم بتامين الغذاء تقريبا لكل العالم ووصلت لهاذة المراتب بفضل مصداقيتها من ناحية الجودة وتواجه حاليا شعبة الصناعات الغذائية في العالم تحديا كبيرا يتمثل في تغذية تسعة مليار شخص في حدود سنة 2050 ،مع زيادة الطلب على الجودة نتيجة ارتفاع مستوى معيشة الأفراد في الدول الناشئة. وتكمن تحديات شعبة الصناعات الغذائية على مستوى حلقات سلسلتها، فعلى مستوى حلقة المنبع قطاع الزراعة الذي بدوره يواجه حاليا عدة تحديات فبالإضافة إلى مواجهة الطلب المتزايد على الغذاء، يكثر الطلب على الزراعة بشدة في قطاع الطاقة (الوقود الحيوي) والكيمياء المتجددة مع الأخذ بعين الاعتبار تحديات مجتمعية أخرى كالتنوع

البيئي، جودة المياه وغيرها. أما على مستوى حلقة المصب التوزيع و الاطعام فيشهد العالم منذ حوالي خمسون سنة، صعود قوي لظاهرة التوزيع الكبير الذي تسيطر عليه كل من شركة Mart–Walالأمريكية وبعض الشركات الأوربية وفي هذا الاطار تتميز طبيعة الروابط التجارية بين أقلية كبار الموزعين مع كثرة الصناعات الغذائية غالبا بالتوتر، وميل الكفة للموزعين على حساب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. كما عرف النصف الثاني من القرن العشرين، تطور للسلاسل العالمية الكبرى للإطعام مثل s'McDonald ، KFC، Sodexo،التي ساهمت بتواجدها الكبير في عو لمة المنتجات، وأثرت على الشعب الانتاجية بقوا الشرائي[34]

الجدول 2 : تصنيف بعض الشركات الكبرى في العالم لصناعة الغذاء

الرقم	اسم الشركة	الجنسية	رقم الأعمال	النشاط
1	Nestlé	سويسرا	99مليار دولار	منوع
2	Coca–Cola	الو.م.أ	70 مليار دولار	مشروبات غير كحولية
3	Pepsi–co	الو.م.أ	66 مليار دولار	مشروبات غير كحولية
4	Binge	برمودا	57 مليار دولار	تجارة
5	Cargill	الو.م.أ	55 مليار دولار	تجارة
6	AB inbev	بلجيكا	51 مليار دولار	مشروبات غير كحولية
7	Wilmar	سنغافورة	44مليار دولار	تجارة فلاحية
8	AD MIDLAND	الو.م.أ	44 مليار دولار	تجارة
9	JBS	البرازيل	43 مليار دولار	لحوم
10	Mondelez	الو.م.أ	35مليار دولار	سكريات
11	Danone	فرنسا	27مليار دولار	منتجات الحليب بسكويت مياه
12	Heineken	هولندا	22 مليار دولار	مشروبات كحولية

المصدر : غابرييل حسن ، الصناعات الغذائية الزراعية ، ظهور البلدان الناشئة ، مجلة البدائل الدولية ، العدد الخاص رقم 15 ، مايو 2017 ، ص: 48

[34] Abdelhamid Bencharif et Jean louis Rastoin, مرجع سابق ، ص: 2 – 3

المبحث الثاني : مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر

يعد فرع الصناعات الزراعية الغذائية من أهم فروع الإنتاج الصناعي في الجزائر، فه ويساهم بأكثر من 50 % من الناتج المحلي الخام الصناعي وبحوالي 45 –50 % من القيمة المضافة الصناعية، إضافة إلى توفيره لأكثر من 145000 منصب شغل تمثل حوالي 40 % من اليد العاملة في القطاع الصناعي. ومع ذلك تظل مساهمة ودور الفرع في تغطية الاحتياجات الغذائية لأكثر من 38 مليون مستهلك جزائري جد محدودة. ولعل اهم ما يؤكد ذلك . والتزايد المستمر لفاتورة استيراد الغذاء في الجزائر ما جعلها تعد أول دولة على المستوى الإفريقي في استيراد الحليب ومن بين اكبر خمس دول على المستوى العالمي في استيراد القمح.

المطلب الاول : واقع الصناعات الغذائية للمؤسسات الجزائرية :

1. الناتج المحلي الإجمالي للقطاع الزراعي في الجزائر :

ارتفع الناتج المحلي الإجمالي الجزائري بنسبة 3.7٪ في الربع الأول ، عام 2017 مقارنة بالربع المماثل من عام 2016 (مقارنة بنمو قدره 3.9٪ في الربع الأول 2016 مقارنة بالفترة نفسها من عام 2015) بحسب الديوان الوطني للإحصاء (ONS) . يساهم القطاع الزراعي بمتوسط 9٪ من إجمالي الناتج المحلي بتباين هذ ا تظل النسبة المئوية ثابتة من 2000 إلى 2011 وحتى 2015 ، على الرغم من اختلاف يبدو أن حجم الأعمال آخذ في الازدياد كما هو مبين في (الجدول 1). يوفر هذا القطاع أرقم الأعمال مليون دج من عام 2009 لتصل إلى 1.17 مليون دج (0.2 مليون يورو) في عام 2011 وفقًا لمكتب الإحصاء الوطني. الجمع بين نمو القطاع الزراعي ونمو قطاعات النشاط الأخرى في الخارج أدت الهيدروكربونات إلى نمو إجمالي الناتج المحلي غير الهيدروكربوني بنسبة 2.8٪ في الأول يشير مكتب الإحصاء الوطني إلى أن الربع الأول من عام 2017 مقابل 4٪ في الربع الأول[35].

الجدول 3 : كمية انتاج الاغذية الزراعية و مدى تأثير التعداد السكان 2005–2018

إنتاج الزراعة / السكان	**معدل زيادة %**	السكان في في منتصف السنة	**السنة**
4,84	1,69	32,90	2005
2,83	1,78	33,48	2006

[35] Mehdi Abdelkader ، 2003/2004, الخدمات اللوجستية للأغذية ، دراسة حالة لمجموعة موزع كبيرة ، DESS، ليل في فرنسا ، ص: 60.

2007	34,09	1,86	4,18
2008	34,59	1,92	3,76
2009	35,26	1,96	5,54
2010	35,97	2,03	5,79
2011	36,71	2,04	6,01
2012	37,49	2,16	6,52
2013	38,29	2,07	7,06
2014	39,11	2,15	6,82
2015	39,96	2,15	6,79
2016	40,83	2,17	/
2017	41,30	2,20	/
2018	42,60	2.26	/

المصدر : نبيل خوري ، محددات الابتكار في الصناعات الغذائية الصغيرة والمتوسطة ، دفاتر CREAD ، رقم 94 ، 2010 ، ص: 150

2. السياسات الزراعية المتبعة في الجزائر :

حتى عام 2000 ، كانت الأولوية السياسية تعطى للصناعة الجزائرية. تم وضع نظام جماعي ضخم للأراضي ، والذي كان يفضل بشكل كبير ظهور الصناعات الثقيلة على حساب الإنتاج الزراعي والقطاع الغذاء الزراعي. هذا الوضع ، إلى جانب النمو السكاني القوي ، في صالح و تضخيم اعتماد الجزائر على الغذاء. في الوقت نفسه ،

نفذت إعانات الأسعار مكان من قبل السلطات العامة (تحديد سعر الحبوب والطحين والحليب وأكثر من ذلك مؤخرًا السكر والزيت) يشكلان خطرًا كبيرًا على المالية العامة في حالة ارتفاع الأسعار في الأسواق الدولية ، دون حل مشكلة المشاكل الهيكلية التي يعاني منها القطاع الزراعي. في مواجهة هذا الوضع من الاعتماد على الواردات مما يثير تساؤل السيادة الوطنية ، أصبح قطاع الزراعة والأغذية الزراعية من الأولويات منذ عام 2000 مع التنفيذ المتتالي للسياسات الزراعية التكميلية:[36]

- ✓ 2000: البرنامج الوطني للتنمية الزراعية كجزء من برنامج دعم الانتعاش الاقتصادي 2001-2004 ، تم تمويل أكثر من 600 مليون يورو مكرسة وإحياء القطاع الزراعي. كان الغرض منه ضمان الأمن الغذائي للبلد ،

[36] Nabil Khouri ,2010 , محددات الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة الزراعية ، دفاتر CREAD ، عدد 94 ، ص: 150

لتعزيز الدخل والعمالة في المناطق الريفية و إدارة الموارد الطبيعية الهشة على نحو مستدام. تهدف إلى تحقيق معدل نمو سنوي بنسبة 10٪ مقابل 4٪ خلال السنوات الأخيرة من العقد الماضي.

- ✓ 2002: البرنامج الوطني للتنمية الزراعية والريفية: في نفس الوقت الذي تم فيه إنشاء الوزارة المفوضة المسؤولة عن التنمية الريفية في2003 ، تم وضع البرنامج الوطني للتنمية الزراعية والريفية ،

بالإضافة إلى إنعاش الاقتصاد الزراعي والارتقاء بالمزارع وتحديثها ، هدف التنشيط والتنمية المحلية للمناطق الريفية ، مع ضمان الحفاظ على الموارد الطبيعية.

- ✓ 2008: سياسة التجديد الزراعي والريفي: أعيد تنظيم هذه الخطط المختلفة في عام 2008 لتشكيل هذه السياسة الجديدة الزراعة والتجديد الريفي ، موكلة إلى وزارة الزراعة والتنمية الريفية. صدر قانون التوجيه الزراعي في آب بأهداف طموحة. مركز على تعزيز الأمن الغذائي الوطني ، وبالتالي فهو يهدف إلى الحد من نقاط الضعف في إطار الشراكة بين القطاعين العام والخاص ، وبفضل مشاركة مختلف الجهات الفاعلة ، لتحقيق ظهور إدارة جديدة في السياسة الزراعية ، من خلال مرافقة:
  - زيادة الإنتاج الوطني من المنتجات الاستهلاكية ؛
  - تحديث ونشر التقدم التكنولوجي في الحيازات الزراعية ؛
  - تحديث وتنظيم شبكات جمع وتسويق إنتاج؛
  - إنشاء أنظمة تنظيمية مهنية ؛
  - توسيع أنظمة الري الزراعي (الهدف 1.6 ميجا هكتار) ؛
  - تنمية متوازنة ومتناغمة ومستدامة للمناطق الريفية.[37]

3.التبادلات التجارية :

- **الواردات :** الجزائر اليوم هي أكبر مستورد أفريقي للمواد الغذائية ، مع 75٪ من احتياجاتها تلبى بالواردات. الإنتاج الزراعي غير الكافي الجزائر ، إلى جانب الطلب الهائل والمتزايد على المنتجات الغذائية الزراعية ، تصنع الجزائر بلد مستورد من الناحية الهيكلية.

استخدام الواردات الزراعية والغذائية والتي بدأت على مستويات عالية من منتصف السبعينيات ، أصبحت الأداة الرئيسية لإدارة الاستهلاك و من الحصص الغذائية الوطنية.

[37] Mehdi Abdelkader ,مرجع سابق، ص: 60.

ارتفعت الواردات الغذائية من متوسط سنوي قدره 0.2 مليار دولار أمريكي خلال الخطة الثانية، (1970–73) إلى 0.9 مليار دولار أمريكي خلال الخطة الثالثة (1974–1977) لتصل إلى 1.3 مليار دولار أمريكي خلال فترة الخمس سنوات الأولى (1980–84) و 1.26 مليار دولار أمريكي الدولار الأمريكي الحالي، كمتوسط سنوي في 1985–89. في عام 1989 ، كانوا يمثلون تقريبا 25 ٪ من الواردات من الجزائر (مقابل 11٪ في بداية السبعينيات). بلغت الواردات المسجلة في عام 2016 حوالي 5.76 مليار دولار وشهدت انخفاضًا بنسبة 1.15٪ مقارنة بالواردات في عام 2014 (7.8 مليار دولار أمريكي) و 1٪ مقارنة بواردات 2015 (6.4 مليار دولار)

تمثل المنتجات الغذائية الستة التالية 70٪ في المتوسط من الكمية من الواردات ، مما يجعل الجزائر أول بلد يستورد المنتجات غذاء. يثير هذا الوضع مخاوف بشأن الأمن الغذائي للبلاد.

الجدول 4: المنتجات الزراعية الغذائية الرئيسية المستوردة 2014–2016

الوحدة: مليون دولار

المنتجات الرئيسية مستورد	2014	2015	2016
الحليب ومنتجات الألبان	2 042 061 602	1 166 127 763	978 696 673
الحبوب والمنتجات طاحونة	3 679 516 888	3 541 212 008	2 811 357 988
جسم سمين	818 677 959	716 766 337	744 683 241
السكر والحلوى	910 607 332	571 202 891	912 258 321
اللحوم	307 275 545	259 285 021	233 344 386
المشروبات والكحوليات	98 453 376	63 186 846	78 936 812
مجموع	7 856 637 702	6 497 780 866	5 759 277 421
٪ من الواردات العالمية	68%	67%	66%

المصدر : وزارة الفلاحة و التنمية الريفية و الصيد البحري 2016

- **لعام 2017:**

وبلغت 38.18 مليار دولار خلال الأشهر العشرة الأولى من العام عام 2017 ، وفقًا لأحدث الأرقام الصادرة عن المركز الوطني للحوسبة والإحصاء (CNIS) في فئة المنتجات الغذائية ، تحتل الحبوب والسميد والدقيق المركز

[38]الأول بواردات 2.27 مليار دولار خلال الأشهر العشرة الأولى من العام الجاري هذا العام ، متقدمة بفارق كبير على واردات الحليب ومنتجات الألبان (1.22 مليار) والسكريات و حلويات (913 مليون دولار). 367 مليون دولار في القهوة والشاي ، 314 مليون دولار في البقول ، وتم استيراد 173 مليون لحوم خلال نفس الفترة. (TSA، ياسين بابوش ، ديسمبر 2017)

- **لعام 2018:**

وجاءت فاتورة استيراد المواد الغذائية عند 5.17 مليار دولار خلال الأشهر السبعة الأولى من عام 2018 (مقارنة بـ 4.69 مليار دولار خلال نفس الفترة فترة 2016). وفيما يتعلق بالحليب ومنتجات الالبان قفزت الفاتورة الى 879.38 مليون مقابل 566.13 مليون دولار في نفس الفترة من العام الماضي ، بارتفاع 55.33٪ ، تفاصيل المركز الوطن للمعلومات والإحصاءات الجمركية (CNIS).لوحظ نفس الاتجاه الصعودي للسكريات والحلويات التي وبلغت قيمة الواردات 698.51 مليون دولار مقابل 510.12 مليون دولار أي. بزيادة قدرها 36.93٪.

وبالنسبة للزيوت المخصصة للصناعات الغذائية فقد ارتفعت وارداتها إلى 512.81 مليون دولار من 409.98 مليون دولار ، بزيادة 25.08٪. أما بالنسبة للحبوب (القمح القاسي ، والقمح الشائع ، إلخ) والسميد والدقيق ، فقد تم استيرادها من أجل 1.66 مليار دولار من 1.56 مليار دولار ، بزيادة 8.02٪. وبلغت فاتورة واردات البن والشاي 251.01 مليون دولار مقابل 221.81 مليون دولار (+ 13.16٪).

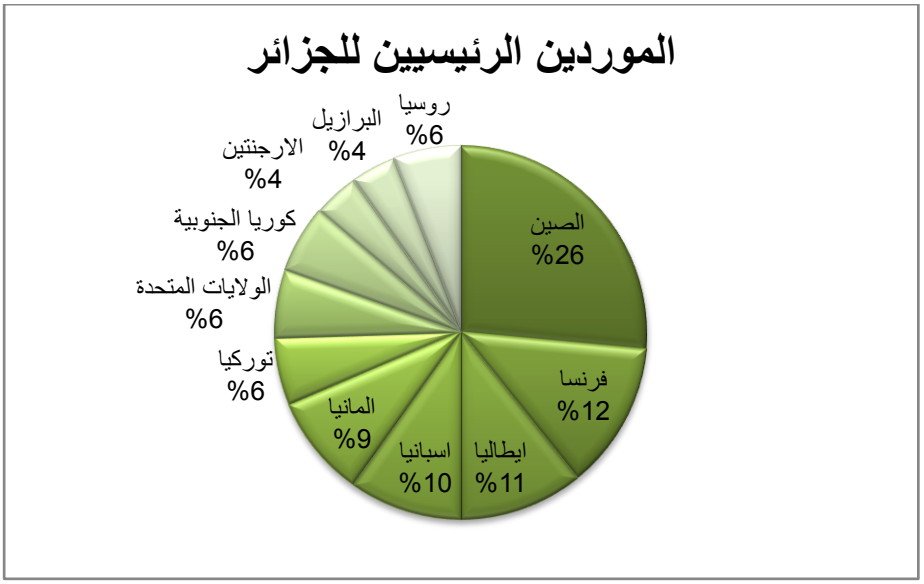
أما البقول وغيرها فقد تم استيرادها بمبلغ 197.35 مليون مقابل 165.71 مليون دولار (+ 19.09٪). فيما يتعلق باللحوم ، تم استيرادها مقابل 152.01 مليون دولار على 7 الأشهر الأولى من عام 2017 مقارنة بـ 148.85 مليون دولار خلال نفس الفترة من عام 2016 ، أي زيادة بنسبة 2.12٪.

✓ الموردين الرئيسيين للجزائر:

تحتفظ الصين بالمركز الأول كمورد للجزائر ، بـ 7.29 مليار الدولارات من الواردات من هذا البلد خلال الأشهر العشرة الأولى من عام 2017. وتحتل فرنسا المرتبة الثانية بين الموردين ، بقيمة 3.4 مليار دولار ، تليها من إيطاليا (3 مليارات) ، وإسبانيا (2.56 مليار) ، وألمانيا (2.54 مليار) ، وتركيا (1.7 مليار) والولايات المتحدة (1.49 مليار) وكوريا الجنوبية (1.48 مليار) والأرجنتين (1.2 مليار) ، البرازيل (1.18 مليار) أو حتى روسيا (مليار). (TSA ، ياسين بابوش ، ديسمبر 2017).

[38]. بولحفة عبد الله، و غمراني صالح. 2019/2018 ,واقع الصناعات الغذائية في الجزائر , ص65

الشكل 4 : الموردين الرئيسيين للجزائر



المصدر : وزارة الفلاحة و التنمية الريفية و الصيد البحري 2018

✓ الجوانب التنظيمية لأنشطة الاستيراد :

من أجل خفض مستوى الواردات وتعزيز تنمية الإنتاج الحكومة المحلية ، اتخذت الحكومة الجزائرية مؤخرا عددا من الإجراءات ، بما في ذلك والتي أكدها المرسوم التنفيذي رقم 09-181 المؤرخ في 12 مايو 2009 في قانون المالية التكميلي 2009 ، الذي ينص على أن شركات الاستيراد ، التي تم إنشاؤها اعتبارًا من 28 يوليو 2009 ، يجب أن تمتلك 30٪ على الأقل من رأس مالها الأشخاص الطبيعيين من الجنسية الجزائرية و الأشخاص الاعتباريين الذين جميعهم الشركاء أو المساهمون من الجنسية الجزائرية. هذه التدابير قابلة للتطبيق على الشركات الذين يستوردون المواد الخام والمنتجات والسلع المعدة لإعادة البيع كما هي. ينص قانون المالية التكميلي لعام 2009 أيضًا في الجريدة الرسمية رقم 44 على أن دفع قيمة الواردات بقيمة تزيد عن 100،000 دينار جزائري وبمبادرة من المشغلين بموجب القانون الخاص ، يتم الآن إجباريًا عن طريق الاعتماد المستندي فقط.

➢ **صادرات :**

✓ معدل تغطية توافر الغذاء حسب الإنتاج الزراعي:

الحبوب ومشتقاتها 35٪ ، الحليب ومشتقاته 42٪ ، البقول 30٪ ، اللحوم 100٪ ، بطاطس 100٪ ، طماطم صناعية 100٪ ، فواكه وخضروات 100٪ ، سكريات 0٪ ، شاي. قهوة 0٪ وكذلك الأسمدة النيتروجينية المعدنية أو الكيماوية 184 مليون الجزائر كما صدرت ما يعادل 37.75 مليون دولار من التمور عام 2003. (Kehal، 2011) وبالفعل ، فإن فحص هذه البيانات يظهر أن وزن الزراعة في الاقتصاد على المستوى الوطنيا لا يزال

منخفضا ، وأن الفجوة بين الإنتاج الزراعي واستهلاك تظل المواد الغذائية الزراعية الأساسية التي يتم استيرادها بشكل أساسي مهمة ، مما يجعل الجزائر أكبر مستورد وأصغر مصدر من البلدان بـ 328 مليون دولار و وذلك من خلال تصدير 71٪ من الحلويات ومنتجات السكر ، تليها 12٪ من الفاكهة متضمنًا التمور ونسبة صغيرة من باقي المواد الغذائية (2٪ نبيذ ومشروبات ، 2٪. الفواكه 4٪ دهون وزيوت غذائية) ارقام عام 2016 من وزارة الزراعة والتنمية الريفية.

الجدول 5: تطور الصادرات الغذائية والصادرات الزراعية

	2012	2013	2014	2015	2016
صادرات غذاء	24 480 218	401 225	322 184	235 879	328 278
المجموع الزراعي	39 692 714	559 271	466 293	773 482	867 256
مجموع الجزائر	55 72 786 286	64 974 412	62 956 161	34 667 571	30 027 624
٪ من صادرات غذاء	0.4%	6%	0.5%	0.7%	1%

المصدر : تطوير المهن المتعلقة بمجال الصناعات الغذائية الزراعية ،وزارة التعليم والتدريب المهني ، 2007 ، ص. 10* منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة ، الإطار البرمجة القطرية في الجزائر (2013 – 2016)

النسبة المئوية للصادرات الغذائية من 2012 إلى 2016 منخفضة أو حتى ضئيلة مقارنة بإجمالي الصادرات ، فإن عام 2013 هو العام الوحيد الذي نلاحظ فيه معدل مرتفع وهو بنسبة 6٪. على الرغم من جهود الدولة لتحسين قيمة وكميات المواد الغذائية المواد الغذائية المعدة للتصدير ، ولكن تظل هذه رغبة لا يمكن أن تكون كذلك ممنوح .

4. منطقة زراعية لتوفير المواد لصناعة الاغذية :

من أصل 238174000 هكتار من المساحة الإجمالية لبلدنا ، حوالي 200 مليون هكتار (80٪) تحتلها الصحراء ، أكثر الصحاري حرارة وجفافا في الشرق الأوسط كوكب. الزراعة المروية غير عملية هناك ، بسبب

هطول الأمطار أقل من 100 ملم من الماء ، ويمكن أن يكون التكاثر موسعًا وعشوائيًا ، ويختزل إلى عدد قليل من الأغنام والماعز و الجمال. تمتد منطقة شبه قاحلة شاسعة تبلغ 20 مليون هكتار من شمال الصحراء إلى

الحد الجنوبي الهضاب العالية ، مرورا بأطلس الصحراء. إنه مجال السهوب أو هطول أمطار متفاوتة للغاية ، أقل من 350 ملم من الماء. هناك القليل من المحاصيل البعلية هناك. تقتصر الأنشطة المواتية والاقتصادية على عدد قليل من الحبوب ذات الغلة تربية صغيرة وواسعة النطاق للأغنام والماعز ، وتجمع الحلفاء. أخيرًا ، تشغل السلاسل

الجبلية في جمهورية مصر العربية ما يقرب من 14 إلى 15 مليون هكتار الشمال ، معظم هذه المنطقة غير صالحة للاستعمال للزراعة بسبب وجودها المنحدرات العالية (أكثر من 12٪) والتربة الصخرية وبالتالي ، لا

يزال هناك في المساحة الزراعية الصالحة للاستخدام (SAU) فقط مساحة تقدر بنحو 8.3 مليون الهكتارات تتركز بشكل رئيسي في سهول ووديان الشمال .[39]

لقد انخفض نصيب الفرد بنسبة 60٪ خلال ثلاثين عامًا. في الجزائر تحتوي على أكثر من 0.30 هكتار من نصيب الفرد (مقارنة بـ 0.73 هكتار في عام 1962) ، في المتوسط أقل بقليل من المغرب (0.35 هكتار) وتونس (0.63 هكتار). أبعد من هذه النسبة التأكيد على الهيكل الضعيف لهذه الإمكانات الإنتاجية. المناطق الزراعية في تغطي الإمكانات الطبيعية المواتية 1.4 مليون هكتار فقط ، أي بالكاد 5/1 من SAU.

- **توزيع الأراضي الزراعية :**

يظهر توزيع الأراضي التي تستخدمها المحاصيل العشبية غلبة المساحات المخصصة للحبوب بمتوسط 3،088،340 هكتار (أي 78٪ من المساحة الإجمالية) ، تليها الأعلاف الصناعية بنسبة 7.8٪ وأخيرًا تلك العلف الاصطناعي المحاصيل الصناعية بنسبة 0.9٪. تشغل المحاصيل الأخرى 0.1 ٪ فقط من مساحة أرض عشبية. بما أن الجزائر صحراء إلى حد كبير ، فإن إمكاناتها الزراعية مركزة في شمال البلاد ، مع 20 ٪ فقط من المساحة الصالحة للاستخدام للزراعة والمراعي و الغابة. لا يزال نقص البنية التحتية والجفاف المنتظم يجعل بلد يعتمد بشكل كبير على الواردات لتلبية احتياجاته. (السياسات الزراعية حول العالم ، 2014).

5. مساهمة الصناعات الزراعية الغذائية في التوظيف:

تعد الصناعات الزراعية الغذائية من أهم فروع الإنتاج الصناعي في الجزائر التي تسهم في الحد من البطالة وتوفير مناصب شغل، حيث قدرت مساهمتها في التوظيف خلال الفترة 70 – 74 بمعدل قدر ب 17 % انخفض إلى 14 % خلال الفترة 75–79 ثم قارب % 15,5خلال الفترة 80–89. غير أن الظروف التي مر بها الاقتصاد الجزائري وتراجع دور الدولة في تمويل وتموين مؤسسات الفرع ولجوئها إلى تطبيق برامج التعديل الهيكلي وخوصصة المؤسسات دفع إلى تراجع مساهمتها في التشغيل، التي انخفضت من 5% في 2007 إلى أقل من 3 % من إجمالي اليد العاملة الشغيلة في الجزائر سنة 2016، وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بمساهمتها في بعض الدول الأوروبية والأسيوية التي ترتفع فيها مساهمة

[39]أيمن سليمان مزهرة. 2000 الصناعات الغذائية، جامعة البلقان التطبيقية. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع .ص87

مؤسسات هذا الفرع في التشغيل إلى أكثر من 30%. والجدول الموالي يبين تطور عدد العمال في مؤسسات الفرع.[40]

الجدول 6 : تطور عدد الأجراء في الصناعات الزراعية الغذائية

السنة	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الاجراء	52053	49488	46820	40503	36793	145000

المصدر : تطوير المهن المتعلقة بمجال الصناعات الغذائية الزراعية ،وزارة التعليم والتدريب المهني ، 2007 ، ص. 10* منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة ، الإطار البرمجة القطرية في الجزائر (2013 – 2016)

تجدر الإشارة إلى أن اكبر مساهمة تعود إلى مؤسسات القطاع الخاص التي توفر أكثر من 86,31% من مناصب الشغل أمام تراجع دور مؤسسات القطاع العام، التي انتقلت مساهمتها من 19169 منصب شغل في سنة 2011 إلى 19486 سنة 2012 وإلى 19854 منصب شغل سنة 2016 و هو ما يمثل حوالي 13,69 % من إجمالي مناصب الشغل التي وفرها الفرع في هذه السنة. (تساهم 77 مؤسسة عمومية محلية منها 16 مؤسسة في فرع الدواجن بتوظيف 18604 عامل).

6. المعوقات التي تواجه الصناعات الغذائية من أجل تحقيق الامن الغذائي :

حسب دراسة قام بها خبراء اقتصاديين من خالل الجلسات أألولى للصناعات الغذائية ، تحت رعاية وزير الصناعة وترقية الاستثمارات السابق، قاموا بتحليل نقاط القوة والضعف، الفرص والتحديات :

- **نقاط القوة:**

  - يتميز هذا الفرع بتعدد نشاطاته، ما ينعكس على تعدد فرص الاستثمار فيه
  - يساهم في تلبية الاحتياجات المباشرة والمستمرة من المنتجات الغذائية
  - تميزت الصالحات الاقتصادية في هذا الفرع بسياسة داعمة لخلق مؤسسات صغيرة ومتوسطة
  - التوزيع المتكافئ للمنتجات الغذائية في مختلف أنحاء الوطن
  - تقليص البطالة عن طريق جذب اليد العاملة إلى هذا القطاع .

- **نقاط الضعف :**

  - غياب التكامل بين القطاع الزراعي والصناعي ، وخاصة فيما يخص نظام المعلومات بينهما

[40] يحي علي الدين حماد. 2007 تكنولوجيا التصنيع الغذائي والمشروعات الصغير، الطبعة أألولى. القاهرة، مصر: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع . ص87

- ضعف مرودية الإنتاج تؤدي إلى تغيير وجهة الاستثمار الأجنبي
- رداءة البنية التحتية الصناعية وضعف التكامل الوظيفي بين مختلف المؤسسات
- غياب مقاييس ومعايير الجودة، وقلة المؤسسات التي تراعيها
- سوء تسيير المخزون، وضعف سياسات التسويق إلى جانب غياب الرقابة
- القطاع العام غير متجدد، ويعتمد على التقنيات التقليدية مع غياب الأساليب التكنولوجية الحديثة والمؤهلة .

➢ **الفرص:**

- تطور اطراف السوق الخارجية، خاصة مع دول الإقليم؛
- خلق فرص عمل من خلال مشاريع الصناعات الصغيرة والمتوسطة
- زيادة المنافسة في هذا الفرع تؤدي إلى زيادة الإبداع ، والاختراع والجودة.

➢ **العراقيل التي تواجه الصناعات الغذائية في الجزائر :**

❖ **قطاع الزراعة** : لعل أهم المشاكل التي تواجه الصناعات الغذائية في الجزائر، مرتبطة بالدرجة الأولى بقطاع الزارعة حيث اعتمدت الصناعات الغذائية في مراحل تطورها على الإنتاج الزراعي الداخلي ولكنها سرعان ما تحولت إلى استراد معظمها من الخارج، سواء في صورة مواد أولية أو في شكل سلع نصف مصنعة ويعود كل هذا إلى:

- ضعف النمو الإنتاجي للمواد الزراعية المحلية بنمو الصناعات الغذائية
- عدم قدرة القطاع الزراعي على تأمين المدخلات بشكل منظم والاكتفاء بالتموين الموسمي
- عدم توفر تقنيات النتاج والفرز الحديثة في قطاع الزراعة لانتاج محاصيل بمواصفات عالية
- القصور في مراكز البحوث التطبيقية وإهمال جوانب كثيرة تحكم الإنتاج الفلاحي الجيد والتسويق
- منافسة المواد المستوردة للإنتاج المحلي.

❖ **الإنتاج** : معظم الصناعات الغذائية في الجزائر ترتكز على استثمارات صغيرة ومتوسطة الحجم باستثناء بعض الصناعات الغذائية الأساسية، كالزيوت ونتيجة للتطورات الاقتصادية والتكنولوجيا الحديثة في الصناعات الغذائية تعددت انماط الانتاج و التكنولوجيا المستعملة ، تراكمت تقنيات الانتاج المتعددة منها التقليدية البسيطة مرورا بالتقنيات النصف الية مثل : [41]

- صناعة الخبز والحلويات حتى يتم استعمال الالات المتطورة.

– صناعة الحليب ومشتقاته التي تشمل حلقاته التقنية مجمل العمليات الصناعية، وحتى وسائل التعبئة والتغليف الى أن معظم الوحدات التصنيعية الغذائية في الجزائر، ما زالت تعتمد الوسائل والالات المتوسطة الحديثة يمكن تصنيفها

[41] بدر الدين زبيدي وآخرون. مرجع سابق، دراسة الفترة 2001–2016،

في كتلة الصناعات المؤهلة للمنافسة، نظرا لبعض التغيرات التي تشوبها على صعيد مجمل عمليات الإنتاج من الإدارة حتى اليد العاملة، مرورا بالعمليات المتممة من صيانة وتغليف وتخزين وتسويق، كما أن معظم المؤسسات الناشطة في هذا الفرع هي مؤسسات صغيرة حيث تمثل نسبة 95 %من مجموع المؤسسات التي تنشط في فرع الصناعات الغذائية في الجزائر

- ارتفاع أسعار المواد الغذائية: والذي يعتبر من أهم العراقيل الحالية في مسار تطور الصناعات الغذائية .

المطلب الثاني : خصائص المؤسسات الجزائرية و تصنيفها و عمالتها :

❖ **تصنيف مؤسسات صناعة الاغذية الجزائرية**

1. تعريف وتصنيف الشركات:

ليس من السهل رسم فروق أو مقارنات واضحة بما فيه الكفاية الحصول على تصنيف للشركات: والسبب في ذلك هو التنوع الذي لا حصر له في الأنشطة في المجتمع. ومع ذلك ، لأسباب الدراسة ، بعض الخصائص المتجانسة تسمح التصنيف.

1.1 التصنيف حسب الطبيعة أو الشكل القانوني:

يمكن أن تكون الشركة مملوكة إما لأشخاص عاديين أو للدولة أو جزئيًا للدولة. وجزئيا للأفراد يتم إجراء هذا التصنيف وفقًا لجودة المالك ، ويجعل من الممكن التمييز بينهما (مناسير ، 2008)

1.1.1 صناعات القطاع العام:

- الصناعات العامة: وهي الشركات المملوكة بالكامل للدولة والتي يمتلك كل رأس المال والإدارة وسلطة اتخاذ القرار ؛
- الصناعات شبه العامة: وهي شركات تسيطر عليها السلطات العامة: اختيار الاستثمارات ، مستوى الأسعار ، سياسة التوظيف ، ولكن أين الناس تشارك الشركات الخاصة في التمويل و الإدارة ؛

2.1.1 الصناعات الخاصة:

- الملكية الفردية: التي تنتمي بالكامل إلى شخص واحد يضمن قرار الإدارة.
- الشراكة: عقد يوافق بموجبه شخصان أو أكثر على إنشائه الملكية المشتركة أو العمل أو كليهما بهدف تقاسم المنافع التي قد ينتج.
- التعاونية: تجمع الأشخاص الذين يرغبون في تجميع مدخراتهم أيضًا من مهاراتهم في إشباع الذات باحتياجات معينة دون السعي وراء الربح ؛ الأشكال القانونية المختلفة.

- ✓ الشركة ذات المسؤولية المحدودة (SARL): شركة مختلطة تجمع بين بعض الشركات خصائص الشراكات وخصائص معينة للشراكات رأس المال؛
- ✓ الشراكات: الشركاء يعرفون بعضهم البعض وصفاتهم الشخصية مهم جدًا: شركة باسم مشترك (SNC)،
- ✓ الشركات ذات المسؤولية المحدودة ذات العضو الواحد (EURL): هذا نوع من تقدم الشركة هيكل استضافة قانوني للشركة.

2.1 تصنيف الشركات حسب طبيعة أو قطاع النشاط:

حسب طبيعة النشاط ، يتم تقسيم الشركات إلى أربعة قطاعات.

1.2.1. القطاع الأولي :

يشمل هذا القطاع الأنشطة الأرضية والجوفية. في أنشطة التربة ، نحن يجد الشركات العاملة في الزراعة والصيد والتربية والصيد والاستغلال الحراجة تتكون الأنشطة الجوفية بشكل أساسي من التعدين (استغلال البترول والمعادن).

2.2.1. القطاع الثانوي :

يشمل هذا القطاع شركات تصنيع المنتجات من القطاع الأولي في المنتجات شبه المصنعة أو النهائية. لذلك نحن نتحدث عن شركة صناعية[42].

3.2.1. قطاع التعليم العالي :

هذا القطاع مليء بالشركات التي تسوق المنتجات المصنوعة من قبل شركات القطاع الثانوي وكذلك شركات الخدمات. (مثال: ملف محلات السوبر ماركت والمتاجر والبنوك وشركات التأمين والنقل والجامعات ، المدارس الثانوية والكليات وما إلى ذلك).

4.2.1 القطاع الرباعي :

إنه قطاع خدمي جديد يحتوي على تنمية المعرفة (تعليم ، بحث ، هندسة ، إلخ). تحسين الصحة والتنمية للثقافة ، أي منظمة ترفيهية بدون مخاوف مربحة.

[42] فرحي السعيد ,2011, أثر السلوكيات الاستراتيجية للمؤسسة على هياكل السوق دراسة قطاع صناعات غذائية في الشرق الجزائري ERCE من رسالة ماجستار جامعة بسكرة الجزائر

3.1 تصنيف المؤسسات حسب البعد أو الحجم :

نميز :

1.3.1. الشركات الصغيرة والمتوسطة (PME) :

LA PME (الشركات الصغيرة والمتوسطة) ، مهما كان وضعها القانوني ، كشركة تنتج السلع أو الخدمات ، توظف واحد (1) إلى (500) عاملين ولا يتجاوز حجم اعمالهم السنوي 2 مليار دينار او اجماليهم الميزانية العمومية السنوية لا تتجاوز 500 مليون دينار والتي تحترم معايير الاستقلالية[43].

الجدول 7: حجم الشركة :

شركة صغيرة جدًا	شركة صغيرة	الشركات المتوسطة الحجم	شركات كبرى
من 1 إلى 9 موظفين	من 10 إلى 49 موظفًا	من 50 إلى 249 موظفًا	أكثر من 300 موظف

المصدر : نبيل بوفليح. 2013 دراسة تقييمية لسياسة الانعاش الاقتصادي المطبقة في الجزائر في الفترة 2000-2010

يشير تنظيم الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى فكرتين:

- المنظمة ، كمجموعة من الناس اجتمعوا لتحقيق هدف مشترك ؛

- عمل التنظيم الذي يتكون من تحديد المهام ، وإسنادها إلى الأفراد ، قم بتجميع هذه المهام وهؤلاء الأفراد في وحدات عمل (أقسام ، أقسام ، المهام) ، وتوزيع المسؤوليات ، وتفويض السلطة ، وتصميم أنظمة مجال الاتصالات.

يرتبط إنشاء ونمو الشركات الصغيرة والمتوسطة ارتباطًا وثيقًا بروح المؤسسة ، ولكن كونها ذات طبيعة خاصة أو عائلية ، فإن الشركات الصغيرة والمتوسطة تطرح العديد من المشاكل المتعلقة بإدارة. بشكل عام ، الشركات الصغيرة والمتوسطة لديها عدد قليل من الموظفين ، وهذا يعني إدارة الموارد موارد بشرية شديدة المركزية وغير رسمية ووظيفة موظفين متخلفة. تكمن أهمية الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص في المزايا السياسية ، القضايا الاقتصادية والاجتماعية التي تبرز أهميتها فيما يتعلق بمساهمتها في تطوير :

[43] نبيل بوفليح. 2013 دراسة تقييمية لسياسة الانعاش الاقتصادي المطبقة في الجزائر في الفترة 2000-2010 .مجلة الاكادمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية . ص68

في الخطة السياسية:

إن وجود الشركات الصغيرة والمتوسطة في البلدان يعزز ولادة جيل من المتعاقدين الوطنيين. كما أنه يجعل من الممكن إطلاق وتعزيز النسيج الاقتصادي تتكيف مع احتياجات البلد. هذه الأهمية حتى لا تقتصر على المستوى السياسي ، كما يمتد ليشمل المستويات الاقتصادية والاجتماعية.

على المستوى الاقتصادي : في المنبع ، تمارس الشركات الصغيرة والمتوسطة تأثيرات غير مباشرة بمعنى أنها تساهم في تعزيز الموارد الوطنية من خلال إنشاء أنشطة أخرى مثل الزراعة لتجارة المواد الغذائية ، تكامل القطاع الحرفي لشركة التصنيع ، إلخ .

المصب ، فهم يساهمون في تطوير قطاع التعليم العالي أيضًا المساهمة في زيادة الناتج القومي الإجمالي. يؤيد إنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص تنويع الهيكل الصناعي ، من خلال في نفس الوقت الذي يساعد فيه على استغلال الموارد غير المستخدمة وبالتالي إخفاء تكوين رأس المال.

في الواقع ، عندما يقتصر الطلب على منتج معين على إنتاج بكميات صغيرة ، هو البديل الوحيد للاستيراد في كثير من الأحيان. الصغيرة والمتوسطة لذلك تسهل الشركة استبدال التصنيع المحلي بالواردات.

في الخطة الاجتماعية:

ينظر إلى إنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة على أنه وسيلة للحد من البطالة. كثيرون هم أولئك الذين يجدون في الشركات الصغيرة والمتوسطة وسائل عيشهم. تعزز الشركات الصغيرة والمتوسطة توزيع الثروة بين طبقات مختلفة من السكان من خلال وصولهم إلى الدخل من العمل ، وتقييمه بشكل صحيح أمر ضروري للجميع الشركات الصغيرة والمتوسطة خاصة في أوقات الأزمات. وبالتالي ، فإن الشركات الصغيرة والمتوسطة هي مراكز تطوير العمل العمل وروح الأعمال المحلية الضرورية للتصنيع.

4.1 التصنيف حسب القطاع :

على عكس القطاع ، الذي يجمع مجموعة متنوعة من الأنشطة ، فإن القطاع يجتمع فقط صناعات تصنيع نفس فئة المنتج في المقام الأول. معايير مختلفة يمكن استخدامها للتصنيف حسب القطاعات:

1.4.1 التصنيف حسب الموقع الجغرافي: يمكن أن تكون سلاسل التوريد محلية ، الإقليمية أو الوطنية أو الدولية. في معظم الحالات ، القنوات الإقليمية هي تعتبر روابط يمكن ربطها بالقنوات الوطنية من خلال التصنيع أو التوزيع النهائي لتلبية الاحتياجات[44] ؛

2.4.1 التصنيف حسب الحجم: توجد قطاعات ريادية قائمة علاقة صغار المنتجين بالشركات الكبيرة. تم تطويرها و منظم حول مشتر كبير مثل الصناعة الزراعية ؛

3.4.1 التصنيف حسب طريقة التنظيم: يتم التمييز بين التدفقات العفوية التي تم إنشاء القطاعات المستحثة دون أي تأثير خارجي ، وذلك بفضل تدخل المنظمات غير الحكومية ، أو برامج التعاون في التطوير ، أو برامج أخرى مماثلة ؛

4.4.1 التصنيف حسب نوع المنتج : نميز بين جميع الصناعات تصنيع نفس فئة المنتجات. يظهر هذا التصنيف النقاط المشتركة من هذه الصناعات، مثل: استخدام نفس التقنية و / أو استخدام نفس المواد الخام.

2. نظرة عامة على النظام الغذائي الزراعي في الجزائر:

1.2 تصنيف الأنشطة الاقتصادية:

يتم تحديد الأنشطة والمنتجات من خلال مصطلحات تهدف إلى التوحيد القياسي معلومات إحصائية منهم. وقد تم نشر مرسوم تنفيذي بهذا المعنى على الجريدة الرسمية.

تتكون هذه التسمية من مجلدين يسمحان بتدوين الأنشطة والسلع والخدمات الناتجة عنها التسمية الجزائرية للأنشطة والتسمية الجزائرية للمنتجات.

- ✓ تتكون من أربعة مستويات وتضم عدة عناوين ، التسمية يتم تحديد الأنشطة الجزائرية من خلال رمز رقمي مصنف حسب الأقسام ، الانقسامات والمجموعات والطبقاتوفيما يتعلق بالتصنيف الجزائري للمنتجات ، فإنه يحتوي ، بالإضافة إلى أربعة مستويات المستوى الخامس والسادس محددة بواسطة رمز رقمي ، مقسمة إلى فئات وفئات فرعية على التوالي. المستوى الأول يتضمن العناوين يتم تحديدها برمز أبجدي (قسم) ، وعددها 21 قسمًا.
- ✓ يشتمل المستوى الثاني على العناوين التي تم تحديدها بواسطة رمز رقمين، وعددها 88 قسمًا. المستوى الثالث يتضمن العناوين المحددة بواسطة رمز رقمي مكون من ثلاثة أرقام (مجموعة)، و العدد 274 مجموعة بينما

[44] أحمد مصنوعة. 23-24 نوفمبر 2014 الصناعات الغذائية كمدخل لتحقيق الامن الغذائي في الجزائر الواقع و المأمول. الملتقى الدولي التاسع حول : في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية الدولية. الجزائر .ص79

المستوى الرابع لديه عناوين محددة بواسطة رمز رقمي مكون من أربعة أرقام (فئة)، وعددها 656 فئة. بالإضافة إلى ذلك ، قد تعتمد الكيانات المعنية تسميات محددة في توفير جداول المراسلات بعد التشاور مع

مكتب الإحصاء الوطني. سيتم نشر المصطلحات الجزائرية للأنشطة والمنتجات على أوسع نطاق بأمر من مكتب الإحصاء الوطني.

1.1.2 وفقًا لمكتب الإحصاء الوطني:

تقييم وتحليل مختلف أنشطة تجهيز الأغذية الزراعية في تواجه الجزائر ، عقبة رئيسية مرتبطة بالمفارقة التاريخية للتسميات التي احتفظ بها الخدمات الإحصائية الرسمية للتعرف على جميع المنتجات والفروع و القطاعات الصناعية. يميز المستخدم حاليًا:

1. التصنيف الجزائري للأنشطة (NAA Rev1):

استبدلت التسمية الجزائرية للأنشطة (NAA 2000 in)NAA rev1 ساري المفعول منذ عام 2002 ، وهو يوفر مجموعة هرمية من فئات الأنشطة التي يمكن استخدامها بسهولة قدر الإمكان لتصنيف العوامل الاقتصادية حسب نشاطهم الرئيسي.

يتم تنظيم هذه الفئات من الأنشطة في أقسام وأقسام ومجموعات وفصول .

❖ **خصائص مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر**

1. شركات المواد الغذائية :

يتمتع سوق المواد الغذائية في الجزائر بإمكانيات كبيرة للتنمية ، لا سيما في الحبوب ومنتجات الألبان والدهون وتكرير السكر ، المياه المعدنية. الابتكار والقدرة التنافسية والارتقاء و التحديث هو الهدف الذي تسعى الشركات اليه في تحقيقها صناعة المواد الغذائية في الجزائر[45].

تتميز الصناعة الغذائية الجزائرية بقطاعين رئيسيين:

- **قطاع الحبوب:** هي شركات عامة في قطاع الاغذية تنقسم الى قسمين الاول ، يهتم بانتاج العجائن و الكسكس و القسم الثاني يتكون من مؤسسات حرفية متخصصة في المنتجات الاساسية مثل الخبازين التقليديين .

[45] شيخي كمال مرجع سابق ص. 51

- **قطاع المياه والمشروبات:** هذا القطاع لايقل عن 700 مؤسسة و و حوالي 30 شركة فقط تعتبر مهمة و رائدة و تحوز على حصص كبيرة في السوق، تم جمع منتجي المياه و المشروبات معا في جمعية تسمى « APAB » 2015 و انشاوا مجموعة عنقودية للمشروبات « Cluster » .

شهدت القطاعات الأخرى تطورات ملحوظة:

- **قطاع الحليب و مشتقاته** : بالإضافة إلى الـ 15 مؤسسة التي يتألف منها مجمع جبلي العام ،تحديث مصانعها ، وهناك أكثر من 100 شركة خاصة من مختلف الأحجام ، والتي يشير إلى وجود شركات كبيرة وصغيرة. يمكن لمجموعات الصناعة تهيمن على الإنتاج ، مثل الزبادي أو الجبن ، من أجل توفيرها مستهلكوا منتجات الألبان الطازجة والمؤسسات بشكل متزايد تم إنشاؤها لإنتاج أنواع مختلفة من الزبادي والحليب المبستر والجبن.
- **الزيوت والدهون:** تتطلب هذه الصناعة استثمارات ضخمة و يسيطر عليها عدد قليل من المنتجين الكبار: سيفيتال ، صفية ، عافية الجزائر ، ولابيل من ناحية أخرى ، يتزايد إنتاج زيت الزيتون مع تعاون الصناعة مع العشرات من المنتجين. بعض هذه الزيوت عالية الجودة أثبتت نفسها في السوق الأوروبية.
- **الفاكهة والخضروات** : قسم ينمو بوتيرة سريعة. ولكن هناك أيضا المربى وعصيدة الفاكهة والسلطات. هذا النشاط بقوة تعتمد على الإنتاج والمعالجة الزراعية ، وهذا هو سبب الأغلبية مركزات المشروبات مستوردة. نمو القطاع وتحديثه ينتج عنه حاجة عالية للمعدات والآلات والمكونات المختلفة.

الجدول 8: شركات الأغذية الزراعية حسب النشاط

القطاعات الإنتاجية	المؤسسات
تقسيم الحبوب	المجمع العمومي ايرياد , سيم, متيجي, عمر بن عمر مولا , سوسيمي ,عمور, لابيل, شيخون ...
المشروبات والماء	كاستيل, فرويتال, حمود بوعلام, الرويبة ,فيتاجو ايفري, بيبسي ,نقاوس, توجا ...
الزيوت و المواد الدسمة	سفيتال, فرويتال, مؤسسة عمومية كوقرال, بلاط الماغ, ماتيغ ...
منتجات الألبان	المجمع العمومي جيبلي , صوما, مدانون, حوضنة, تريفل, تشين لي...
مصبات الفاكهة و خضروات	مصبرات بن عمر, مصبرات سيم, المركب الصناعي ازدهار...
تكرير السكر	سيفتال, كريستال, يونيو, مجمع برحال...

المصدر : شيخي كمال "التسويق الغذائي في الجزائر المفاهيم و التوجهات و بعض النصائح" , ص53.

2. المؤسسات العامة في صناعة الأغذية الزراعية :

- **الديوان الجزائري لمهن الحبوب (OAIC):** لديها حاليا وضع قانوني EPIC (مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري)هي منظمة مختصة في التوريد والتنظيم وتحديد الأسعار ، دعم الإنتاج. تستورد وتصدر الحبوب وقد تم توسيع نشاطها الى منتجات اخرى مثل الشوفان .
- **SN sempac:** هذا هو اختصار للجمعية الوطنية لمصانع السميد ، الدقيق والعجين والكسكس ، وهي مؤسسة عمومية جزائرية عامة سابقة تم إنشاؤها بعد ذلك تأميم القطاع عن استقلال الجزائر عام 1982. وتم تفكيكها لانشاء 5 شركات حبوب تسمى ERIAD للصناعات الغذائية للحبوب و مشتقاتها .
- **مجمع الحليب Group Giplait .spa** : هو واحد من اهم منتجي الحليب ومنتجات الألبان في الجزائر بطاقة انتاجية تزيد عن أربعة مليون لتر. بالإضافة إلى إنتاج وتسويق الحليب ومنتجات الألبان ، يهدف المجمع إلى تطوير إنتاج الحليب الوطني لأنه كذلك عضو في منظمة سوق الحليب الوطنية التي تضم أكثر من 4000 عضو. توظف المجموعة 16 شركة تابعة ، 15 منها متخصصة في إنتاج الحليب و منتجات الألبان ، ويتولى أحدهم إدارة المزارع التجريبية ، ومنها الهدف الرئيسي هو تربية الابقار الحلوبة.

3. الشركات الخاصة في صناعة الأغذية الزراعية :

- **سيفيتال:** هي شركة عائلية تأسست على تاريخ ومهنة و القيم التي أدت إلى نجاحها وشهرتها. كانت أول شركات القطاع الخاص في الجزائر للاستثمار في مختلف الصناعات ، وقد خطت خطوات مهمة تاريخيًا لتحقيق الحجم و السمعة الحالية. صناعة المواد الغذائية وتجارة التجزئة والإلكترونيات والأجهز المنزلية، الجراحة ، والأواني الزجاجية ، والإنشاءات الصناعية ، والسيارات ، والخدمات ، والوسائط ... مجمع سيفيتال تم بناؤه ، من خلال الاستثمارات ، على فكرة قوية بأن تصبح مجموعة اقتصادية. هو يمثلها 18000 موظف في ثلاث قارات[46].

تأسست سيفيتال في عام 1998 في إطار الصناعات الغذائية ، وشركة التوزيع تأسست Numedis في عام 2006. تضم المجموعة اليوم 26 موقعًا وتحقق معدل دوران مبيعاتها السنوية أكثر من 4 مليارات دولار.

- **مجموعة بن عمر:** بن عمر هي شركة للأغذية الزراعية شركة جزائرية متخصصة في انتاج المكرونة ، الكسكس. أسس في 1984 الشركة اليوم هي الشركة الجزائرية الرائدة في صناعة المكرونة والكسكس و السميد.
- **La belle :** شركة عائلة دحماني التجارية متخصصة في استيراد المواد الغذائية في أوائل التسعينيات ، قد بدات في صناعة المواد الغذائية في عام 1995 بعد أن أصبحت معروفة لعامة الناس من خلال العلامة التجارية مارجرين لا بيل. في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ، كان لدى La Belle العديد من

[46] شيخي.كمال مرجع سابق ص55

المصانع في اولاد موسى ومنها مطحنة دقيق ومصنع للسميد وكسكس وآخر للتحميص و انتاج القهوة، تم افتتاح مصنع السمن في دار البيضاء عام 2004. ENCG (المؤسسة الوطنية للمواد الدسمة) في عام 2005 .

❖ **نسبة العمالة في مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر :**

ان فكرة معالجة العمالة في فرع الصناعات الزراعية الغذائية ، ال تعني احصاءات تتعلق بالبطالة، وانما أخذ موضوع التشغيل من باب حجم العمالة من ناحية العدد ، وهيكلة العمالة من ناحية معدل التغطية أي نحاول تسليط الضوء على التركز العمالي حسب شعب النشاط من جهة، وعلى هيكلة تلك الشعب بالمقارنة مع بعضها في ذات الفرع، وهذا ما سوف نتناوله في المطالب التالية بالتركيز على أهم شعب النشاط لذات الفرع[47].

الاول : شعبة الحليب

لقد لاحظنا من خلال بحثنا في المؤسسات الناشطة في شعبة صناعات الحليب ومشتقاته في الجزائر، أن المؤسسات ذات الحجم العمالي الكبير هي الغالبة في ذات الشعبة

كما لاحظنا أن الحصة السوقية التي تحتلها المؤسسات الناشطة ليست راجعة لاستثماراتها الرأسمالية بقدر ما هي راجعة للكثافة العمالية ضعيفة التكاليف نسبيا، وأيضا بفضل انخفاض تكاليف الصيانة للعديد من الماكينات في المصانع، إذ ليس هناك من ضرورة لتكنولوجيات عالية المستوى في مجال صناعات الحليب ومشتقاته، وبالتالي فالصيانة تتم بأقل التكاليف محافظة على استمرارية الانتاج في أسوء الحالات .والجدول التالي يوضح توزيع العمالة حسب حجم المؤسسة :

الجدول رقم 9 : توزيع العمالة حسب حجم المؤسسات

حجم العمالة	نسبة المؤسسات
اقل من 50 عامل	31
من 50 الى 100 عامل	24
اكثر من 100 عامل	45

المصدر : رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية للطالب وليد صيفي (ثر السياسات الصناعية على حجم وهيكل العمالة في القطاع دراسة فرع الصناعات الزراعية الغذائية في الجـزائر) ص123.

[47] وليد صيفي ,2005 , رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية (ثر السياسات الصناعية على حجم وهيكل العمالة في القطاع دراسة فرع الصناعات الزراعية الغذائية في الجـزائر) ص 123.

الثاني : شعبة المشروبات

ان شعبة المشروبات في الجزائر تتميز هي الاخرى بنو ع معين من العمالة، وقد تم تصنيف المؤسسات هي الاخرى الى ثلاثة أصناف عمالية كما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم 10 : نسبة المؤسسات الناشطة في شعبة المشروبات حسب حجم العمالة.

حجم العمالة	نسبة المؤسسات حسب العمالة
المؤسسات اقل من 50 عامل	15
المؤسسات لاكثر من 100 عامل	21
المؤسسات بين 50 و 100 عامل	64

المصدر : رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية للطالب وليد صيفي (ثر السياسات الصناعية على حجم وهيكل العمالة في القطاع دراسة فرع الصناعات الزراعية الغذائية في الجـزائر) ص123.

الثالث : شعبة الحبوب

ان شعبة الحبوب في الجزائر، تتميز هي الاخرى بديمغرافيا مؤسساتية مختلفة عن سابقتها من الشعب المذكورة، كما أن حجم المؤسسات المنتشرة يعكس نوعا من التخصص وتقسيم العمل فيما بينها، و الاحصائيات التالية تبين ذلك :

الجدول رقم 11 : نسبة المؤسسات حسب حجم العمالة

حجم العمالة	نسبة المؤسسات حسب العمالة
المؤسسات اقل من 50 عامل	37
المؤسسات بين 50 و 100 عامل	46
المؤسسات اكثر من 100 عامل	17

المصدر : رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية للطالب وليد صيفي (ثر السياسات الصناعية على حجم وهيكل العمالة في القطاع دراسة فرع الصناعات الزراعية الغذائية في الجـزائر) ص123.

المبحث الثالث : تطورات مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر

ان المؤسسات هي في قلب الاقتصاد فهم من الاعمدة الاساسية للنسيج الانتاجي للبلد بحيث يساهمون في ثروته الوطنية و يجلبون فرص العمل و يعرف الديوان الوطني للاحصائيات المؤسسة بانها تلك التي تحقق ما لا يقل عن 25% من رقم الاعمالها في بيع المنتجات التي تنتجها بنفسها و هذا استنادا الى تسمية انشطة المنتجاتة

NPA و عرفت الصناعات الغذائية بانها صناعات استهلاكية و يشمل ذلك جميع المؤسسات التي تنتج المنتجات الزراعية الموجهة للاستهلاك .

المطلب الاول : تطور مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر :

1. تاريخ تطورات الصناعات الغذائية في الجزائر :

تتخذ الجزائر اصلاحات قتصادية عميقة لاول مرة في 1988-1989 بمبادرة من الاصلاحين في حكومة حمروش ثم بطريقة سريعة بين 1995 و 1998 في اطار تنفيذ برامج التكيف و اعدة الهيكلة (PAS) تحت رعاية صندوق النقد الدولي، و البنك الدولي و لاتمام الانتقال السياسي الى نظام متعدد الاحزاب و قد شهدة الشركات الجزائرية لصناعة الاغذية ، ازدهارا كبيرا في السبعينيات من القرن الماضي عن طرق برامج تطور خاصة من خلال انشاء اسطول من الشركات الوطنية للقطاعات الرئيسية[48] .

اما اليوم يعتبرون متجهين لاحياء القطاع الصناعي و توظيف اكثر من 156000 عامل اي 40% من السكان النشيطين الصناعيين الذين يعملون في اكثر من 47200 مؤسسة ، و يمثلون 50 الى55% من الناتج الاجمالي الصناعي و 40 الى 45% القيمة المضافة الصناعية، و تقوم المؤسسات حاليا بتعبئة المهارات ليس فقط لضمان الامن الغذائي، و لكن للسلامة الغذائية بالاضافة الى الاستثمارات المالية و نظرا للسياسات الحكومية يستقطب قطاع الصناعات الغذائية الجزائرية ، المزيد من المستثمرين الاجانب فالقطاع الذي يشهد توسعا كاملا ادى الى طلب قوي على الالات و المعدات و خطوط الانتاج و المدخلات و غيرها.

2.مميزات مؤسسات الصناعة الغذائية في الجزائر و تطورها :

تتميز مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر بنسبة كبيرة من المؤسسات الصغيرة ، بعضها من الحرفية اكثر من الصناعة .اغلب مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر تكون مؤسسات عائلية .هناك الكثير من المؤسسات الصغيرة

[48] شيخي.كمال مرجع سابق ص55

لا تتقن جيدا العمليات و الاجراءات , العبئة و التغليف , المعايير الدولية , و الاجراءات المصرفية و الضريبة , و لكن جميع جميع المؤسسات سواء كان كبيرة او متوسطة او صغيرة متوجهة نحو التطور و الحداثة .

- ولكي تتطور المؤسسات الناعات الغذائية في الجزائر يجب تطوير انتاجها من الموارد الاولية بكميات تتكيف مع احتياجات الصناعة ، و ايضا تحسين قدرتها التنافسية من خلال تجنب الصعوبات التقنية بتحديث الالات و المعدات و بالخصوص اصلاح الادارة العامة للشركة من خلال التدريب و التكوين وفقا للخبرات الاجنبية .
- و يجب تطوير صادراتها من خلال ترقية و تعزيز مؤسساتها في المعدات و التسيير و انشاء البنى التحتية و شبكات الامداد المخصصة للتصدير ، و تحسين بيئة المؤسسات الصغيرةو المتوسطة في مجال التمويل دون ان ننسى امتلاك البائعين لديها المهارات و الخبرة اللازمة للتسويق .
- تختلف مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر من حيث مصادر التمويل و الموردين و الموزعون و المستهلك النهائي و تقوم المؤسسات حاليا بتعبئة المهارات ليس فقط لضمان الامن الغذائي ، و لكن ايضا لسلامة الغذاء بالاضافة الى الاستثمارات المالية و ان الدوافع الحالية لتطوير مؤسسات الناعة الغذائية هي الابتكار ، الارتقاء ة اكتساب ادارة المعرفة و ادارة جودة وسلامة الغذاء و خسب السجلات و البيانات التي تم جمعها على مستوى قسم الاحصاء للمركز الوطني للسجل التجاري (CNRC) حيث عدد الشركات قد بلغ 47200 مؤسسة في الرابع الاولمن عام 2018 .66٪ من الشركات العاملة في صناعة الأغذية توظف أشخاصًا طبيعيين ، بينما توظف 44٪ أشخاص المعنويين.

وبحسب الارقام التي نشرتها وزارة الصناعة والمناجم ، يبلغ متوسط عدد العاملين في مؤسرات في صناعة المواد الغذائية حوالي 156000.

الجدول رقم 12: تطور مؤسسات صناعة الاغذية في الجزائر منذ 1988 الى 2018

العدد	1988	1998	2008	2018
مؤسسات الصناعة الغذائية	7618	17000	23000	47200
اليد العاملة	101926	110000	140000	156000
النسمة (الجزائر)	23000000	29100867	34080030	42500000

المصدر : شيخي كمال (التسويق و الاستهلاك الغذائي في الجزائر , المفاهيم و التوجهات و بعض النصائح) ص 50 سنة 2022

المطلب الثاني : تطور مجال خدمات المطاعم في الجزائر :

1. تطوير خدمات المطاعم الاكل السريع :

يوجد في الجزائر جزء كبير من الموسسات الصغيرة في قطاع الخدمات و الذي يساهم 36% من الناتج المحلي الاجمالي، بحيث يحتل الطعام بما في ذلك الوجبات السريعة المرتبة الثانية في الجزائر اي 18.8% في توزيع الوحدات الاقتصادية على القطاعات الرئيسية للانشطة ، ومن بين التوجهات الاستهلاكية في الغذاء في السنوات الاخيرة في البلدان النامية من بينها الجزائر ، تكون الخدمات الغذائية في تزايد بمعنى الاطعام خارج المنزل و يتضمن نوعين من الاغذية الاول يخص المطاعم التجارية ، و الثاني يخص المطاعم الجماعية و تقدم المطاعم التجارية اطباق سريعة لان هذا النوع من الوجبات مصممة لتوفير الوقت للزبائن و سعر الوجبات يكون منخفض مقارنة مع المطاعم التقليدية[49].

و يركز الاهتمام اليوم و بشكل خاص بالوجبات السريعة على المستوى الوطني و منه يعتبر نموذج غذائي يستجيب لندرة الوقت في بيئة اكثر فاكثر تنافسية و ذلك بسبب النمط المعيشي الحضري للمستهلكين الذين يتوجهون للعمل ، و حسب دراسة الافراد المستجوبين يوجد 60% منهم يقومون بالطبخ احيانا و 24% منهم و معضمهم نساء يقومون بالطبخ، كل يوم كما انه يمثل اعلى معدل من الاشخاص الذين يكرسون نصف ساعة يوميا للطهي بحيث يفضل الجزائريون عادة تناول الطعام في المنزل و اما الاطعام خارج المنزل يتعلق اساسا بوجبة منتصف النهار .

و في الجزائر يكتسب الطعام السريع مكانة كبيرة في يومية المستهلكين بحيث ان 57% من المستهلكين الجزائريين ، المستجوبين يذهبون الى مطاعم الوجبات السريعة يوميا رغم ان 74% من الشباب، الذين شملهم الاستطلاع يرغبون في وجود علامات تجارية دولية للوجبات السريعة في الاراضي الجزائرية ، و 34% متمسكين بالعادات و التقاليد اي يفضلون العلامات التجارية المحلية بحيث يوجد حولي 8000 مطعم تقليدي و 18000 مطعم للوجبات السريعة و 600 حانة في الجزائر في سنة 2012.

2. انواع الخدمات :

- **الخدمات القياسية :**

– الخدمة المعيارية : خدمة محدودة تلبي حاجة محددة لعدد كبير من الزبائن مثل office microfost

– خدمات شخصية : خدمة مبنية على الاحتياجات الخاصة للزبون مثل برنامج ادارة العلاقات من الوبائن .

[49] شيخي كمال مرجع سابق .ص 57-61

- **الخدمات الاساسية و المحيطة :**

– الخدمات الاساسية : من الوظائف الاولية للتاجر في بعض الحالات تقدم العديد من الخدمات الاساسية و من الضروري التميز في الخدمات الاساسية مثل الاقامة في فندق اما الثانوية مثل حمام السباحة .

– خدمات ملحقة : و منها الخدمات الاساسية التي تجعل من الممكن استخدام الخدمة الاساسية مثل بطاقة الائتمان لعمليات السحب الالي و هناك ايضا الخدمات التمييزية و هي تضيف قيمة اضافية الى الخدمات الاساسية لتميزة المؤسسة عن منافسيها .

- **الخدمات الحرة او خدمات التفاعل العالي :**

– خدمات حرة : يتعلق الامر بسعي التاجر لتقليل تكلفة انتاج الخدمات المقدمة للزبون مثل خدمات عبر الانترنيت التي تقدمها الشبكات المصرفية .

– خدمة التفاعل العالي : يقدم التاجر الخدمة للعميل وفقا لقنوات مختلفة و جها لوجه مثل الهاتف .

خاتمة الفصل

لقد صارت صناعة المواد الغذائية مكان مهم في الاقتصاد الجزائري وكذلك في الخارج. القطاع متنوع في مختلف قطاعات النشاط مثل : صناعة الزيوت والحبوب وصناعة الدهون و غيرها من الصناعات الغذائية فهي مندمجة بشكل ضعيف ، و مزال القطاع التغذية يعتمد بشكل كبير على واردات المنتجات الغذائية التي شكلت 75% الى 80% من إنتاجها مصنوعة من مواد أولية مستورد و ، لكن الصادرات منخفضة بسبب انخفاض إنتاجنا الذي لا يخلق ليست منتجات عالية الجودة و يرجع ذلك الى الاعتماد بشكل كبير على الاسترداد و بالتالي ضعف الكفاءة من المواد البشرية .

في الختام ، يلعب قطاع الأغذية الزراعية دورًا رئيسيًا في تحقيق اكبر تقدير ممكن للوصول الى مستوى توقعات المستهلكين و محاولة تلبية حاجياتهم قدر الامكان .

الفصل الثالث : دراسة تطبيقية حول تأثير الابتكارات التكنولوجية على عينة من مؤسسات الصناعة الغذائية في الجزائر الوسطى

المقدمة

بعد اعطاء نظرة عامة لبحثنا الان وقت التطرق الى نوعين من الدراسة اولا تدريب ميداني و هي عبارة عن تدريب في مؤسسة المطاحن العليا لدائرة قورصوا ولاية الجزائر العاصمة ، من خلال التدريب تعرفنا على الشركة و بدانا في العمل داخل مصنع المؤسسة و تعرفنا على مختلف التكنولوجيا المستخدمة من عملية استقبال القمح و تليها تنقيته من الشوائب الكبيرة و بعد ذلك بداة عملية تصفيته بتكنولوجيا حديثة خاصة بالتصفية من الشوائب الخفيفة و في نفس الوقت ضارة و بعد ذلك عملية الترطيب التي تقوم بحقن القمح بالماء و وصولا الى المرحلة الاخيرة و هي انتاج الفرينة و في المرحلة الثانية قمنا بالتوجه الى مخبر المؤسسة لمعرفة كيفية اختيار القمح و تحديد المعايير اللازمة و الكمياة المناسبة التي يحتاجها من الماء ، و في المرحلة ما قبل الاخيرة توجهنا الى الادارة لمعرفة هيكلها و عمل كل ادارة فيها و كيفية التنسيق فيما بينهم و في المرحلة الاخيرة توجهنا الى مركز تسويق المنتجات فيها و معرفات مختلف الاليات المناسبة لتسويق المنتج و ضمان تحقيق الربح و ثانيا و هي الدراسة الاهم مشروع التخرج و هي الدراسة الاستقصائية، وقسمت الى قسمين هما القسم الاول هو جمع نتائج العينات و تحليلها من خلاله قمنا بجمع كم هائل من نتائج هذه الدراسة من خلال توزيع اتبيان متكامل و مرتب يضم في محتواه كل الاقسام التي اثرت عليها الابتكارات التكنولوجية و هي قسم الانتاج و قسم تعاملات العمال و قسم التسويق و قسم الخدمات و القسم الثاني هو تحليل و تفسير فروض الدراسة من خلال فرض فرضية و التحقق من صحتها من خلال استخدام الانحدار اللوجيستي بمختلف عملياته و في الاخير قمنا ستخلاص كل مامررنا به في هذه الدراسات في شكل خاتمة للفصل .

المبحث الأول: التعريف بمؤسسة (AGRODIV) :

في هذا الفصل سنقدم لمحة عامة عن مؤسسة المطاحن العليا (AGRODIV) دائرة قروصوا و سنركز على العناصر التالية : تحديد هوية المؤسسة و هيكل و نشاط الشركة و ايضا منتجاتها المصنعة .

المطلب الاول : تحديد هوية المؤسسة و كل ما يشملها

1. مؤسسة المطاحن العليا(AGRODIV) :

هي شركة وطنية وظيفتها صناعة اجود انواع الدقيق الصلب (السميد) و الدقيق اللين (الفرينة) و بأرخص الاسعار، لتدعيم المواطن البسيط ولكن تم ايقاف صناعة السميد بسبب ظروف خاصة بالمؤسسة و تقع هذه المؤسسة تحديدا في دائرة قورصو ولاية الجزائر العاصمة .

2. هيكل المؤسسة :

تتمثل في :

3. الادارة العامة (مكتب المدير، مكتب الموارد البشرية ، مكتب الاستقبال ، العلاقات العامة)
4. ادارة الانتاج (استقبال القمح ، تنقيته ، طحنه، تحليله ، استخراج المنتوج النهائي منه)
5. قسم المحاسبة
6. قسم المالية
7. القسم التجاري (فواتير ، مبيعات، نقد)

3. إدارة الموارد البشرية (HRD) :

- إدارة تنمية الموارد البشرية.
- قسم التنظيم.
- قسم المكافآت.
- قسم التدريب.

4. منهجية او طريقة تقديم سلعة :

تنقسم هذه العملية الى مرحلتين :

المرحلة الاولى و هي تقديم طلب للمؤسسة بشراء السلعة (الفرينة) و من اهم شروط الطلب يجب ان يكون خبازا في شركة و طنية مخصصة لبيع الفرينة الى الخبازين بأقل سعر ، ممكن مع جودة جيدة و تقيم الوثائق المطلوبة يتم تحديد الكمية المطلوبة وفق معاير محددة من طرف الدولة .

المرحلة الثانية وهي بعد التأكد من الوثائق يتم الاتصال بالزبائن و اعلامهم بموعد الاستلام اما عن طريق شاحنات المؤسسة و لكن بمبلغ اضافي و اما بواسطة شاحنات نقل الزبائن .

5. مخطط انتاج الفرينة :

استقبال القمح و ارسالي الى غرف خاصة ليرتاح

⬇

مراقبة جودة القمح

⬇

تنقية القمح من كل الشوائب

⬇

حقن القمح بالماء بكميات مدروسة و محددة

⬇

الطحن وتحويله الى فرينة

⬇

توجيه المنتج النهائي الى التخزين

المطلب الثاني : تاثير الابتكارات التكنولوجية على مؤسسة المطاحن العليا(AGRODIV)

1.عملية الانتاج :

يمر القمح من عدة مراحل حتى نصل الى مرحة الطحن و انتاج المنتج النهائي و هي الفرينة و نذكر المراحل كالتالي :

العملية 1: استقبال القمح اللين عن طريق الناقل و اخذ عينات الى المخبر لمعرفة نوع القمح و كيف يمكن التعامل مع في العمليات القادمة ووضعه في غرف القمح الغير النظيف ، ليرتاح وهي عبارة عن ثلاث غرف يسمونها (13.12.11) .

العملية 2 : مرحلة تنظيف القمح المعبا في الاكياس وهي بعد ان يرتاح القمح اللين اخراجه من الغرف بعثه الى الميزان ليتم تحديد الوزن المستخدم في العملية و هو 50kg في 24 ثانية وبعد ذلك نبعثه الى الفاصل وهو المسؤول عن تنقية القمح من الشوائب الصلبة ، اثنين و الغربال (1 غربال علوي ينزع الشوائب الكبيرة و الصلبة و

اما 2 الغربال السفلي ينزع الشوائب الصغيرة جدا) و بعد ذلك بعثه في انابيب خاصة الى نازع الحصى ، هو المسؤول عن نزع الحبة السوداء وبعثه الى الفارز و هو المسؤول عن نزع الغبار من القمح وبعد ذلك يتم بعثه الى الميزان ليتم تحديد الوزن المطلوب في العملية بدون شوائب و و تنتهي العملية الثانية ببعثه الى الغرف (24.23.22.21) ليرتاح من 18 الى 36 ساعة .

العملية 3 : : الترطيب : و بعد ان يرتاح القمح يتم حقنه بالماء بكميات محددة كم طرف المخبر و بعد ذلك يتم بعثه الى غرف خاصة (32.31) لدرجة برودة محددة ليرتاح القمح ويمتص الماء جيدا .

العملية 4 : : الطحن : و بعد ان امتص القمح الماء صار مهيئا للطحن فيبعث الى الميزان لوزنه وبعد ذلك يبعث الى آلات الطحن ولكن يكون هناك اختلاف في الجودة بين الفرينة المنتجة من نوات حبة القمح و الفرينة المنتجة من القشور، و بالتالي يتم موازنة الالات لإخراج فرينة ذات جودة واحدة وهناك نوعين من الفرينة و هما

فرينة الحلوى و فرينة الخبز و في نهاية العملية يتم بعثها الى المخزن و ملئها في اكياس و تتجه للتخزين المؤقت .

2.تسويق وتوزيع السلعة :

من ناحية التسويق في مؤسسة المطاحن العليا (AGRODIV) فكما ذكرت في السابق هي مؤسسة وطنية و الدولة هي الملزمة بالتعريف بالمؤسسة و بنشاطاتها و بمصداقيتها ، فهي مؤسسة لها فروع عديد في الولايات الوسطى الرئيسية و اساس انتاجها هو لدعم المواطن و بيع السلع بأقل الاسعار و ذلك لمحاولة التقليل من نشاط المؤسسات ذات الملكية الخاصة من ناحية الاسعار الغالية .

اما من ناحية التوزيع فهي تقوم بتوفير السلع لكل الولايات مع توفر الوثائق المطلوبة و ايضا المعايير المناسبة للمؤسسة في الزبائن كم تقوم ببيع و توزيع سلعها الى الزبون مباشرتا و لكن بكميات قليلة .

الهدف من الدراسة :

من خلال تربص ميداني في شركة الهضاب العليا لولاية الجزائر الوسطى تمكنا من التعرف بالشركة و ايداراتها المختلفة و اهم شيء و هو عنوان دراستنا معرفة كيفية تاثير الابتكارات التكنولوجية في مختلف مجالاتها من ناحية الانتاج الذي يمر باربعة عمليات حتى يصبح منتوج نهائي بفضل مختلف الابتكارات المتدخلة في العمليات و من ناحية اليات التوزيع و طرق التعامل مع الزبائن من خلال التسويق المتميز و باحدث التكنولوجية .

المبحث الثاني : منهجية الدراسة

الهدف الاساسي من الدراسة الاستقصائية هو مناقشة و تفسير المعلومات التي تم جمعها لتقديم إجابات مناسبة على الأسئلة المطروحة في هذه الدراسة و ايضا و بشكل خاص تبرير الإجراءات المختارة للتحصيل ، تفسير وتحليل البيانات.

و بما في ذلك تصبح المناقشة في هذا الفصل تستند إلى العناصر التالية: أهداف وغايات الدراسة، وتصميم الدراسة، ونهج الدراسة، ومصادر جمع البيانات، وكذلك تحليل عينة السكان، والحصول على البيانات، والتي تصف الهيكل و إدارة الاستبيانات وطريقة تحليل البيانات.

المطلب الاول :تحديد عينات الدراسة

1. الهدف من هذا التحقيق :

الهدف الاساسي من هذه الدراسة معرفة مدى تأثير الابتكارات التكنولوجيةِ على مؤسسات الأغذية الزراعية من كل الركائز الاساسية التي تضمن استقرار المؤسسات و تطورها .

و يكون الغرض من منها ايجاد الاجابات لكل الاسئلة التي طرحة اذا هل كان تأثير الابتكارات التكنولوجي ة قطاع صناعة الاغذية، بشكل ايجابي او سلبي ؟ و هل التطور التكنولوج ي ادى الى نجاح مؤسسات الاغذية الى تأكيد مصداقيتها من ناحية الامان و الجودة في الجزائر ؟

2. تصميم الدراسة :

تم استخدم أسلوب تصميم البحث الكمي. قدمت الدراسة إجابات بناء على العينة باستخدام طريقة البحث الكمي وذلك بهدف الحصول على اجابات عدد كبير من المؤسسات في حالتنا هذه ، الدراسة لديها استخدم منهجًا وصفيًا وتحليليًا. واعتمدنا جمع البيانات في هذا البحث على مديري مؤسسات الأغذية الزراعية او مديري الموارد البشرية لتحسين جمع وتحليل البيانات من خلال نهج تفسيري لفهم تأثير التكنولوجيِ على المؤسسات.

3. الاعضاء المستهدفون من الدراسة:

يشمل السكان المستهدفون في دراستنا جميع المديرين لمؤسسات الأغذية الزراعية. لقد أجرينا هذه المجموعة على مستوى 25 مؤسسة للأغذية الزراعية من بين الشركات التي تستخدم استبيانًا خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2022/2021.

المطلب الثاني : ادوات الدراسة

1.تقنية أخذ العينات والحجم:

تم استخدامه لجمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة ، طريقة أخذ العينات تسمح بمعالجة متعمقة للردود. حجم ستشمل العينة 25 مؤسسة ، وقد تم اختيار اسلوب أخذ العينات هذا كوسيلة لاختيار حجم العينة المناسب لتمثيل العدد الكبير من المساحة أخذ العينات.

2.اسلوب جمع البيانات :

تم استخدام إحدى الطرق الأكثر شيوعًا لجمع البيانات هي ادات مبنية على استبيان و لقد وجدناها مناسبة جدا لحالة بحثينا مع عينة مشتتة ، هي أبسط بكثير من حيث جمع البيانات ويوفر الوقت مع انها من ناحية اخرى تفتقر للعمق قي توفير البيانات ولكن لديها اهمية كبيرة من ناحية الاطار النظري وصلاحيتها وموثوقيتها و تستحق القدرة على اختبار الفرضيات .

3.طرق تحليل البيانات:

بعد جمع البيانات وتنفيذ الضوابط المعقولة، تم إدخال البيانات في النظام وإخضاعها للتحليل قدم استنتاجات محددة. تم معالجة البيانات وتحليلها باستخدام Excel يتم عرض النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) و لتسريع العملية في أي حال. استخدمنا التحليل الوصفي لتلخيص المعلومات، هذه الاستراتيجيات سيتم

استخدامها في شكل رقمي أو بياني. طرق الرسوم البيانية معروفة جيدًا لتحديد الأنماط في البيانات ، في حين أن طرق التحليل العددي معروفة جيدًا توفير قياسات دقيقة.

سيتضمن التحليل الرسوم البيانية والجداول والرسوم التخطيطية لتقديم ملف تم استلام الردود ، والتي ستتم مراجعتها ومناقشتها ذلك بهدف تسهيل المقارنة وفهم النتائج من قبل القارئ.

و للتحقق من صحة الفرضيات استخدمنا :

- اختبار كرونباخ
- الترددات و النسب المئوية
- الانحدار اللوجستي .

من اجل معرفة من مدى ثبات الاستبيان و التحقق من صحة الفرضيات ,

المبحث الثالث : تحليل و تفسير النتائج

هذا الفصل يقدم البيانات التي تم الحصول عليها من الاستبيان الموزع على مؤسسات تصنيع الاغذية ثم يناقش نتائج البحث لتسهيل تحليل النتائج بواسطة القارئ و ذلك من خلال استخدام الجداول والرسوم البيانية

المطلب الاول : عرض الجداول و الرسوم البيانية و النتائج الاحصائية

1. اختبار كرونباخ :

الجدول رقم 13 : لقياس مدى ثبات الاستبيان

Intitulé	Alpha CRONBACH	Racine carré de alpha CRONBACH
Tous les items	0.953	0.976

المصدر : من اعداد الطالب 2022

نلاحظ انا اختبار الفا كرونباخ لموثوقية الاستبيان و ثباته بقيمة 0.976 و 0.953 صحيح و مقبول لتحليل النتائج.

2. تعريف المؤسسة :

الجدول رقم 14 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن بداية عمل المؤسسة

Pourcentage	Fréquence	
0	0	سنوات 3-
3.7%	1	من 3 الى 5 سنوات
14.8%	4	من 5 الى 10 سنوات
81.5%	20	سنوات 10+
100%	25	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب 2022

وفقا للنتائج التي تم الحصول عليها و من العينات المدروسة نجد انه من 25مؤسسة من مؤسسات مجال تصنيع الاغذية ، التي شملها الاستطلاع هناك 20 مؤسسة مدة نشاطها اكثر من 10 سنوات اي بنسبة 81.5% من الاجمالي و 4 مؤسسات تتراوح مدة نشاطها من 5 الى 10 سنوات اي نسبة 14.8% من الاجمالي العينة و اخيرا هناك مؤسسة واحدة من 3 الى 5 سنوات من مدة النشاط اي بنسبة 3.7% .

الجدول رقم 15 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن الشكل القانوني للمؤسسة

Pourcentage	Fréquence	
48.1%	13	SARL
11.1%	3	SNC
11.1%	3	EURL
29.6%	6	SPA
100%	25	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب 2022

اظهرة المؤسسات التي شملها الاستطلاع ان نسبة 48.1% من المؤسسات لديها الشكل القانوني SARL تليها مؤسسات لديها الشكل قانوني SPA بنسبة 29.6% و نسبة 11.1% لكل من الاشكال القانونية EPE و EURL .

الجدول رقم 16 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن طبيعة المؤسسة

Pourcentage	Fréquence	
83.6%	21	خاصة
16.4%	4	عامة
100%	25	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب 2022

نلاحظ من خلال النتائج المعروضة ان غالبية المؤسسات التي شملها الاستطلاع هي خاصة بنسبة 83.6% اما المؤسسات الباقية من مجموع المؤسسات المعروضة فهي عامة بنسبة 16.4% .

الجدول رقم 17 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن حجم المؤسسة

Pourcentage	Fréquence	
14.8%	3	شركة كبيرة (+ 250 موظفًا)
44.4%	12	شركة متوسطة (من 50 إلى 249 موظفًا)
29.6%	8	الأعمال الصغيرة (من 10 إلى 49 موظفًا)

شركة متناهية الصغر (من 1 إلى 9 موظفين)	2	11.1%
المجموع	25	100%

المصدر : من اعداد الطالب 2022

نلاحظ حسب النتائج المعروضة و من عينات الدراسة و التي تمثل حجم الموظفين في المؤسسة بحيث يوجد 12 مؤسسة متوسطة الحجم بنسبة 44.4% من اصل 25 مؤسسة ، وتليها 8 مؤسسات صغيرة بنسبة 29.6% و بعدها 3 مؤسسات كبيرة بنسبة 14.8%و اخيرا مؤسساتين متناهية الصغر بنسبة 11.1% .

الجدول رقم 18 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن تخصص المؤسسة

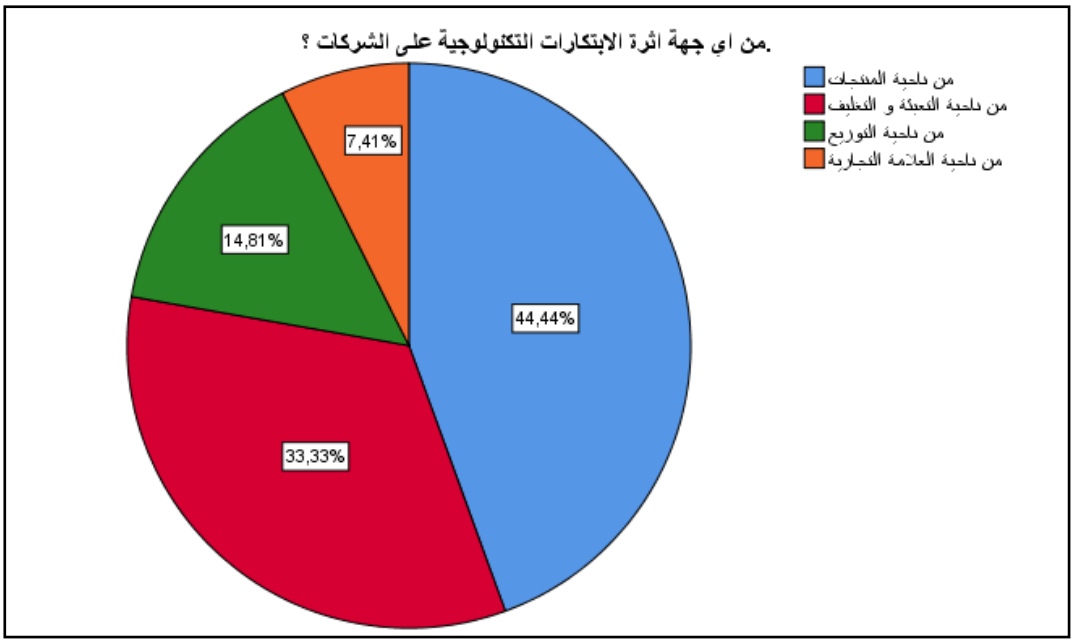
	Fréquence	Pourcentage
المياه و مشروبات الفواكه	3	11.1%
القهوة و الكاكاو	3	11.1%
الحبوب	2	7.4%
منتجات الالبان	2	7.4%
شوكولاتة	4	14.8%
زيوت و دهون	2	7.4%
مشروبات غازية	5	25.7%
معجنات	4	14.8%
المجموع	25	100%

المصدر : من اعداد الطالب 2022

نلاحظ كما هو موضح من نتائج عينات الدراسة حيث تمثل مؤسسة المشروبات الغازية اعلى نسبة وهي 25.7% و تليها مؤسسات الشوكولاتة مع المعجنات بنسبة 14.8% ، بعدها مؤسسات المياه و مشروبات الفواكه و معها القهوة و الكاكاو متمثلون بنسبة 11.1% وفي الاخير مؤسسات الحبوب و مؤسسات منتجات الالبان و ايضا مؤسسات الزيوت و الدهون متمثلون في بنسبة 7.4%

2.2 تقييم مدى تأثير الابتكارات التكنولوجية على الشركات :

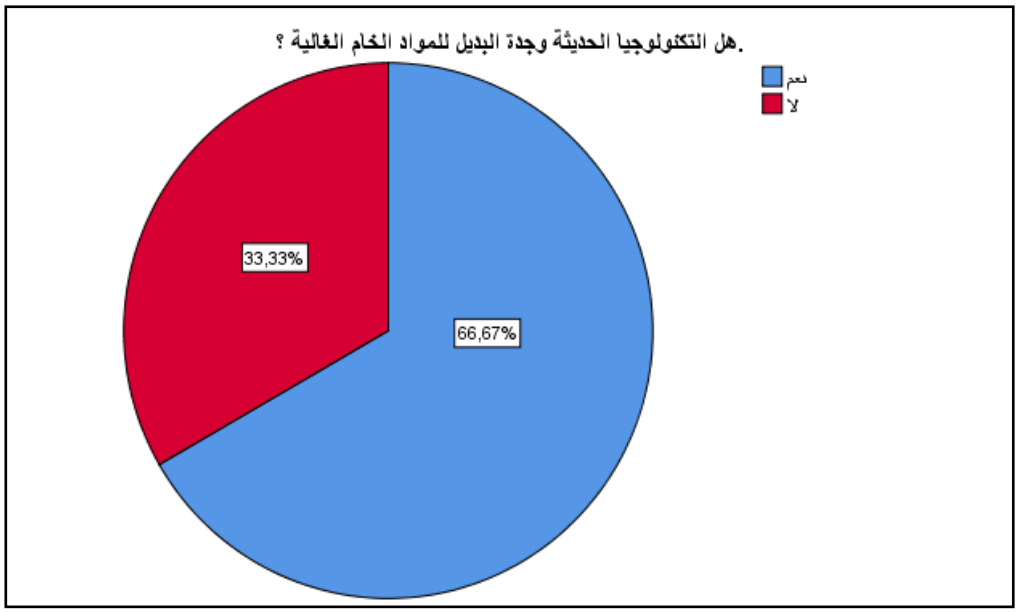
الشكل رقم 5 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن جهة تاثر المؤسسة بالابتكارات التكنولوجية



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من خلال النتائج المحصل عليها من من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية فان الابتكارات التكنولوجية قد اثرة في تطور المنتجات بنسبة 44.44% و ذلك من ناحية الذوق و الجودة ، مما شكل فرق كبير في زيادة نسبة المبيعات و اكتساب زبائن جدد من ناحية الذوق و اما من ناحية التغليف فقد اثرة بنسبة 33.33% مما اثر في الصورة الخارجية للمنتج و صارت اكثر جاذبية للزبائن ، ذلك من ناحية تغيير الوان التغليف و نوع المادة المصنعة منه و اثرت بنسبة 14.81% في التوزيع و ذلك من خلال فتح قنوات جديدة و متنوعة لظمان وصول المنتجات المستهلك و اثبات مصداقية المؤسسة و اخيرا اثرة بنسبة 7.41% في العلامة التجارية و التي هي صورة المؤسسة و التي من خلالها يتم التعريف بالمؤسسة و بفضل الابتكارات تم تغيير في شكلها و الوانها و جعلها اكثر استهدافا .

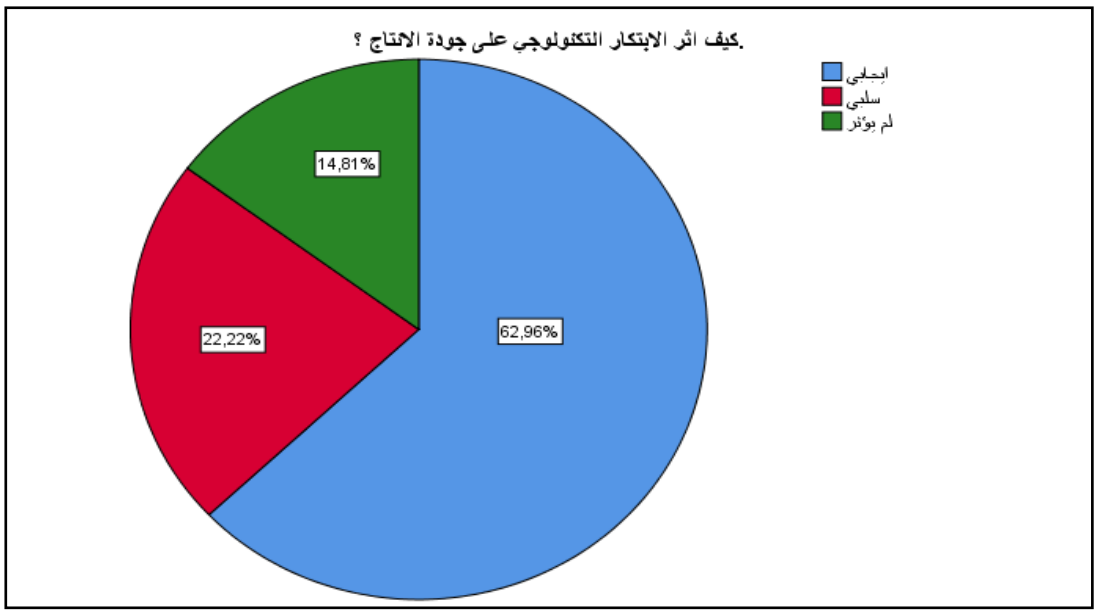
الشكل رقم6 : نتائج استبيان العينات المدروسة ايجاد البديل للمواد الخام الغالية



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من خلال النتائج المحصل عليها من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية و قد سالناهم هل التكنولوجيا الحديثة و جدة البديل للمواد الخالم الغالية و قد اجابت المؤسسات بنسبة 66.67% بنعم و ذلك من خلال خلق مواد بديلة رخيسة و بنفس الذوق او بذزق جديد ، نسبة 33.33% اجابوا بلا و هي مؤسسات قديمة في السوق و لديها نوع خاص من الزبائن الذين اعتادوا على نفس الذوق و بالتالي اذا غيرة المؤسسة في الذوق قد تخسر عديد كبير منهم

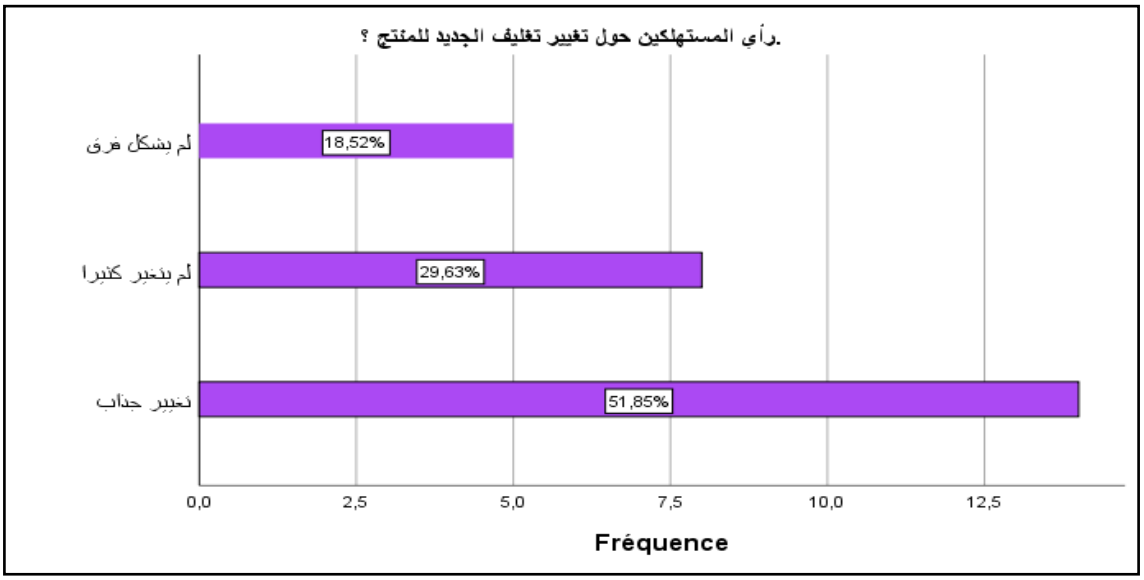
الشكل رقم7 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن كيفية اثر الابتكار التكنولوجي على جودة الانتاج



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من خلال النتائج المحصلة من درسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية اجابت قد بنسبة 62.96% اثرت الابتكارات التكنولوجية على جودة الانتاج بشكل ايجابي و ذلك من خلال تلبية رغبات الزبائن في تنوع الاذواق ، اختلافها مع تطوير و زيادة جودة المنتج و نسبة 22.22% قد اجابوا كان التاثير بشكل سلبي و ذلك بسبب التغير الكامل لنوعية المنتج المعترف به ، اي منتج غير مفهوم من ناحية الذوق و بالتالي تناقصت نسبة الجودته كثيرا مما اثر على نسبة المبيعات و اخيرا يوجد بنسبة 14.81% اجابوا بعدم تاثير الابتكارات على جودة المنتج لان الزبائن لم يتفاعلوا مع المنتج و لم تزيد نسبة المبيعات .

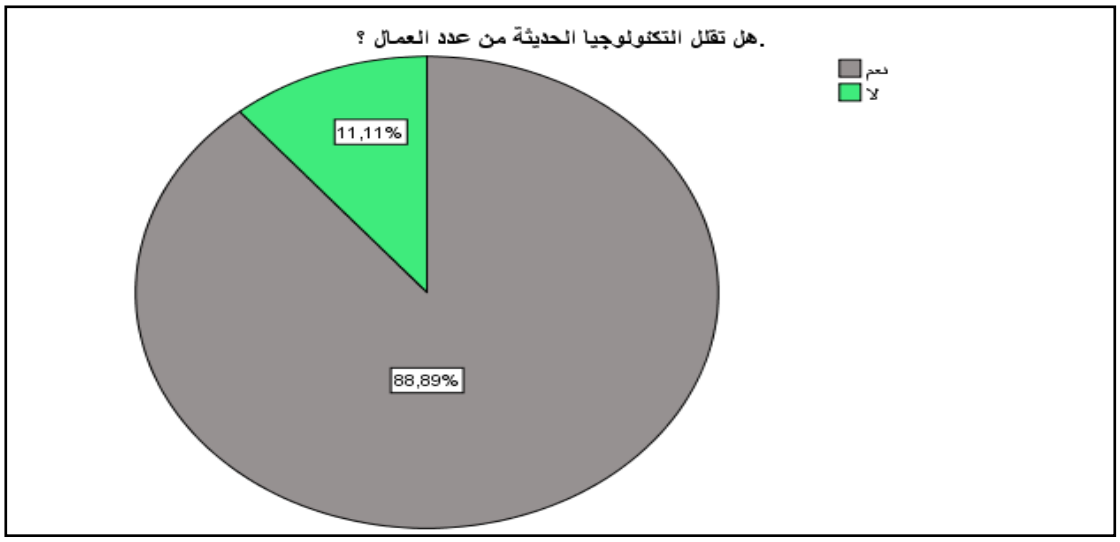
الشكل رقم8 : نتائج استبيان العينات المدروسة راي المستهلكين التغيير الجديد في التغليف



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من النتائج المحصل عليها من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية اجاب بنسبة 51.85% من المؤسسات تغيير جذاب ان التغير الجديد للتغليف بفضل الابتكارات التكنولوجية جذاب ، و ذلك لمواكبة تغيره لعصرنا الحالي من ناحية الالوان الملفتة لفضول الزبائن و بالتالي تجذبهم لاستكشافها و من ناحية متانة و جودة المادة المصنوعة منها و عدد من المؤسسات بنسبة 29.63% اجابوا لم يتغير كثيرا لان هذا النوع من المؤسسات هدفهم الاساسي هو تحسين جودة المنتج ، بالتالي لم يهتم كثيرا لتغيير التغليف و اخيرا نسبة 18.52% من المؤسسات اجابوا لم يشكل فرق لانهامؤسسات لا تحقق ربح كبير و هي غير معروفة بالقدر الكافي و بالتالي تغيير التغلييف لن يشكل فرق .

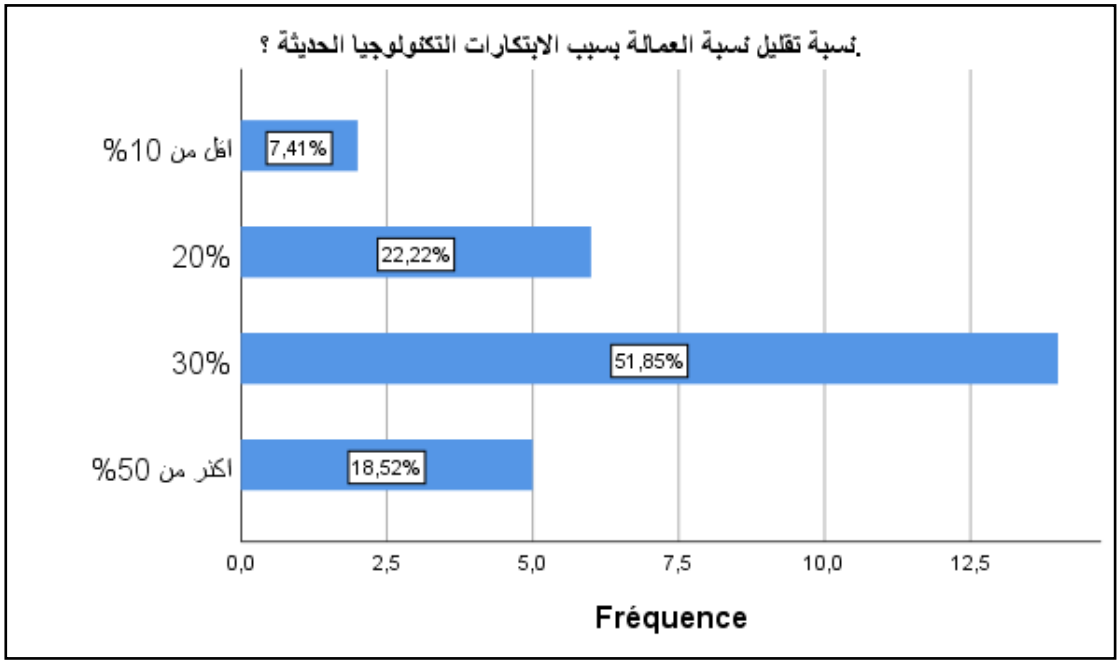
الشكل رقم9 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن اذا قللت التكنولوجيا الحديثة من عدد العمال



المصدر : من اعداد الطالب 2022

نلاحظ من نتائج دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية عدد منها بنسبة 88.89% اجابوا ان التكنولوجيا الحديثة ادة الى تقليل العمال و ذلك بتعويضها بالالات ، و بالتالي تقليل التكاليف على المؤسسات و تقليل نسبة تعرضها للخسارة و نسبة 11.11% اجابوا بلا و هي مؤسسات تابعة للدولة و بالتالي لن تقوم الدولة بزيادة نسبة البطالة و بالتالي لا تقلل عدد العمال.

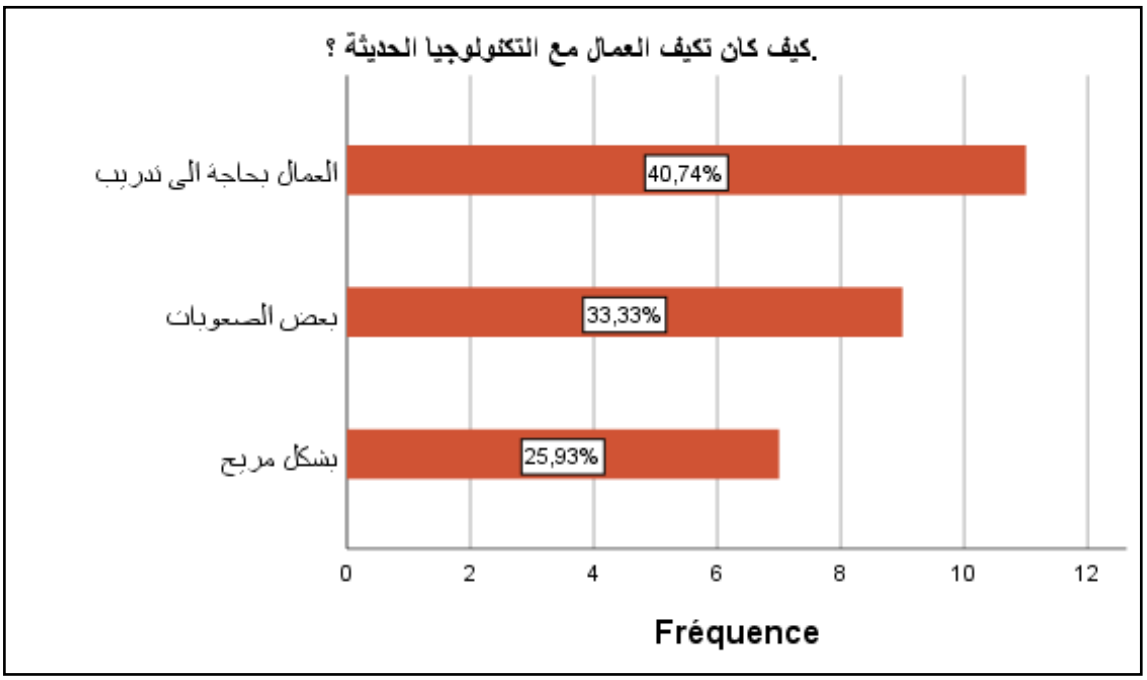
الشكل رقم10 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن نسبة تقليل العمالة بسبب الاتكارات التكنولوجية



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من خلال النتائج المحصل عليها من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 51.85% من المؤسسات اجابوا بتقليل العمالة بنسبة 30% ونسبة 22.22% من المؤسسات اجابوا بتقليل العمالة بنسبة 20% ، و نسبة 18.52% من المؤسسات اجابوا بتقليل العمالة بنسبة اكثر 50% و اخيرا نسبة 7.41% من المؤسسات اجابوا بتقليل العمالة بنسبة اقل من 10% .

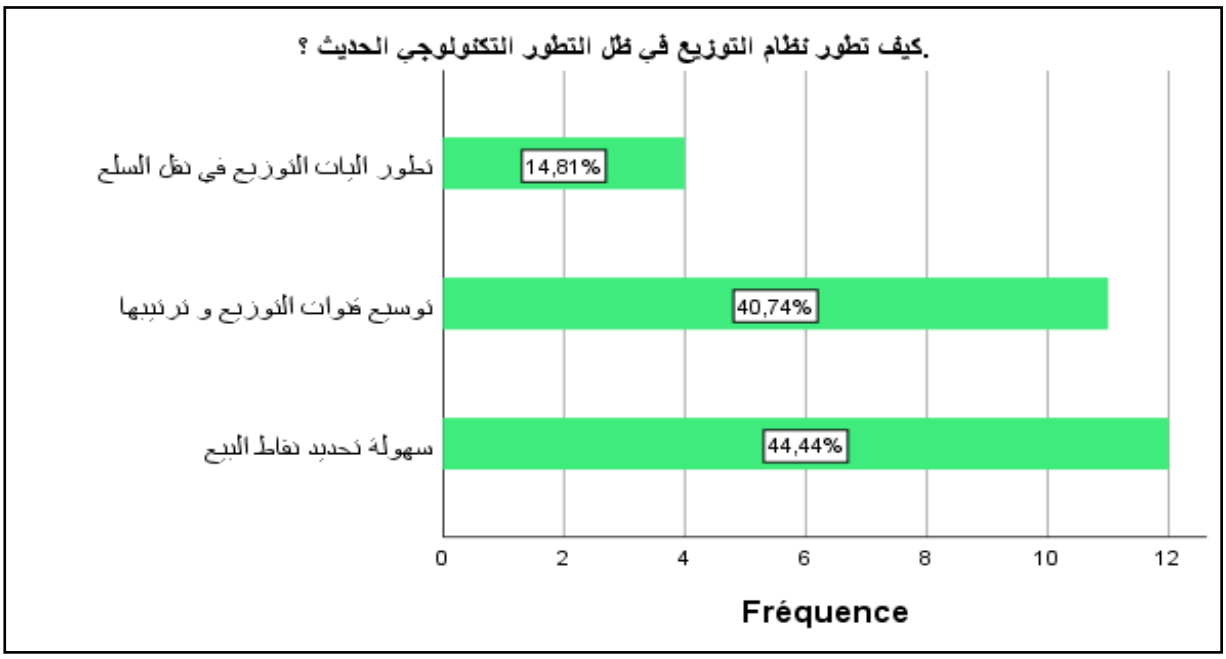
الشكل رقم11 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن تكيف العمال مع التكنولوجيا الحديثة



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من نتائج الدراسة على 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 40.74% من المؤسسات اجابوا ان التكنولوجيا الحديثة كانت غير مفهومة نوعاما عند العمال لذلك فهم بحاجة الى تدريب ، و نسبة 33.33% من المؤسسات و جد عمالهم بعض الصعوبات في التاقلم مع العمال و ذلك لاكتسابهم خبرة لعملهم السابق في مؤسسات متطورة و نسبة 25.93% من المؤسسات اجابوا ان عمالهم كان تعاملهم مع التكنولوجيا الحديثة بشكل مريح لان فئة منهم كانوا يعملون في الدول الاجنبية .

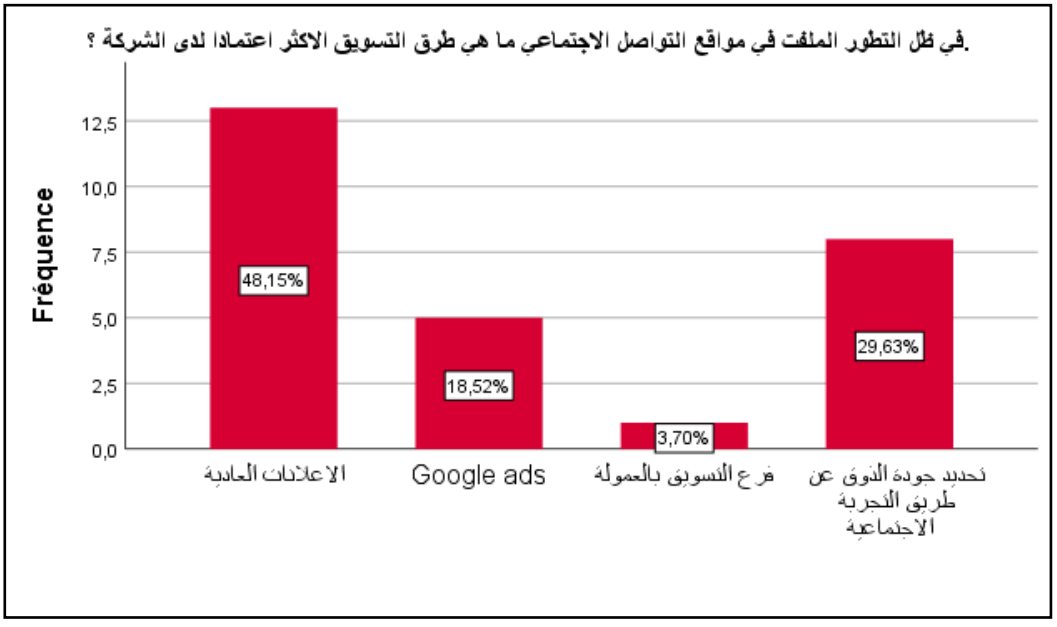
الشكل رقم12 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن تطور نظام التوزيع في ظل التكنولوجيا الحديثة



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من النتائج المحصل عليها من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 44.44% اجابوا ان نظام التوزيع تطور في ظل التطور التكنولوجي الحديث من ناحية سهولة تحديد نقاط البيع لاستهداف زبائن جدد لزيادة نسبة المبيعات من المنتجات، و نسبة 40.74% اجابوا التطور كان في توسيع قنوات التوزيع و ترتيبها لسهولة ايصال المنتجات الى الزبائن و اخيرا نسبة 14.81% من المؤسسات اجابوا كان من ناحية تطور اليات التوزيع في نقل السلع .

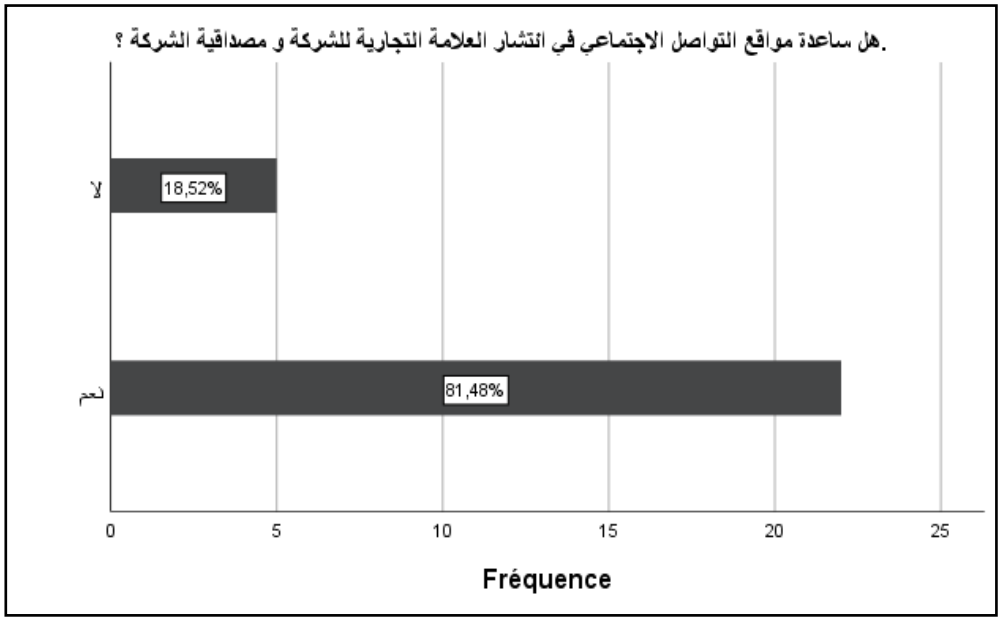
الشكل رقم13 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن طرق التسويق الاكثر اعتمادا من طرف الشركة



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من النتائج المتحصل عليها من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 48.15% من المؤسسات اجابوا انهم يعتمدون في تسويق منتجاتهم على الاعلانات العادية لظمان و صول الاعلانات لكل الناس المهتمة بسوشل ميديا او لا، و يوجد 29.63% من المؤسسات اجابوا باعتمادهم على التجربة الاجتماعية في تحديد الذوق لتسويق منتجاتهم و يوجد 18.52% اجابوا باعتمادهم على Google Ade في تسويق منتجاتها ، و اخيرا نسبة 3.70% اجابوا باعتمادهم على التسويق بالعمولة لتسويق المنتجات و تحقيق نسبة كبيرة من المبيعات .

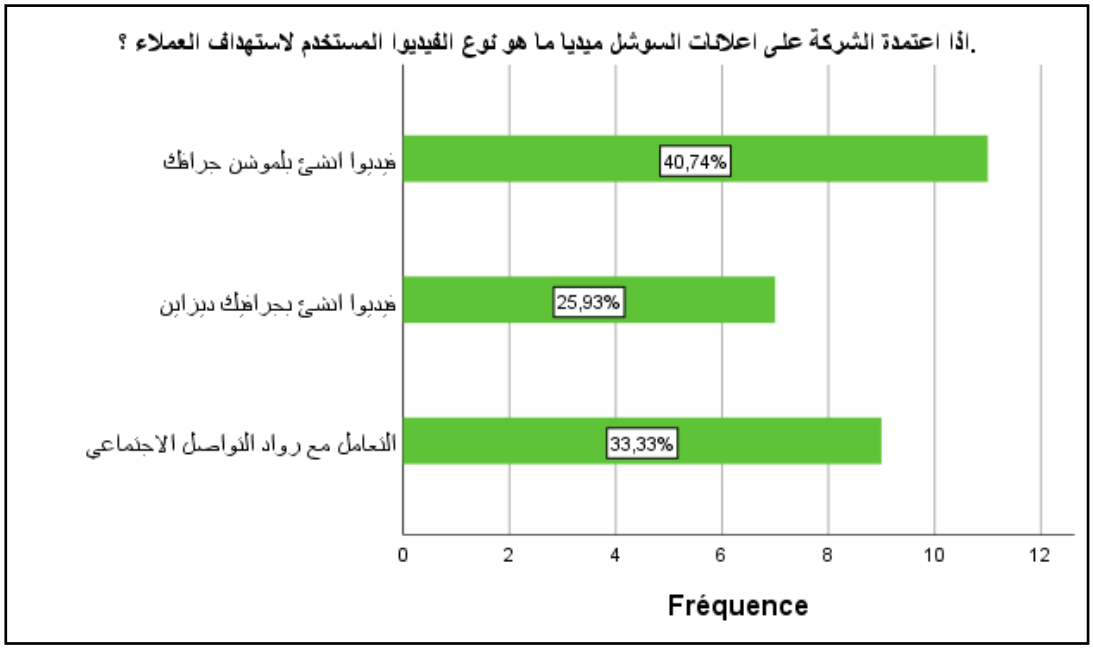
الشكل رقم14 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن اذا ما ساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار العلامة التجارية للمؤسسة



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من نتائج الدراسة على 25 عينة من مؤسسات الاغذية نسبة 81.48% من هم اجابوا بنعم لقد ساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار العلامة التجارية للمؤسسة و مصداقيتها ، و يوجد 18.52% اجابوا بلا و هي مؤسسات قديمة تعتمد صمعتها و مصداقيتها في التعامل مع زبائنها و خاصتا المؤسسات الوطنية فهي مؤسسات اعتاد المجتمع الجزائري على منتجاتها و اذواقها المعتادة و من خلال ذلك لم تبدل هذه المؤسسات اي شيء في منتجاتها من ناحية الذوق و الجودة و حتى الرائحة و اللون .

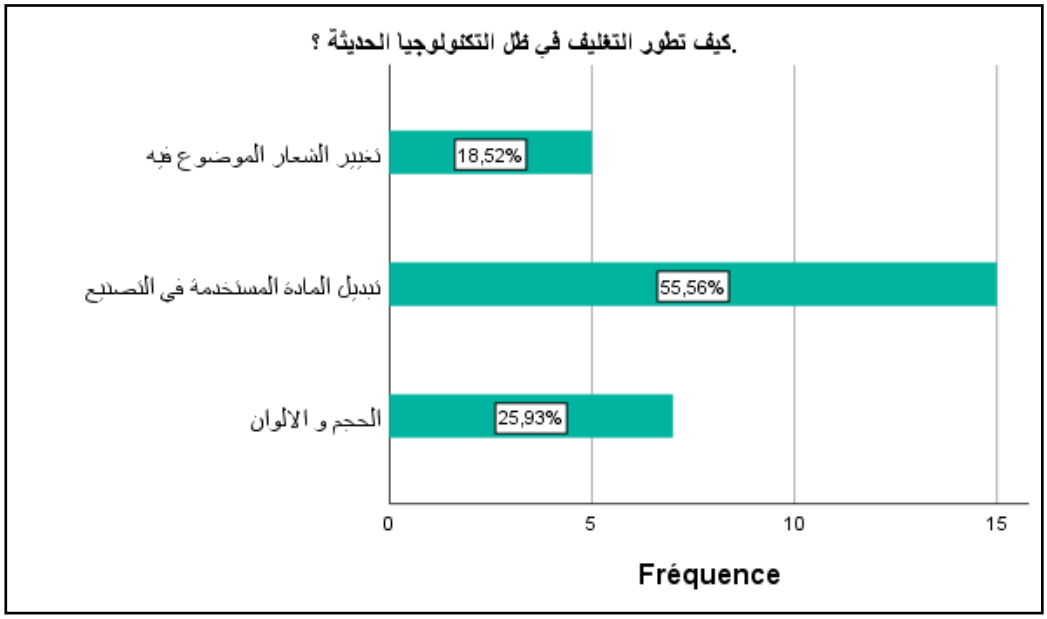
الشكل رقم15 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن نوع الفيديوا المستخدم لاستهداف العملاء



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من خلال نتائج الدراسة على 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 40.74% اجابوا ان نوع الفيديوا المستخدم لاستهداف العملاء هو فيدوا الموشن جرافيك وهو فيديو يوضح عمل الشركة و منتجاتها بالاعتماح على رسوم تشبه الى حد ما الرسوم المتحركة ، و لكن اقل جودة منها و يوجد 25.93% من المؤسسات اجابوا باعتمادهم على الجرافيك ديزاين في صناعة الفيديو و هي مثل الموشن جرافيك تقريبا و لكنها اقل جودة و اقل تكلفة ، و اخيرا يوجد 33.33% من المؤسسات اجابوا باعتمادهم على رواد التواصل الاجتماعي في للاعلان عن الشركة و التعريف عن منتجاتها.

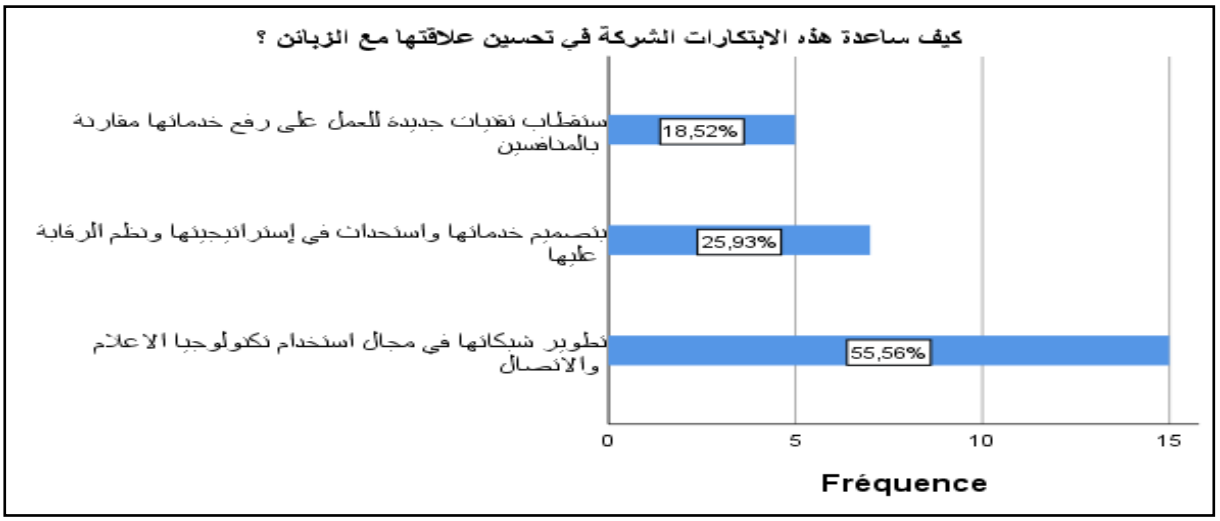
الشكل رقم16 : نتائج استبيان العينات المدروسة من اي جهة تطور التغليف في ظل التكنولوجيا الحديثة



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من خلال نتائج الدراسة على 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 55.56% من المؤسسات اجابوا ان التطور الجديد للتغليف في ظل التكنولوجيا كان في تبديل المادة المستخدمة في التصنيع و ذلك لجعلها اكثر متانة لبقاء المنتجات امنة ، و يوجد 25.93% من المؤسسات اجابوا التطور في الحجم و الالوان و ذلك بستخدام تقنيات تكنولوجية حتى يكون التغليف ملائم تمام على المنتج و تغيير الوان تجذب الزبائن من جهة و من جهة اخرى تعبر الشركة .

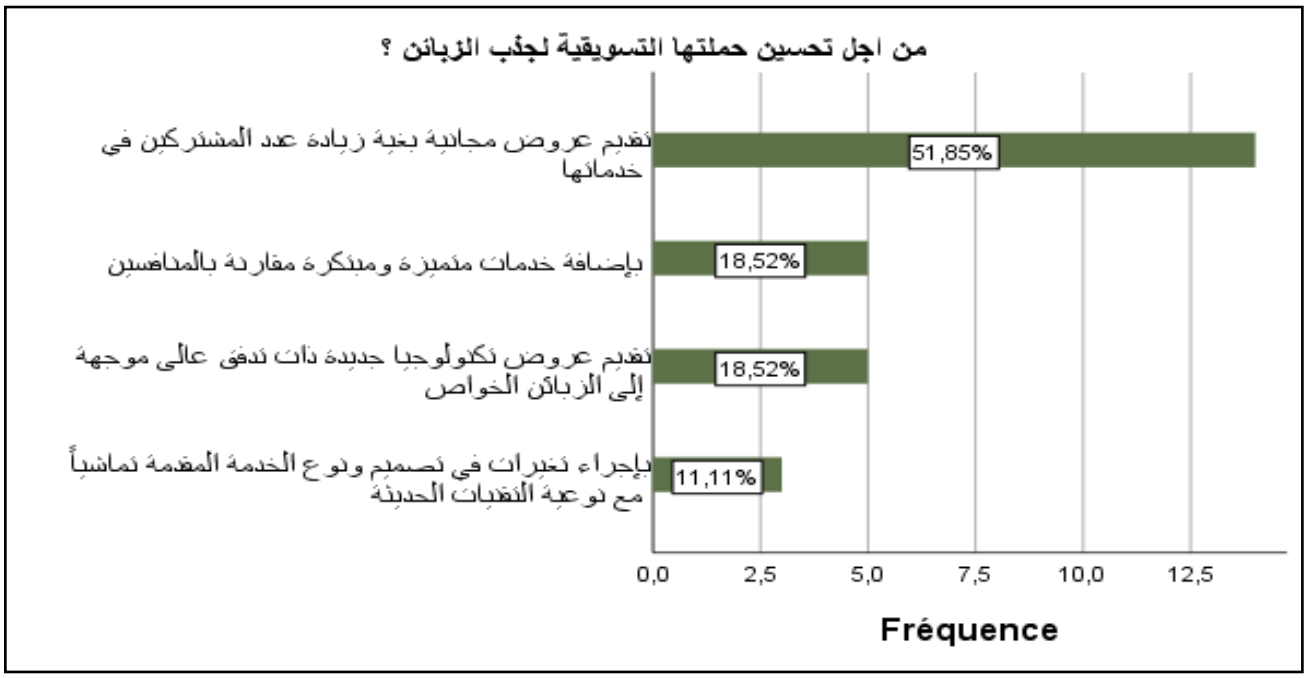
الشكل رقم17 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن كيفية مساعدة الابتكارات في تحسين علاقة المؤسسة مع الزبائن



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من النتائج المحصلة من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 55.56% من المؤسسات اجابوا ان الابتكارات التكنولوجية ساعدة في تطوير علاقتها مع الزبائن من خلال تطوير شبكتها في مجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، و يوجد 25.93% اجابوا انها ساعدة بتصميم حدماتها و استحداث في استراتيجيتها و نظم الرقابة عليها و اخير ، ا يوجد 18.52% ساعدة الابتكارات التكنولوجية من خلال استقطاب تقنيات جديدة للعمل على رفع خدماتها مقارنة بالمنافسين .

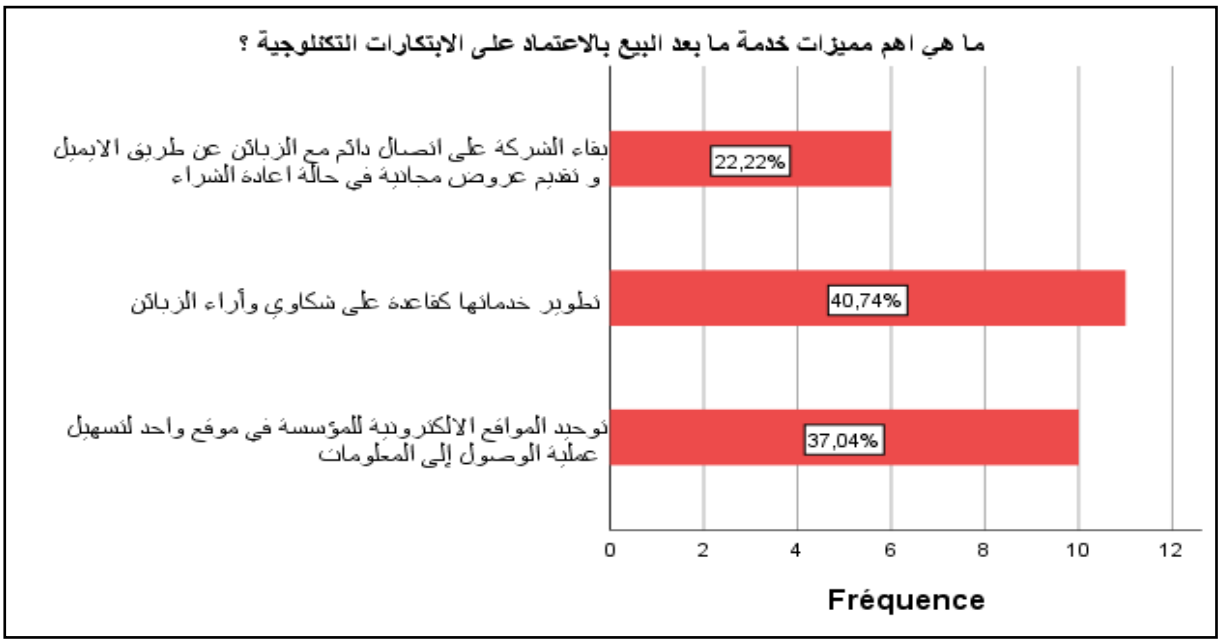
الشكل رقم18 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن ماهي الطريقة المناسبة لتحسين حملتها التسويقية لجذب الزبائن



المصدر : من اعداد الطالب 2022

بالاعتماد على نتائج الدراسة في 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 51.85% اجابوا من تحسين حملتها التسويقية لجلب الزبائن و ذلك من خلال تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدمتها ، و يوجد 18.52% اجابوا و ذلك باضافة خدمات متميزة و مبتكرة مقارنة بالمنافسين و مثلها في النسبة من المؤسسات اجابوا بتقديم عروض تكنولوجيا جديدة ذات تدفق عالي موجهة الى الزبائن الخواص ، و اخيرا 11.11% اجابوا باجراء تغيرات في تصميم و نوع الخدمة المقدمة تماشيا مع نوعية التقنيات الحديثة .

الشكل رقم 19 : نتائج استبيان العينات المدروسة عن مميزات خدمات مابعد البيع بالاعتماد على الابتكارات التكنولوجية



المصدر : من اعداد الطالب 2022

من خلال النتائج المحصل عليها من دراسة 25 عينة من مؤسسات الاغذية يوجد 40.74% من المؤسسات ان اهم مميزات خدمات مابعد البيع بالاعتماد على الابتكارات التكنولوجية بتطوير خدماتها كقاعدة شكاوي اراء الزبائن ، و يوجد 37.04% من المؤسسات اجابوا من خلال توحيد المواقع الالكترونية للمؤسسة في موقع واحد لتسهيل عملية الوصول الى المعلومات ، و اخيرا يوجد 22.22% من المؤسسات اجابوا ببقاء الشركة على اتصال دائم مع الزبائن عن طريق الايميل و تقديم عروض مجانية في حالة اعادة الشراء .

المطلب الثاني: تحليل وتفسير فروض الدراسة

1) **تعريف الانحدار اللوجستي :**

يبنى نموذج الانحدار اللوجستي على فرض أساسي هو ان المتغير التابع (y) متغير الاستجابة الذي نهتم بدراسته هو متغير ثنائي يتبع توزيع برنولي (Bernolli) يأخذ القيمة (1) بأحتمال (p) والقيمة (0)بأحتمال(p− 1= q)أي ان حدوث الاستجابة أو عدم حدوثها وكما هو معروف في الانحدار الخطي الذي تأخذ متغيراته المستقلة، والمتغير التابع قيما مستمرة فأن النموذج الذي يربط بين المتغيرات له العديد من الدوال يمكن الاعتماد عليها من اجل تحقيق الفرضيات و لكن الاشهر بينهم نحن نستخدم الوظيفة اللوجستية للتعبير عنها

(نيجي وجيجوريل ، 2013 ، راكوتومالا ، 2015) ، هو مكتوب :

$$logit(y)=Ln\ (\ y/(1-y)) = \alpha + \beta Xl + \chi X2\ \ldots\ . + \mu Xn$$

بحيث في هذه الحالة تكون y هن احتمالية نجاح الحدث بينما χ ,β, ,α, هي تقوم بتقدير معاملاتالانحدار لكل من المتغيرات التوضيحية لذلك الحدث .

و الجزء الاخير من دراستنا سنقوم باستخدام الانحدار اللوجيستي و هو المناسب في حالتنا هذه لتحقق من الفرضيات و التنبؤ بمجموعة فاشلة مقابل مجموعة ناجحة تحت اشراف SPSS بحيث يتنبأ أسلوب التحليل بفرص نجاح أو فشل الشركات الاغذية الزراعية ويقترح نموذجًا إحصائيًا للتنبؤ ، لذلك نحن نتعامل مع متغير شرح أيهما تابع ومتغير واحد أو أكثر من المتغيرات التفسيرية التي تعتمد.

2) **التحقق من الفرضيات:**

- **الفرضية الرئيسية:**

الفرضية1 : يكون نجاح الشركة من خلال تحفيزها على الاستغلال الامثل للتكنلوجيا الحديثة.

الفرضية 0 : تحفيز الشركة على استغلال تكنلوجيا مجهولة يؤدي الى خسائر مادية كبيرة

الجدول رقم 19 : المتوسط الحسابي

		تطور الانتاج	تكيف العمال	مهارات التسويق	تطور الخدمات
قسم الانتاج	Corrélation de Pearson	1	0 .101	−0.460	0.327
	Sig. (bilatérale)		0.820	0.230	0 .280
	N	25	25	25	25
تعاملات العمال	Corrélation de Pearson	0.101	1	0.302	0.201
	Sig. (bilatérale)	0.820		000	0.460
	N	25	25	25	25
قسم التسويق	Corrélation de Pearson	−0.460	0.302	1	0.640
	Sig. (bilatérale)	0.230	000		0.02
	N	25	25	25	25
قسم الخدمات	Corrélation de Pearson	0.327	0.201	0.640	1
	Sig. (bilatérale)	0.280	0.460	0.02	
	N	25	25	25	25

المصدر : من اعداد الطالب 2022

الارتباط مهم عند مستوى 0.01 (على الوجهين).

خلال جدول الارتبابط يجب ان نفصل بين اختلاف المتغيرات المستقلة بحيث نلاحظ ان معضمها مرتبطة بعامل معنوي اي اقل من 0.05 فلعلاقة التي بين مهارات التسويق و تطوير الخدمات = 0.02 و سجل اعلا قيمة لمعامل الارتباط مع المتغير التابع (مهارات التسويق) ، و ايضا العلاقة بين مهارات التسويق و تكيف العمال = 0.00 و قد سجل معامل الارتباط مع المعامل التابع (تعاملات العمال) قيمة جيدة ايضا بينما هناك عدد قليل من المتغيرات المستقلة مرتبطة لا معنويا أي اكبر من 0.05 .

- **الانحدار اللوجيستي:**

الجدول رقم 20 : عدد الحالات المشمولة في الاستبيان

Observations non pondéréesa		N	Pourcentage
Observations sélectionnées	Incluses dans l'analyse	25	100.0
	Observations manquantes	0	0
	Total	25	100.0
Observations non sélectionnées		0	0
Total		25	100.0

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا.إذا كان الترجيح نشطًا، فاستشر جدول التصنيف لمعرفة العدد الإجمالي للملاحظات.

الجدول رقم 21 : ترميز المتغير التابع

Valeur d'origine	Valeur interne
غير ناجح	0
ناجح	1

المصدر : من اعداد الطالب 2022

النموذج 0 :

الجدول رقم 22 : جدول التصنيف .ا.ب

			Prévisions		
			نجاح الشركة و تطورها تابعا لتاثير الابتكارات التكنلوجية		Pourcentage correct
	Observé		غير ناجح	ناجح	
Pas 0	نجاح الشركة و تطورها تابعا لتاثير الابتكارات التكنلوجية.	غير ناجح	0	8	.0
		ناجح	0	17	100.0
	Pourcentage global				68.0

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا. تم تضمين الثابت في النموذج.

ب. قيمة القطع 500

الجدول رقم23 : متغيرات المعادلة

		B	E.S	Wald	ddl	Sig.	EXP(B)
Pas 0	Constante	1,754	,429	,429	1	,003	2.125

المصدر : من اعداد الطالب 2022

الجدول رقم 24 : المتغيرات الغائبة عن المعادلة

			Score	ddl	Sig.
Pas 0	Variables	قسم الانتاج	8,945	1	,003
		تعاملات العمال	13,735	1	,000
		قسم التسويق	13,634	1	,000
		قسم الخدمات	15,784	1	,000
	Statistiques générales		20,005	4	,000

المصدر : من اعداد الطالب 2022

النموذج 1: الطريقة = مقدمة

الجدول رقم 25 : الاختبارات المركبة لمعاملات النموذج

		Khi-carré	ddl	Sig
Pas 1	Pas	17.571	4	,001
	Bloc	17.571	4	,001
	Modèle	17.571	4	,001

المصدر : من اعداد الطالب 2022

الجدول رقم 26 : ملخص النماذج

Pas	Log de vraisemblance -2	R-deux de Cox et Snell	R-deux de Nagelkerke
1	17.456	,56	,78

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا.توقف التقدير عند رقم التكرار 5 ، لأن عدد التغييرات في تقديرات المعلمات أقل من 001.

الجدول رقم 27 : جدول التصنيف.ا

		Prévisions		
		نجاح الشركة و تطورها تابعا لتاثير الابتكارات التكنلوجية.		Pourcentage correct
	Observé	غير ناجح	ناجح	

Pas 1	تابعا تطورها و الشركة نجاح التكنلوجية الابتكارات لتاثير.	غير ناجح	4	4	59.6
		ناجح	1	16	91.2
	Pourcentage global				80.0

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا.قيمة القطع 500

الجدول رقم 28 : متغيرات المعادلة

		B	E.S	Wald	ddl	Sig.	Exp(B)
Pas 1[a]	قسم الانتاج	−3 .235	1.540	2.460	1	0.201	0.156
	تعاملات العمال	1.234	1.284	4.456	1	0.032	14.354
	قسم التسويق	2,302	2.456	1.256	1	0.376	0.186
	قسم الخدمات	1.340	1.345	0.89	1	0.635	0.964
	Constante	1.641	2.435	1.176	1	0.267	13.856

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا.إدخال المتغيرات في الخطوة : كيف كان تكيف العمال مع التكنلوجيا الحديثة

تفسير النتيجة :

من جدول الترميز للمتغيرات التابعة نرى ما يلي :

- 1 يمثل النجاح.
- 0 يمثل عدم النجاح.

في مستوى الكتلة 0 :

في هذا المستوى يتم العلاج بدون متغير مستقل في جدول التصنيف نرى ان SPSS وضع في جزء 8 غير ناجح في جزء النجاح كان عدد النجاحات كبير (17/25) وفي تقدر معدل نجاح الدقة :

= (17+0) / (17+0+8+0) = 17/25 = 68% ثابت

و الانحدار اللوجيستي **B=1,754** و النتيجة الهامة **sig = 0.03** اقل من 0.05

النموذج غير صفري في مستوى الكتلة 1 :

تتعلق العملية بتحديد فرص عشوائية للشركة للنجاح و ذلك من خلال :

قسم الخدمات+*b4 + **قسم التسويق***b3 + **تعاملات العمال** *b2+ **قسم الانتاج** *b1+b0 = (**النجاح**)Logit

لقد قمنا بتضمين جميع المتغيرات (قسم الانتاج و تعاملات العمال و قسم التسويق و قسم الخدمات) في برنامج SPSS من خلال تحليل كل منها .

مؤشر Khi-2 يساوي 17.571 بدرجة من الحرية 4 (عدد المتغيرات المدرجة في الدراسة) و sig = 0.01 اي اقل من 0.05 بمعنى ، يؤدي تضمين هذه المتغيرات في الدراسة إلى زيادة جودة النموذج بشكل كبير (نخلص إلى ذلك أن التنبؤات الجماعية تؤثر على الحظ للنجاح).

يمكننا حتى تقدير جودة النموذج من خلال النظر إلى معامل التصميم R-two الذي يكون بين 56% و 78% .

و هذ النموذج الجديد يوضح ان SPSS قد انتج جدول تصنيف جديد مع معدل عالي الدقة .

68% و هي النتيجة السابقة اقل من هذه النتيجة 80% = 20/25 = (1+4+4+16) / (4+16) =

لذلك نحن نرفض الفرضية H0 و نقبل الفرضية H1 لذا هناك علاقة بين النجاح و التحفيز و معادلته على النحو التالي :

قسم *1.340 + قسم التسويق *2,302 + تعاملات العمال *1.234 + قسم الانتاج * 3 .235- = (النجاح)Logit الخدمات.

- **الفرضية الثانوية :**
- **الفرضية 1** : القدرة على تقبل الابتكارات التكنولوجية الحديثة من طرف العمال لنقل الشركة الى مستوى جديد و يحقق اهدافها و تطلعاتها المستقبلية..
- **الفرضية 0** : التدريب ليس له علاقة بواكبة التكنلوجيا الحديثة فقط عليك ان تتقبلها و تحاول ان تتاقلم معها .

الجدول رقم 29 : عدد الحالات المشمولة في الاستبيان

Observations non pondérées		N	Pourcentage
Observations sélectionnées	Incluses dans l'analyse	25	100.0
	Observations manquantes	0	0
	Total	25	100.0
Observations non sélectionnées		0	0
Total		25	100.0

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا.إذا كان الترجيح نشطًا ، فاستشر جدول التصنيف لمعرفة العدد الإجمالي للملاحظات.

الجدول رقم 30 : ترميز المتغير التابع

Valeur d'origine	Valeur interne
لا	0
نعم	1

المصدر : من اعداد الطالب 2022

الجدول رقم 31 : : ترميز المتغيرات الفئوية

		Fréquence	Codage de paramètre
			(1)
B1. اهمية _التدريب	لا	4	1.000
	نعم	21	000

المصدر : من اعداد الطالب 2022

النموذج 0:

الجدول رقم 32 : جدول التصنيف.ا.ب

	Observé		Prévisions		
			اهمية _التدريب.B1		Pourcentage correct
			لا	نعم	
Pas 0	اهمية _التدريب.B1	لا	0	8	.0
		نعم	0	17	100.0
	Pourcentage global				68.0

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا. تم تضمين الثابت في النموذج.

ب.قيمة القطع 500

الجدول رقم 33 : متغيرات المعادلة

		B	E.S	Wald	ddl	.Sig	EXP(B)
Pas 0	Constante	1 .754	0 .429	3 .091	1	0.003	2.125

المصدر : من اعداد الطالب 2022

الجدول رقم 34 : المتغيرات الغائبة عن المعادلة

			Score	ddl	.Sig
Pas 0	Variables	مدى تقبل العمال الابتكارات التكنولوجية	18.149	1	.000
	Statistiques générales			1	.000

المصدر : من اعداد الطالب 2022

النموذج 1: الطريقة = مقدمة

الجدول رقم 35 : الاختبارات المركبة لمعاملات النموذج

		Khi-deux	dl	.Sig
Pas 1	Pas	9.679	1	001
Bloc		9.679	1	001
Modèle		9.679	1	001

المصدر : من اعداد الطالب 2022

الجدول رقم 36 : ملخص النماذج

Pas	Log de vraisemblance -2	R-deux de Cox et Snell	R-deux de Nagelkerke
1	20.345	0.641	0.834

المصدر : من اعداد الطالب 2022

ا.توقف التقدير عند رقم التكرار 5 ، لأن عدد التغييرات في تقديرات المعلمات أقل من 001.

الجدول رقم 37 : جدول التصنيف .ا

	Observé		اهمية _التدريب.B1		Pourcentage correct
			لا	نعم	
Pas 1	اهمية _التدريب.B1	لا	4	4	59.6
		نعم	1	16	91.2
	Pourcentage global				80.0

المصدر : من اعداد الطالب 2022

الجدول رقم 38 : متغيرات المعادلة

		B	E.S	Wald	ddl	.Sig	EXP(B)
Pas 1	مدى تقبل العمال الابتكارات التكنولوجية	−2.345	1.253	6.798	1	.006	0.35
	Constante	1.678	0.789	10.456	1	000	6.897

المصدر : من اعداد الطالب 2022

١.إدخال المتغيرات في الخطوة : كيف كان تكيف العمال مع التكنلوجيا الحديثة

تفسير النتيجة :

من جدول الترميز للمتغيرات التابعة نرى ما يلي :

- 1 يمثل النجاح.
- 0 يمثل عدم النجاح.

في مستوى الكتلة 0 :

في هذا المستوى يتم العلاج بدون متغير مستقل في جدول التصنيف نرى ان SPSS وضع في جزء 8 غير ناجح في جزء النجاح كان عدد النجاحات كبير (17/25) وفي تقدر معدل نجاح الدقة :

= (17+0) / (17+0+8+0) = 17/25 = 68% ثابت

و الانحدار اللوجيستي **B=1,754** و النتيجة الهامة **sig = 0.03** اقل من 0.05

في مستوى الكتلة 1 :

يتم العلاج بمتغير مستقل واحد و يكون داخل قسم تعاملات العمال و في حالتنا هذه تم الاعتماد على التدريب .

اختبار Khi−2 المستخدم في حالتنا (وهو غير معادل: يأخذ إما 0 أو 1) يساوي 8.679 بحيث يكون بدرجة بحيث sig= 0.01 اي اقل من 0.05.

و نلاحظ ان النجاحات زادة :

= (16+4) / (16+4+4+1) = 20/25 = 80%

تقدير جودة النموذج من خلال النظر إلى معامل التصميم R-two الذي يكون بين 64% و 83%

و مع ثابت B= 2.345 و النتيجة الهامة sig=0.06 الذي هو اكبر من 0.05

نرفض الفرضية H0 و نقبل الفرضية H1 اذا فهناك بين التدريب و النجاح .

و المعادلة التي بين النجاح و التدريب هي كالتالي :

Logit(النجاح) = 1.678-2.345*الاعتماد على التدريب

النتيجة:

- **الفرضية 1** : يكون نجاح الشركة من خلال تحفيزها على الاستغلال الامثل للتكنلوجيا الحديثة . **تم التحقق منها .**
- **الفرضية 2** القدرة على تقبل الابتكارات التكنولوجية الحديثة من طرف العمال لنقل الشركة الى مستوى جديد و يحقق اهدافها و تطلعاتها المستقبلية.: **تم التحقق منها .**

خاتمة الفصل :

في هذا الفصل قمنا باجراء دراسة على 25 شركة من قطاع صناعة الاغذية في مختلف الولايات الوسطى و معظمها شركات متوسطة و صغيرة و لديها العديد من الحالات القانونية مثل SPA و EURL وغيرها و كان هدف هذه الدراسة هو معرفة مدى تأثير الابتكارات التكنولوجيا على قطاع صناعة الاغذية، و بشكل خاص في الجزائر وقد اكتشفنا ان تأثير هذه الابتكارات قد مس جميع الركائز الاساسية في الشركة فقد ادت الى تطوير الانتاج و بشكل خاص اكتشاف بدائل للمواد الاولية الغالية من خلال اكتشاف نكهات جديد و غير مكلفة و احسن من السابقة و ايضا قد تطور مسار التوزيع ، و ذلك من خلال تطوير قنوات التوزيع و ترتيبها و اكتشاف مناطق بيع جديدة و بسهولة بفضل التكنولوجيا الحديثة و اهم شيء هو قدرة العمال على التأقلم مع هذه الابتكارات مع ان الجزائر من دول العالم الثالث و لكن تمتلك موارد بشرية كبيرة ، و بشكل خاص و هو مجال التسويق و الذي قد تطور كثيرا في الجزائر فقد اصبحت الشركات الجزائرية تعتمد على مسوقين السوشل ميديا و المؤثرين في العالم و لكن مع الاسف الشركات التي واكبة العصر هي الشركات الخاصة في الجزائر اما الشركات التابعة للدولة فمازالت تستعمل الطرق القديمة .

الخاتمة العامة

بعد الحصول على نتائج الدراسة من خلال الاستبيان و اجراء تحليل معمق من اجل الوصول الى الاجابة عن المشكلة الرئيسية " ماهو اثر الابتكارات التكنولوجية على قطاع صناعة الاغذية ؟ " شملت دراستنا 25 شركة من مجموع شركات صناعة الاغذية بالولايات الوسطى .

ولدراسة اثر الابتكارات التكنولوجي ة على شركات صناعة الاغذية حددنا مخطط شامل كل ما يخص الابتكارات التكنولوجيةِ عن انواعها و دوافعها و الاستراتيجيات المستخدمة فيها ، و الدوافع التي تبنت هذه الابتكارات و اهم شيء مدى تأثيرها على تطور المؤسسات و المجتمع و مخاطرها و تم اعطاء لمحة عامة عم قطاع صناعة الاغذية و خصائص شركاته و الاستراتيجيات و سلوكياتها و ايضا نسبة العمالة التي توفرها شركات الاغذية .

و قمنا بوضع عدة استنتاجات رئيسية لهذا المشروع وعدة نصائح :

- من عوامل تطور المؤسسات و تطورها هو البحث عن التكنولوجيا المستهدف لهذا العصر واستغلالها.
- يحتاج استخدام التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الى تنمية المهارات العمالية عن طريق التكوين الضروري لكل فرد له علاقة بالعملية .
- هناك ارتباط بين مستويات الإنتاجية وأسلوب الإشراف.
- تحسين الخدمات المقدمة للزبائن وتعزيز القدرات لتسليم المنتجات في الوقت المناسب .
- النظام التكنولوجي يهتم بتحويل و معالجة الموارد التي تحصل عليها المؤسسة.
- إن التطور التكنولوجي يؤدي لا محالة إلى التغير في أساليب وإجراءات العمل و اعادة تصميم الوظائف.
- التطور التكنولوجي له تأثير كبير على القرارات الإستراتيجية والتشغيلية للمؤسسة حيث يقدم الفرص أو التهديدات تجاه المؤسسة.
- السيطرة على الخيارات المتاحة واختيار الاستراتيجية المثلى متوافق مع مجال النشاط والأهداف المحددة.

من ناحية الابتكارات التكنولوجي ة يجب على مؤسسات صناعة الاغذية تخصيص راس مال معين لاستثماره في الموارد البشرية لتطوير مهاراتهم و اعادة تأهيلهم ، ترقية قدراتهم ، طريقة تفكيرهم لمواكبة هذه التكنولوجيا ، التأقلم معها و اكتساب خبرات جديدة في هذا المجال و خصوصا في ظل تطور مجالات و طرق التسويق في السوشل ميديا و غيرها يجب على الشركات تبديل استراتجياتها في التسويق باستراتيجيات جديد تستهدف اكبر قدر من الزبائن

و لتلخيص مشروعنا ان التكنولوجيا الحديثة هي افضل وسيلة مستخدمة لتطوير قطاع صناعة الاغذية في تمس كل الاسس المركزية للشركة من ناحية تطوير جودة الانتاج و التعبئة و التغليف ، و توسيع مناطق البيع و زيادة طرق التوزيع و حتى الالات المستخدم ة في التوزيع و في عصر التكنولوجي ا اصبح من السهل الوصول الى لكبر عدد ممكن من الزبائن بفضل طرق التسويق الغير محدودة في السوشل ميديا و يمكن التعريف بالشركة و بإمكانياتها في

كل انحاء العالم و كتسابها قدرة تنافسية عالية و توسعها في السوق و خاصتا في مجال الغذاء الذي يعد عنصر اساسي في العناصر الاساسية في الحياة .

في وقتنا الحالي اصبحت احتياجات المستهلكين غير متناهية و اذواقهم غير محدودة مقارنتا بالعصور القديمة و هنا يأتي دور التكنولوجيا الحديثة و خاصتا في مجال التسويق ، التي تحدد فئة المستهلكين المستهدفين و ذلك وفقا لترتيب كل فئة و احتياجاتها الخاصة وأيضا على حساب العادات و التقاليد لكل جنس و لكل بلد و سياسة الغالبة ايضا و لا ننسى الدين .

و هنا يأتي التسويق الرقمي الذي تعمل به كل الشركات الموجودة في العالم و ذلك من خلال انشاء لكل اعلانات تستهدف كل فئة وحدها و هي وسيلة من وسائل التكنولوجيا الحديثة .

وجهة نظري يجب اجراء حملات توعوية لكل قطاع صناعة الاغذية و توجيههم الى مواكبة عصرنا الحالي بالاعتماد على التكنولوجيا الحديثة و تخصيص ميزانية معينة من استثمارها ، في انشاء ابتكارات تكنولوجية حديثة لتطوير القطاع و لإنشاء اسلوب جديد و غير مكلف و يضمن فائدة غذائية افضل و تكون الاسعار في متناول الجميع و ذلك من خلال ايجاد البديل للمواد الخام الغالية وغيرها من الابتكارات .

الجانب التطبيقي :

قمنا باجراء الدراسة بطريقتين : اولا اجرينا تربص ميداني في شركة مطاحن العليا بدائرة قورصوا و لاية الجزائر من اجل فهم التكنولوجيا المستخدمة في عملية تصنيع المنتجات ، و مدى تأقلم العمال مع هذي التكنولوجي ا و ثانيا درستنا استقصائية لمعرفة مدى تاثر الابتكارات التكنولوجي ا على الشركات الجزائرية من خلال طرح اسئلة في شكل استبيان يتضمن اسئلة عن الاقسام المهمة لقيام المؤسسة و تطورها ، قسم الانتاج من خلال معرفة كيفية تاثير الابتكارات التكنولوجية من حيث جودة الانتاج و الذوق المختلف و قسم تعاملات العمال و ذلك من خلال معرفة مدى تاقلم العمال مع الابتكارات و هل كان تاثيرها عليهم بالسلب و الايجاب و من اهم الاقسام للتعريف بالمؤسسة و خدماتها و هو قسم التسويق و ذلك لمعرفة مدى تاثير الابتكارت ، على تطوير هذا القسم من خلال التعرف على مجالات التسويق المتطورة والادوات المستخدمة في الحملات التسويقية و القسم الاخير الذي يعبر عن مصداقية المؤسسة و كسبها لرضى الزبائن و تحولهم الى زبائن دائمين من خلال معرفة كيفية التعامل مع الزبائن قبل البيع و المواقع المخصصة لاستقبال مشاكلهم التي قد تحدث ، و ايضا معرفة تعليقاتهم الهادفة لزيادة جودة الانتاج و زيادة نسبة المبيعات و خدمة ما بعد البيع لبقاء اتصال متواصل مع الزبائن و قمنا بتحليل هذه النتائج و انشاء فرضيات و اثبات تحققها .

مسار البحث:

مسار بحثنا كان صعبا و ذلك لان هذه الدراسة هي عبارة عن دمج مجالين مختلفين تماما و هو تأثير الابتكارات التكنولوجيۃ على قطاع صناعة الاغذية و قد ركزنا في هذه الدراسة على العوامل الاساسية لنجاح و تطوير اي مؤسسة و يمكن للدراسة :

- دور الابتكارات التكنولوجيۃ في تحسين و تطوير جودة الانتاج و اكتشاف اذواق جديدة
- توسع المنطقة الجغرافية في البحث عن مناطق بيع عديدة و متنوعة
- الوصول الى اكبر قدر من المستهلكين و استهداف كل فئة حسب نوعها و ميولها
- تطوير القدرة التنافسية لشركات صناعة الاغذية في الجزائر و انتشار علامتها التجارية.

حدود الدراسة : يواجه الباحثون صعوبة تحديد حجم العينات و لان ذلك يكون وفقا للمدة الزمنية و عادتا تكون محددة وخاصتا بعد جمع البيانات و النتائج بحيث يستغرق وقت طويل في تحليلها و تفسيرها و لهذا قد اخترنا 25عينة لتمثيل المنطقة اي حجم العينة كبير بشكل معقول دون ان ننسى الدراسة الميدانية التي قمنا بها .

قائمة المصادر و المراجع

الكتب :

المراجع باللغة العربية:

1) أوكيل محمد سعيد، 1994 ،اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 33 , ص.
2) شيخي كمال، 2021، التسويق والاستهلاك الغذائي في الجزائر: المفاهيم، التوجهات وبعض النصائح، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 280 .ص
3) عوض محمد أحمد، 1999 ، الإدارة الاستراتيجية– الأصول والأسس العلمية–، الدار الجامعية مصر، 32, ص.
4) قطاف ليلى و الاستاذة بوشنقير ايمان .2009 " دور و اهمية الابتكار التكنلوجي في خلق ميزة تنافسية نحو تحقيق التنمية المستدامة",87,ص.
5) لخناق سناء عبد الكريم 12–13 نوفمبر 2005 ,دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمليات إدارة المعرفة الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات (المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية) جامعة محمد خيضر بسكرة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم التسيير، 238،ص.
6) نجم عبود نجم،2003 – إدارة الابتكار المفا هيم والخصائص والتجارب الحديثة–، ط 1 ،دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ص :167–169.
7) يحي علي الدين حماد. 2007 تكنولوجيا التصنيع الغذائي والمشروعات الصغير الطبعة الاولى القاهرة، مصر: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع .87 ,ص

المراجع باللغة الأجنبية :

8) Angelo Bonomi, George Haour, l'innovation Technologique et sa Promotion dans l'entreprise, Edition Daloz, Paris, 1999, p 45.
9) Bertrant Bellon, L'innovation Créatrice, Economica, Paris, 2002, p 16.
10) Jean-Louis Rastoin, une brève histoire économique de l'industrie alimentaire, revue économie rurale, n° 255,256, jan-avril2000, p : 61.
11) LE MASSON P., WEIL B. et HATCHUEL A., Les processus d'innovation, Hermès, 2006, p. 82.

12) Nabil Khouri, déterminants de l'innovation dans les PME Agroalimentaires, les cahiers du CREAD, n°94, 2010, p : 150.
13) Stevenson William J, Production / Operations Management, 8th ed, Von Hoffmann Press, 2007, p 228.

المجلات :

المراجع باللغة العربية:

1) أحمد مصنوعة. 23-24 نوفمبر 2014 الصناعات الغذائية كمدخل لتحقيق الامن الغذائي في الجزائر الواقع و المأمول. الملتقى الدولي التاسع حول : في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية الدولية. الجزائر .78,ص.
2) أيمن سليمان مزهرة. 2000 الصناعات الغذائية ، جامعة البلقان التطبيقية. عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع,87,.ص .
3) بدر الدين زبيدي وآخرون. (2018/2017) إنعكاسات البرامج التنموية على النموالاقتصادي في الجزائر دراسة الفترة 2001-2016 .
4) بولحفة عبد الله ، و غمراني صالح. (2019/2018) واقع الصناعات الغذائية في الجزائر ,67,ص .
5) بكري اصيل ،جويلية 2016 بعنوان "تصور من مديري المدارس حول الابتكار التكنولوجي مجلة دراسات التعليم والتدريب في المدرسة العليا" Turgut Özal Anatolian "، Çarmuzu، Malatya
6) رضاف هادي سيد ، يناير 2013 بعنوان "الابتكار التكنولوجي التنظيمي" المجلة الدولية للأعمال والعلوم الاجتماعية جامعة الوسائط المتعددة سيبرجاي
7) لعامري صالح م هدي محسن ، 2005 ،العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والإدارية،المجلد 21 ،العدد 2 ، 149,ص.
8) محمد قريشي وصفاء بياضي ،2014، من جامعة بسكرة ، مجلة الحقوق و العلوم الانسانية-العدد الاقتصادي-34 (1) " الابتكار التكنولوجي في المؤسسات , 78, ص .
9) نبيل بوفليح. 2013 دراسة تقييمية لسياسة الانعاش الاقتصادي المطبقة في الجزائر في الفترة 2000-2010 .مجلة الاكادمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية, 68 .ص,

المراجع باللغة الأجنبية :

10) Abdelhamid Bencharif et Jean louis Rastoin , concepts et méthodes de l'analyse de filières agroalimentaires : application par la CGV au cas des blés en Algérie, working paper, MOISA Montpellier, n°7/2007,p p : 2-3.
11) CHRISTENSEN C. M., The Innovator's Dilemma, HarperBusiness, 2000.P .57
12) Dennis W. Carlton, Jeffrey M.Perloff, Economie Industrielle, 2eme Edition, Traduit par Fabrice Mawerolle, Groupe de Boeck, Bruxelles, 2008.
13) Gean Bernard, Maurice Catin, Les Condition Economiques du Changement Technologique, Edition l'harmattan, Paris, 1998.

المذكرات :

المراجع باللغة العربية:

1) السامرائي سلوى هاني عبد الجبار ، 1999, الإبداع التقني وبعض العوامل المؤثرة فى ها، أطروحة دكتوراه غير منشورة كلية الاقتصاد بغداد العراق 116.ص.
2) بوسنة محمد رضا، 2008/2009 , التسويق المصرفي كاستراتيجية في ظل التحرير المصرفي مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة بسكرة الجزائر، 07.ص.
3) بريكة عبد الو هاب بن التركي زينب، 13/12 ماي 2010 , مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر قريشي محمد ، 78.ص .
4) فرحي السعيد ,2011 , أثر السلوكيات الاستراتيجية للمؤسسة على هياكل السوق دراسة قطاع صناعات غذائية في الشرق الجزائري ERCE من رسالة ماجستار جامعة بسكرة الجزائر, 67,ص.
5) محمد خالدي ,2005/2004 ,الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية الوطنية رسالة ماجستير غير منشورة كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ،92.ص.
6) وليد صيفي ,2005 , رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية (ثر السياسات الصناعية على حجم وهيكل العمالة في القطاع دراسة فرع الصناعات الزراعية الغذائية في الجـزائر) ص123.

المراجع باللغة الأجنبية :

7) chilali laila Mémoir de fin d'etudes (Panorama des industries agroalimentaires en Algérie) .2017

8) Mehdi Abdelkader et all, la logistique des produits alimentaires, étude de cas d'un grand groupe distributeur, DESS Qualimapa, Lille France, 2003/2004, p : 60

قائمة المختصرات

SARL : شركة ذات مسؤولية محدودة

SPA : شركة مساهمة

EURL : شركة ذات مسؤولية محدودة ذات عضو واحد

EPIC : المنشاة العامة ذات طابع صناعي و تجاري

PME : شركة صغيرة متوسطة

PNB : الناتج القومي الاجمالي

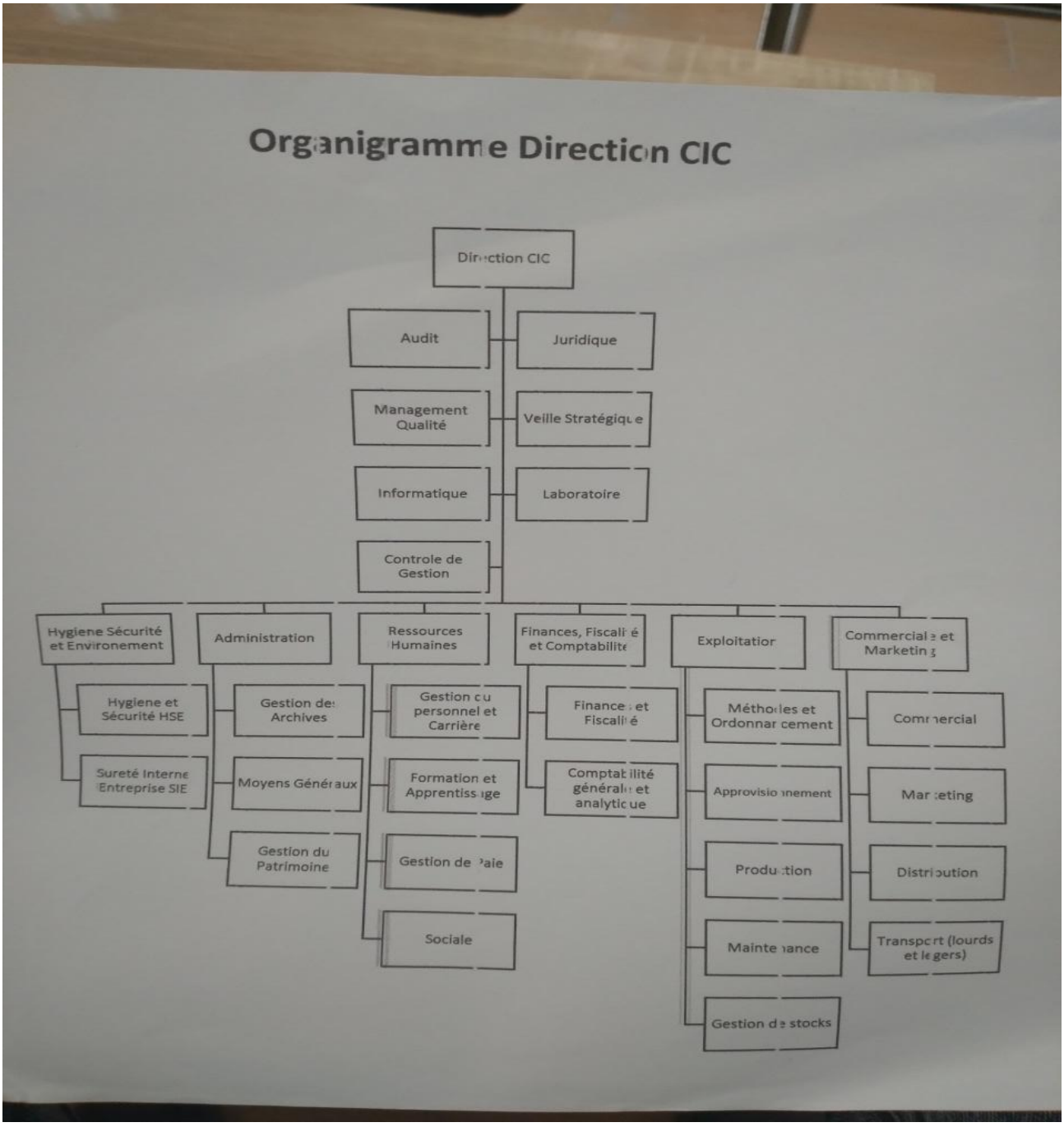
SNC : الجمعية الوطنية لمصانع السميد والدقيق و العجين و الكسكس

OAIC : المكتب الجزائري لمهن الحبوب

NAA : منتجات وطنية للاغذية الزراعية

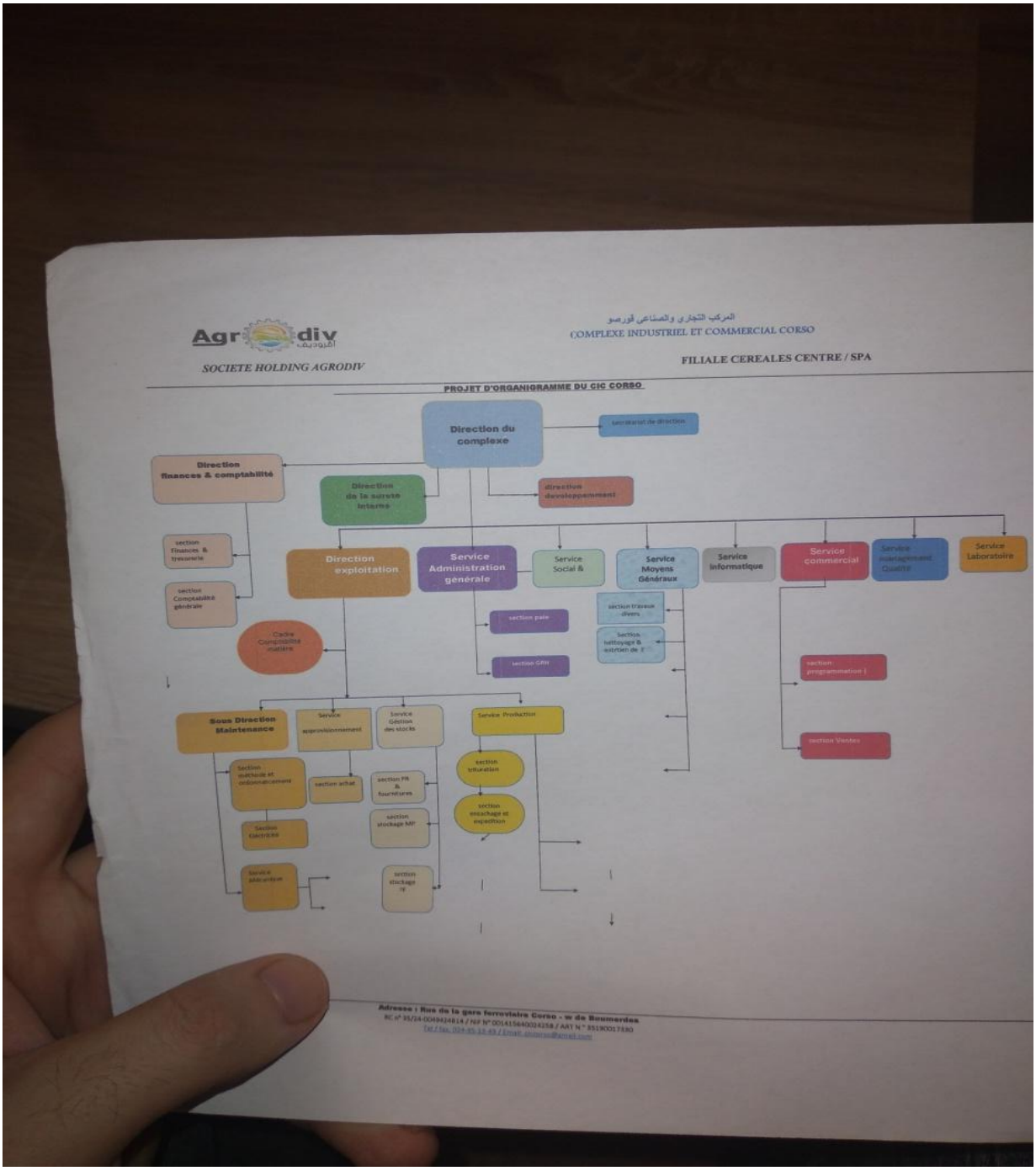
الملاحق

الملحق 1: الوثائق مقدمة من شركة الهضاب العليا (AGRODIV)



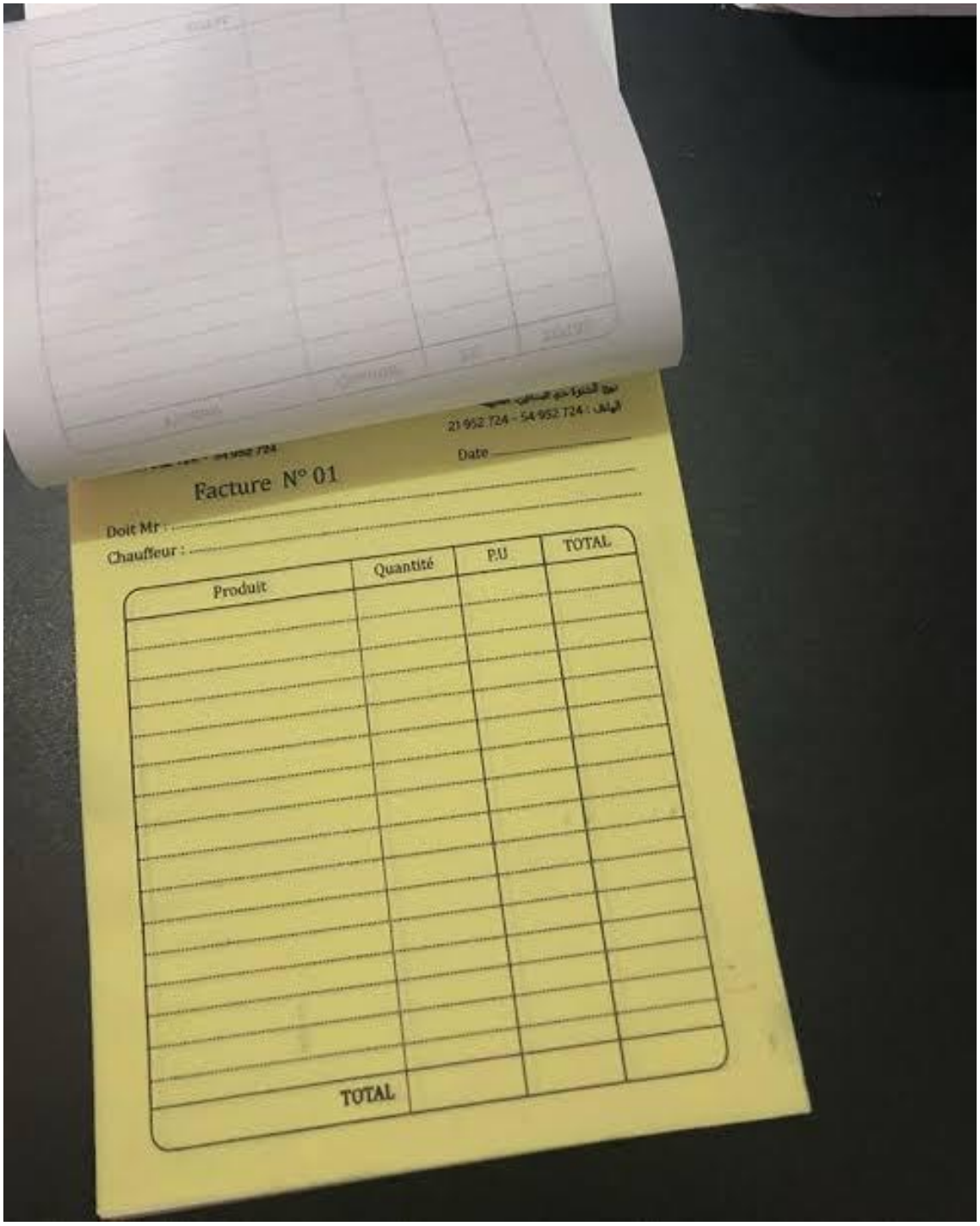
المصدر : مديرية الموارد البشرية لشركة الهضاب العليا، 2022

الملحق 2: الوثائق مقدمة من شركة الهضاب العليا (AGRODIV)



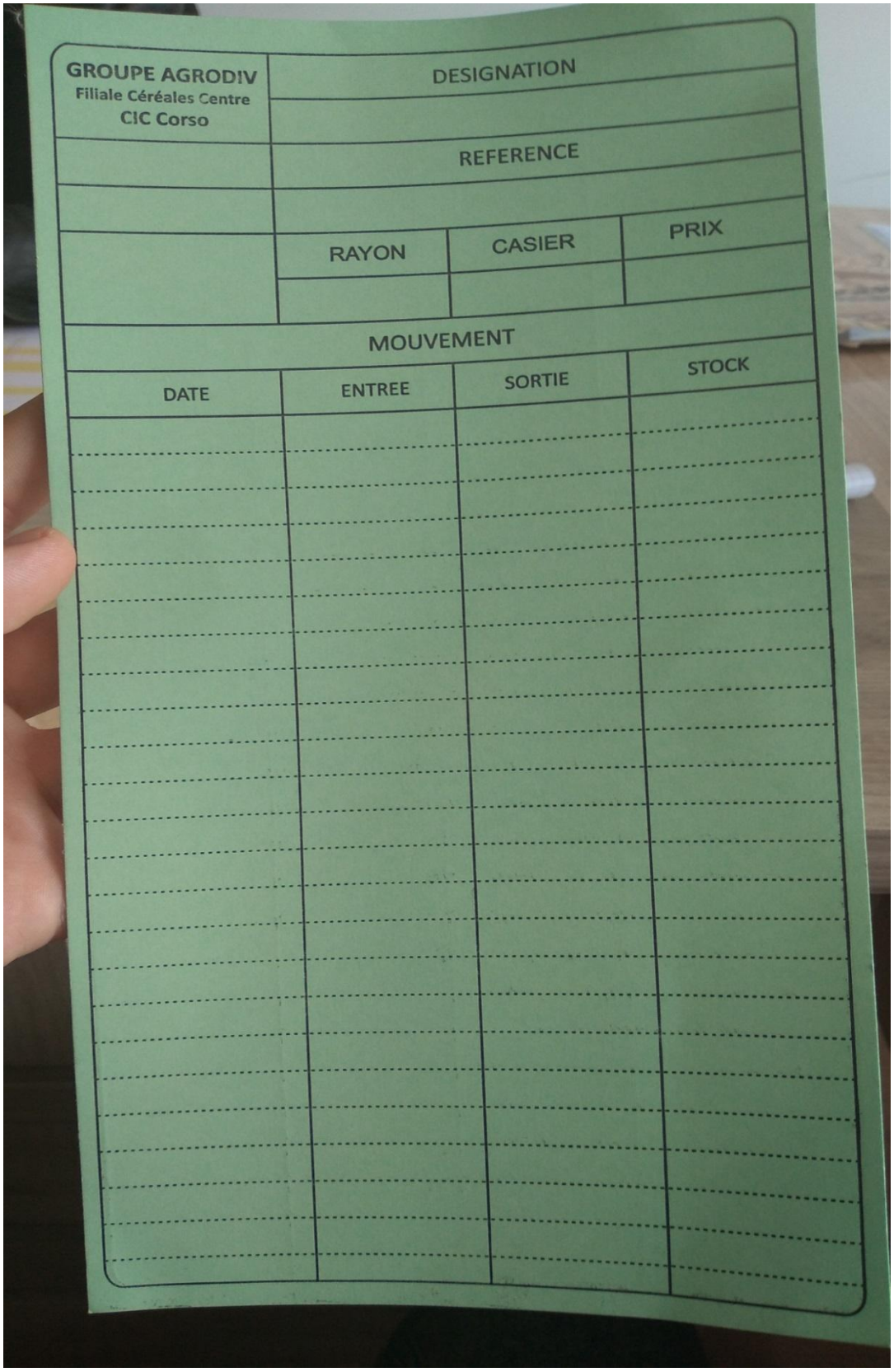
المصدر : مديرية الموارد البشرية لشركة الهضاب العليا ، 2022

الملحق 3: الوثائق مقدمة من شركة الهضاب العليا (AGRODIV)



المصدر : مديرية الموارد البشرية لشركة الهضاب العليا ، 2022

الملحق 4: الوثائق مقدمة من شركة الهضاب العليا (AGRODIV)



GROUPE AGRODIV
Filiale Céréales Centre
CIC Corso

DESIGNATION

REFERENCE

RAYON	CASIER	PRIX

MOUVEMENT

DATE	ENTREE	SORTIE	STOCK

المصدر :مديرية الموارد البشرية لشركة الهضاب العليا ، 2022

الملحق رقم 5: الاستبيان

تم إجراء هذا الاستطلاع كجزء من إعداد أطروحة الماجستير عن الابتكارات التكنولوجية في مجال صناعة الاغذية. يهدف بشكل أساسي إلى معرفة الخصائص المميزة للصناعات الغذائية وتأثير الابتكارات التكنولوجية على الصناعات الغذائية. في هذا الواقع ، سنكون ممتنين إذا أمكنك ملء واختيار الإجابات.
هذا الاستبيان مجهول الهوية تمامًا ، والبيانات التي تم جمعها وسيتم استخدام المشاركة لأغراض علمية بحتة.

- **التعريف بالشركة :**

1. منذ متى كان عملك في الشركة ؟

- ☐3- سنوات
- ☐من 3 الى 5 سنوات
- ☐ من 5 الى 10 سنوات
- ☐ 10+ سنوات

2. ما هو الشكل القانوني للشركة ؟

- ☐EUR L
- ☐ SARL
- ☐ SNC
- ☐ SPA

3. ما هي الطبيعة القانونية للشركة؟

- ☐ خاص
- ☐ عامة

4. ما هو حجم شركتك؟

- ☐ شركة كبيرة (+ 250 موظفًا)
- ☐ شركة متوسطة (من 50 إلى 249 موظفًا)
- ☐ الأعمال الصغيرة (من 10 إلى 49 موظفًا)
- ☐ شركة متناهية الصغر (من 1 إلى 9 موظفين)

5. في اي فرع للأغذية الزراعية تتخصص الشركة ؟

- ☐ المياه و مشروبات الفواكه
- ☐ القهوة و الكاكاو
- ☐ الحبوب

- ☐ منتجات الالبان
- ☐ شوكولاتة
- ☐ زيوت و دهون
- ☐ مشروبات غازية
- ☐ معجنات

➢ **تقييم دور الابتكارات التكنلوجية في الشركة**

<u>قسم الانتاج</u>

6. من اي جهة اثرة الابتكارات التكنولوجية على الشركات ؟

- ☐ من ناحية المنتجات
- ☐ من ناحية التعبئة و التغليف
- ☐ من ناحية التوزيع
- ☐ من ناحية العلامة التجارية

7. هل التكنولوجيا الحديثة وجدة البديل للمواد الخام الغالية ؟

- ☐ نعم
- ☐ لا

8. كيف اثر الابتكار التكنولوجي على جودة الانتاج ؟

- ☐ ايجابي
- ☐ سلبي
- ☐ لم يؤثر

9. رأي المستهلكين حول تغيير تغليف الجديد للمنتج ؟

- ☐ تغيير جذاب
- ☐ لم يتغير كثيرا
- ☐ لم يشكل فرق

<u>تعاملات العمال</u>

10. هل تقلل التكنولوجيا الحديثة من عدد العمال ؟

- ☐ نعم
- ☐ لا

11. نسبة تقليل نسبة العمالة بسبب الابتكارات التكنولوجيا الحديثة ؟

- ☐ اكثر من 50%
- ☐ 30%
- ☐ 20%
- ☐ اقل من 10%

12. كيف كان تكيف العمال مع التكنولوجيا الحديثة ؟

- بشكل مريح
- بعض الصعوبات
- العمال بحاجة الى تدريب

13. كيف تطور نظام التوزيع في ظل التطور التكنولوجي الحديث ؟

- سهولة تحديد نقاط البيع
- توسيع قنوات التوزيع و ترتيبها
- تطور اليات التوزيع في نقل السلع

قسم التسويق

14. في ظل التطور الملفت في مواقع التواصل الاجتماعي ما هي طرق التسويق الاكثر اعتمادا لدى الشركة ؟

- الاعلانات العادية
- Google ads
- فرع التسويق بالعمولة
- تحديد جودة الذوق عن طريق التجربة الاجتماعية

15. هل ساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار العلامة التجارية للشركة و مصداقية الشركة ؟

- نعم
- لا

16. اذا اعتمدة الشركة على اعلانات السوشل ميديا ما هو نوع الفيديوا المستخدم لاستهداف العملاء ؟

- التعامل مع رواد التواصل الاجتماعي
- فيديوا انشئ بجرافيك ديزاين
- فيديوا انشئ بلموشن جرافك

17. كيف تطور التغليف في ظل التكنولوجيا الحديثة ؟

- الحجم و الالوان
- تبديل المادة المستخدمة في التصنيع
- تغيير الشعار الموضوع فيه

قسم الخدمات

18. كيف ساعدة هذه الابتكارات الشركة في تحسين علاقتها مع الزبائن ؟

- تطوير شبكاتها في مجال استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال
- بتصميم خدماتها واستحداث في إستراتيجيتها ونظم الرقابة عليها
- ستقطاب تقنيات جديدة للعمل على رفع خدماتها مقارنة بالمنافسين

19.و من اجل تحسين حملتها التسويقية لجذب الزبائن ؟

- بإجراء تغيرات في تصميم ونوع الخدمة المقدمة تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة

- تقديم عروض تكنولوجيا جديدة ذات تدفق عالى موجهة إلى الزبائن الخواص
- بإضافة خدمات متميزة ومبتكرة مقارنة بالمنافسين
- تقديم عروض مجانية بغية زيادة عدد المشتركين في خدماتها

20. ما هي اهم مميزات خدمة ما بعد البيع بالاعتماد على الابتكارات التكنلوجية ؟

- توحيد المواقع الالكترونية للمؤسسة في موقع واحد لتسهيل عملية الوصول إلى المعلومات
- تطوير خدماتها كقاعدة على شكاوي وأراء الزبائن.
- بقاء الشركة على اتصال دائم مع الزبائن عن طريق الايميل و تقديم عروض مجانية في حالة اعادة الشراء

شكرا لكم مقدما على مشاركتكم

الملحق رقم 6: قائمة الشركات

اسم الشركة	TEL	EMAIL	عمل الشركة
AGRIDOV (Alger)	/	/	طحن الحبوب و صناعة الفارينا
ONALAIT Pour le lait (Alger)	/	/	مصنع لصناعة الحليب و مختلف انواع الاجبان
Biscuit Weaver (Alger))	/	/	صنع بسكويت وطني مغطى بالشكولاتة اسمه ويفر
CANDIA (Alger)	/	/	صناعة الحليب و الحليب و الشوكولاتة و و غيرها
Ambassadeur (Alger)	023 74 16 04	/	صناعة شوكولاتة وطنية و مختلفة الاذواق
RAMY (Alger)	/	/	مشروب وطني و عصير فواكه
DANON (Alger)	/	/	ياغورط بكل الاذواق و هو منتوج عالمي
AROMA COFFEE (Alger)	/	/	هي قهوة عصرية و منتوج وطني
MINA (Alger)	/	/	شوكولاتة وطنية و منتوج اصلي
FRUITAL COCA COLA (rouiba)	/	saidothmani@yahoo.fr	المشروبات الغازية الحلوة
ABC PEPSI (rouiba)	0021811348	/	المشروبات الغازية السكرية
Hamoud boualem (alger)	00404767021	/	مشروب غازي منتوج البلاد
ifri oliVe (béjaia)	/	Ifri.dz@hotmail.com	متخصصون في مجال انتاج اجود زيت الزيتون
Nca rouiba (alger)	/	WWW.rouiba.dz	من الشركات الرائدة في انتاج العصائر و الحليب و المعلبات
CeVital LLC (alger)	/	WWW.CeVital.FR	متخصصة في صناعة المرغورين و الزيوت
Promasidor (alger)	/	WWW.promsidor.com	شركة رائدة في قطاع الحليب المجفف مع العلامة التجارية لويا
Vitajus	/	WWW.Vitajus.com	متخصصون في مجال

(blida)			تصنيع مشروبات عصير الفواكه
Eaux minerales ain romana,sarl (blida)	+21325248647	/	المشروبات الغازية المرة بالليمون او البرتقال
BISCUITERIE PTIT CHEFF (alger)	+21323561235	/	صناعة المعجنات و الكعك و الفطائر الصغيرة وبسكويت
FIF FINE INDUSTRIE FOOD (alger)	/	industriefood@gmail.com	صناعة زبدة الكاكاو و الشوكولاتة البندق و الخردل الصلصات الغذائية
SOYATECHN NUTRITION ET SANT (blida)	/	benhassen@aol.com	شركة تصنيع حليب الدسم و حليب مبستر و حليب نصف الدسم و اجبان بيضاء واجبان معلبة
GLOBAL MILK (alger)	+21323706979	/	شركة منتجات الجبن و قهوة الهند باء وقهوة سريعة الذوبان و كبسولة القهوة
BUENOLFOOD (alger)	+231551575558	/	صناعة بسكويت مالح و ويفر محشو و منتجات الكاكاو و الشوكولاتة
TDMAIKT COMPLEXE INDUSTRIEL ET COMMERCIAL DE (tizi ouzou)	/	/	دقيق حبوب و السميد و دقيق القمح الطري و دقيق القمح القاسي و دقيق
Plamaryfood (alger)	/	plamaryfood@gmail.com	من اشهر منتجاتها شكولاتة ماكسون

المصدر : من اعداد الطالب (من مصادر مختلفة) ، 2022

الملحق 7:

```
/VARIABLES=س1 س2 س3 س4 س5 س6 س7 س8 س9 س10 س11 س12 س13 س14 س15
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE
/SUMMARY=TOTAL.
```

الموثوقية:

المقياس : كل المتغيرات

ملخص معالجة الملاحظات

		N	%
Observations	Valide	25	96,2
	Exclue[a]	1	3,8
	Total	26	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

الاحصائيات الموثوقية

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,953	20

ملخص : الهدف من هذه الدراسة هو التحقق من مدى تاثير الابتكارات التكنلوجية على الشركات الاغذية الزراعية في الجزائر , و لهذا السبب تخصصنا في بحثنا حول صناعة الاغذية الزراعية في الجزائر و اعتمدنا في دراستنا على معايير محددة و منها الى اي مستوى اعتمدة شركات الاغذية على الابتكارات التكنلوجية و هل مست جميع المجالات الاساسية في نشاط الشركة و كيف كان تاثيرها على جودة و مصداقية الشركة .

اعتمدت الدراسة على تصميم تحليلي وصفي. تم اختيار عينة عشوائية من 25 شركة. تم الحصول على البيانات IBMSPSSو EXCEL باستخدام استبيان ميداني،

الكلمات المفتاحية : الابتكارات , الابتكارات التكنولوجية , الشركة , صناعة الاغذية , الاقتصاد الجزائري

Résumé: L'objectif de cette étude est de vérifier l'impact des innovations technologiques sur les entreprises agricoles alimentaires en Algérie, C'est pourquoi nous nous sommes spécialisés dans nos recherches sur l'industrie alimentaire agricole en Algérie, et nous avons adopté dans notre étude des critères spécifiques, et de là à quel niveau les entreprises alimentaires comptaient sur les innovations technologiques et affectaient-elles toutes les principales zones de l'activité de l'entreprise et comment elle affectait la qualité et la crédibilité de l'entreprise .
L'étude s'est appuyée sur une conception analytique descriptive. Un échantillon aléatoire a été choisi parmi 25 entreprises. Les données IBMSPSS et EXCEL ont été obtenues à l'aide d'un questionnaire sur le terrain,

***Mots-clés*: innovations, innovations technologiques, entreprise, industrie alimentaire, économie algérienne**