

تمهيد

فرضت التحولات الاقتصادية الراهنة والانفتاح الاقتصادي الذي شهده العالم من اتفاقيات ثنائية وانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة؛ على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تريد البقاء، أن تقوم بتطوير نفسها باستعمال مختلف الطرق والوسائل والأساليب، ومن بينها برنامج التأهيل الذي تبنته كل من المغرب وتونس والجزائر، كأداة فعالة للرفع من القدرة التنافسية لمؤسساتها الصغيرة والمتوسطة في ظل إمضائهم لاتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، ودخولهم لمنطقة التجارة الحرة واشتداد المنافسة مع السلع والمنتجات الأوروبية.

وقد أسفرت النتائج عن نجاح هذا البرنامج في تونس التي وفرت له كل السبل والامكانيات المادية والبشرية، وفي المقابل فشله في المغرب والجزائر بسبب عدة مشاكل داخلية وخارجية رغم المجهودات الكبيرة التي بذلتها السلطات في البلدين لإنجاحه.

وسنحاول في هذا الفصل معرفة ما إذا كان تطبيق هذا البرنامج في الدول الثلاثة مبني على دراسات مسبقة مهيكلة على أساس الفروع التنافسية للاقتصاد الوطني لكل دولة أم كان غير مدروس.

وعليه فقد قسمنا هذا الفصل إلى أربعة مباحث وهي:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التنافسية والفروع الاستراتيجية.

المبحث الثاني: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي ومدى استعمالها ضمن استراتيجية التأهيل التي تبناها المغرب.

المبحث الثاني: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي ومدى استعمالها ضمن استراتيجية التأهيل التي تبنتها تونس.

المبحث الثالث: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري ومدى استعمالها ضمن استراتيجية التأهيل التي تبنتها الجزائر.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التنافسية والفروع الاستراتيجية

تعد التنافسية من المفاهيم الحديثة نسبياً، فقد ظهرت مع انتشار ظاهرة التحرر الاقتصادي العالمي، إذ أصبح لزاماً على الدول الاهتمام بقدرتها التنافسية لمواجهة المنافسة الخارجية. لهذا سنحاول من خلال هذا المبحث، التعرف على التنافسية ومؤشرات قياسها، وكذا علاقتها بالفروع الاستراتيجية.

المطلب الأول: التنافسية ومؤشرات قياسها

تعددت التعاريف الموجهة للتنافسية باعتبارها مفهوماً واسعاً يأخذ عدة أبعاد؛ فهي تمتاز بالتعقيد والغموض مما يجعل من الصعب تقديم تعريف محدد لها، ولقد اختلف الباحثون حول مضمونه، حيث يرى البعض أن التنافسية فكرة واسعة تضم الإنتاج الكلي والمستوى المعيشي والنمو الاقتصادي، في حين يرى البعض أن مفهومها ضيق يرتكز على تنافسية السعر والتجارة.

1. مفهوم التنافسية

يختلف مفهوم التنافسية حسب المعنى الموجه إليه، سواء عن مؤسسة أو قطاع أو دولة، فإذا كان التعريف عن المؤسسة، فالتنافسية هنا تتجه لكسب حصة في السوق الدولية أو المحلية على حد سواء. أما إذا كان التعريف موجه لقطاع النشاط، فهنا يتجه المفهوم للتنافسية مجموعة من المؤسسات العاملة في هذا القطاع. وإذا كنا نتكلم عن تنافسية دولة فهي تسعى لتحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد فيها. ويمكن ملاحظة ذلك من خلال النقاط التالية:

1.1. التنافسية على مستوى المؤسسة

تعددت تعاريف التنافسية بالنسبة للمؤسسة، ويمكن إيجازها فيما يلي:

– "القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتجديد"¹.

– "قدرة المؤسسة على تلبية الرغبات المختلفة والمتنوعة للمستهلكين، وذلك بتوفير منتجات وخدمات ذات جودة معينة وسعر معين، بشكل أكثر كفاءة من المنافسين الآخرين في السوق، ويستطيع المشتري شراءها من جميع أنحاء العالم، مما يحقق نجاحاً مستمراً للمؤسسات على الصعيد العالمي والصعيد المحلي، في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة، وذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج المستخدمة"².

¹ فريد راغب النجار، المنافسة والترويج التطبيقي: آليات الشركات لتحسين المراكز التنافسية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية، 2000، ص 11.

² المرصد الوطني للتنافسي السوري، التنافسية في الفكر الاقتصادي، الجمهورية العربية السورية، جويلية 2011، ص 4.

- "هي القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المنشآت الأخرى"¹.
- "هي التي تقدم منتجات ذات نوعية جيدة وبتكلفة منخفضة مقارنة مع منافسيها المحليين والدوليين بما يضمن تحقيق الربح على المدى البعيد"².
- وتعرف كذلك بأنها: "قدرة المؤسسة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية، مما يعني نجاحا مستمرا على الصعيد العالمي في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة، ويتم ذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج الموظفة في العملية الإنتاجية وهي العمل ورأس المال والتكنولوجيا"³.

2.1. التنافسية على مستوى الدولة

- يختلف تعريف التنافسية على مستوى الدولة حسب درجة تطور الاقتصاد كما يلي⁴:
- **حسب الدول المتقدمة:** "قدرة دولة ما على الحفاظ على موقعها الريادي في الاقتصاد العالمي، من خلال الابداع والابتكار، وذلك بعد أن قامت بتحقيق الاستخدام الأمثل لعوامل الإنتاج.
 - **حسب الدول النامية:** "قدرة الدولة على النمو والحصول على حصة سوقية في المجالات التي تتوفر فيها فرصة لتحويل الميزات النسبية التي تملكها إلى مزايا تنافسية، بالإضافة إلى إيجاد المزيد من المزايا التنافسية، عبر تبني مجموعة من الإصلاحات الهيكلية والسياسات الاقتصادية المناسبة".
 - **حسب معهد التنافسية الدولية:** "هي قدرة البلد على أن ينتج أكثر وأكفا نسبيا، أي بتكلفة أقل من خلال تحسين الانتاجية واستعمال الموارد بجودة عالية وفقا للمواصفات العالمية وحسب المعلومات المتوفرة في السوق، وأن يبيع أكثر من السلع المصنعة والتحويل نحو السلع عالية التصنيع والتقانة ذات قيمة مضافة عالية سواء في السوق المحلية أو الأجنبية، حتى يتحصل على عوائد أكثر"⁵.
 - **تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:** "التنافسية الدولية هي الرفع النسبي للقدرة على توليد المدخيل من عوامل الإنتاج، بالإضافة إلى توليد مستويات عمالة مستدامة لعوامل الإنتاج، وفي الوقت نفسه المقدرة على التعرض للمنافسة الدولية"⁶.
 - **تعريف المجلس الأوروبي:** "القدرة على التحسين المستمر لمستوى المعيشة لمواطنيها، وزيادة مستوى التشغيل والتماسك الاجتماعي"⁷.

1 كمال رزيق وبوزعور عمار، التنافسية الصناعية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مداخلة مقدمة الى الملتقى الوطني الأول حول الاقتصاد الجزائري في اللفية الثالثة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 22 ماي 2002، ص2.

2 أحمد بلالي، الميزة التنافسية ونموذج الإدارة الاستراتيجية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 11، ماي 2007، ص 249.

3 كمال رزيق وبوزعور عمار، مرجع سبق ذكره، ص 2.

4 المرصد الوطني التنافسي السوري، مرجع سبق ذكره، ص 4.

5 وديع محمد عدنان، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، سلسلة تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط الكويت، العدد 24، ديسمبر 2003، ص6.

6 نوري منير، تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة الاقتصادية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 4، ص 23.

7 المرصد الوطني التنافسي السوري، مرجع سبق ذكره، ص 5.

– **تعريف المنتدى العالمي للاقتصادي:** " قدرة البلد على تحقيق معدلات نمو عالية مستدامة لحصة الفرد من الناتج الاجمالي"¹.

وتقاس تنافسية بلد ما بقدرته على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى المعيشة لأفراده، وأهم المحددات التي تؤثر في هذه القدرة هي معدل الصادرات ومستوى تدفق الاستثمار الأجنبي، لما لهما من أثر كبير في رفع معدل الدخل الفردي إذا ما تم توجيههما إلى قطاعات ذات قيمة مضافة عالية.

3.1. التنافسية على مستوى القطاع

يمكن تعريفها على المستوى القطاعي كما يلي:

– "هي قدرة المؤسسات في قطاع صناعي معين لدولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، ومن أهم مؤشرات الربحية الكلية للقطاع وميزانه التجاري ومحصلة الاستثمار الأجنبي المباشر إضافة إلى مقاييس متعلقة بالكلفة والجودة"².

وبهذا، فإن تنافسية قطاع معين مرتبطة بمدى نجاح هذا القطاع في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم الحكومي، حتى يتميز عن باقي القطاعات الأخرى ويستطيع المنافسة في الأسواق العالمية.

– كما يمكن تعريفها بأنها: "قدرة القطاع على تحقيق القيمة المضافة العالية، ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات مرنة، تتماشى مع التطورات الاقتصادية وضمن آليات فعالة لقوى السوق من ناحية الموردين والمستهلكين، بالإضافة إلى حرية الدخول إلى سوق العمل والخروج منه"³.

2. أنواع التنافسية

يتميز العديد من الخبراء والاقتصاديين التنافسية في عدة أنواع مثل⁴:

– **التنافسية السعرية:** تعني أن البلد ذو تكاليف أرخص يتمكن من تصدير السلع إلى الأسواق الخارجية بصورة أفضل، وهنا ويدخل أثر سعر الصرف الذي يتحكم في قدرتها التنافسية.

– **التنافسية غير السعرية:** تنقسم إلى التنافسية النوعية والتنافسية التقنية كما يلي:

✓ **التنافسية النوعية:** تعتمد على انتاج منتجات ذات جودة عالية والتي يمكن تصديرها بأسعار مرتفعة.

✓ **التنافسية التقنية:** تعتمد هذه التنافسية على الصناعات عالية التقنية ذات القيمة المضافة المرتفعة.

1 المرصد الوطني للتنافسي السوري، مرجع سبق ذكره، ص 5.

2 كمال رزيق وبوزعرور عمار، مرجع سبق ذكره، ص 2.

3 المرصد الوطني للتنافسي السوري، مرجع سبق ذكره، ص 4.

4 المرجع نفسه، ص 8.

- **التنافسية الكامنة:** تتركز على الجوانب التي تساهم في زيادة التنافسية على المدى الطويل، مثل الاستثمار في رأس المال البشري والابتكار.
- **التنافسية الجارية:** وهي تتركز على مستوى التنافسية الحالية، ومناخ الأعمال، والعمليات التي تقوم بها المؤسسات واستراتيجيتها.
- وتدفع الأبعاد الأساسية في التنافسية إلى الاهتمام بجوانب عديدة منها¹:
- **مستوى التحليل:** يجب أن يكون من المستوى الأقل إلى المستوى الأعلى، اعتباراً من مستوى المشروع أو المنتج إلى مستوى القطاع، ثم مستوى البلد وحتى على مستوى الإقليم.
- **الشمول:** وتكون عن طريق تحقيق الأهداف بأقل التكاليف وقوة الفعالية والإختيار الصحيح للغايات.
- **النسبية:** حيث أن التنافسية في جوهرها تعني مقارنة نسبية بين الاقتصاديات سواء كانت بلدانا أو مؤسسات أو أقسام في المؤسسة الواحدة، أو بين فترتين زمنيتين.

3. مؤشرات قياس التنافسية

هناك العديد من المؤشرات المستعملة في قياس التنافسية، إلا أنها تختلف في محتواها باختلاف مستويات التحليل سواء على مستوى الدولة أو القطاع أو المؤسسة.

3.1. مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة

هناك أربعة مؤشرات تقاس بها التنافسية على مستوى المؤسسة وهي:

3.1.1. الربحية

تشكل الربحية مؤشراً كافياً على التنافسية الحالية، وتشكل الحصة من السوق مؤشراً على التنافسية والربحية إذا كانت المؤسسة تعظم أرباحها، وتتعلق القيمة الحالية لأرباح المؤسسة بقيمتها السوقية، وتعتبر الهدف المبدئي والمقياس الأفضل للكفاءة في العمل التنافسي²، كما تعتبر الربحية قياساً للعائد في صورة الأرباح التي يحصل عليها المساهمون لاستثماراتهم في المؤسسة والتي تتكون من³:

- **عائد حقوق الملكية:** وهي تعبر عن نسبة الربحية فيما يتعلق برأس المال الذي يقدمه المساهمون؛
- **عائد رأس المال:** تهدف هذه النسبة إلى تقديم المعلومات عن أداء المؤسسة بالتركيز على الكفاءة التي يستخدم معها رأس المال.

وإذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق تمتد إلى فترة من الزمن، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بقيمتها السوقية، ويمكن قياس تنافسية المؤسسة بواسطة مؤشر توبين (TOBIN)

¹ معموري صورية وشيخ هجيرة، محددات وعوامل نجاح الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010، ص3.

² وديع محمد عدنان، القدرة التنافسية وقياسها، مرجع سبق ذكره، ص11.

³ لحول سامية، التسويق والمزايا التنافسية، دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص تسويق المؤسسات، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2008، ص 76.

والذي يساوي (النسبة السوقية للدين أو رؤوس الأموال الخاصة للمؤسسة/تكلفة استبدال أصولها)، فإذا كانت هذه النسبة أكثر من الواحد فإن المؤسسة تعتبر تنافسية. أما إذا كان المؤشر أقل من الواحد فإن المؤسسة تعتبر غير تنافسية.

2.1.3. التكلفة

تكون المؤسسة تنافسية حسب النموذج النظري للمنافسة، إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة أقل من سعر منتجاتها في الأسواق؛ وهذا لارتفاع إنتاجيتها، كما يكون بسبب انخفاض تكاليف عوامل الإنتاج أو السببين السابقين معاً، ويمكن أن تفسر الإنتاجية المرتفعة على أنها تسيير فعال وجيد من طرف مسيري المؤسسة، كل هذا في حالة قطاع نشاط ذي منتجات متنوعة. أما إذا كان قطاع النشاط ذو منتجات متجانسة، فإن تكلفة الصنع المتوسطة تكون مرتفعة مقارنة بالمنافسين¹.

3.1.3. الإنتاجية

يقصد بالإنتاجية نسبة: (النتائج المحصل عليها / الوسائل المسخرة لتحقيقها)، أي الفاعلية التي تحول المؤسسة من خلالها عوامل الإنتاج كمدخلات إلى منتجات التي تعتبر كمخرجات². ويمكن التمييز بين ثلاث أنواع من مؤشرات الإنتاجية³:

- الإنتاجية الجزئية: تمثل النسبة بين مجموع المخرجات وأحد المدخلات؛
- الإنتاجية متعددة العوامل: وهي مجموع المخرجات منسوبة إلى مجموعة فرعية من المدخلات؛
- الإنتاجية الكلية: وهي مجموع المخرجات منسوبة إلى مجموع المدخلات، بحيث تعتبر من المؤشرات الكلية التي يعتمد عليها في قياس تنافسية الصناعة أو المؤسسة وذلك بسبب شموليتها.

4.1.3. الحصة السوقية

يعتبر نصيب المؤسسة من مبيعات السوق أحد المؤشرات الجيدة للحكم على تنافسيتها، ومدى تحقيقها لأهداف النمو والاستمرار وكمؤشر لاستحواذها على جزء من السوق، وتسعى كل مؤسسة للحصول عليه من خلال مبيعاتها في السوق الذي تعمل فيه. حيث يكون هذا الهدف ملائماً إذا كان السوق ينمو وكانت هناك فرصاً مستقبلية تسعى إلى اغتنامها، ويتأثر نصيب المؤسسة في السوق عموماً بالطاقة الحالية للإنتاج وسهولة أو صعوبة دخول المنافسين إليه⁴.

1 عميش عائشة وحدادو علي، مؤشرات قياس التنافسية ووضعيتها في الدول العربية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010، ص5.

2 ودبع محمد عنان، مرجع سبق ذكره، ص11.

3 لحول سامية، مرجع سبق ذكره، ص77.

4 المرجع نفسه، ص78.

2.3. مؤشرات قياس تنافسية قطاع النشاط

يمكن قياس تنافسية قطاع النشاط بعدة مؤشرات تتمثل في حساب المتوسطات الرياضية لمعرفة تنافسية القطاعات الاقتصادية ونذكر:

1.2.3. مؤشر التكاليف والإنتاجية

يقيس هذا المؤشر تنافسية قطاع النشاط، بحيث يكون فرع النشاط تنافسياً إذا كانت الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج أكبر أو تساوي الإنتاجية الكلية للمؤسسات الأجنبية المنافسة لها، أو كان مستوى متوسط تكاليف الوحدة يساوي أو أقل من تكاليف الوحدة لمنافسيها الأجانب. ويمكن حساب تنافسية تكلفة اليد العاملة لفرع النشاط i في البلد z في الفترة t بواسطة المعادلة التالية¹:

$$ULC_{ijt} = \frac{W_{ijt}XR_{jt}}{(Q|L)_{ijt}}$$

حيث :

- W_{ijt} تمثل معدل أجر الساعة في فرع النشاط i والبلد z خلال الفترة t .
 - XR_{jt} تمثل معدل سعر الصرف للدولار الأمريكي بعملة البلد z خلال الفترة t
 - $(Q|L)_{ijt}$ تمثل الإنتاج الساعي في فرع النشاط i والبلد z خلال الفترة t .
- ويصبح من الممكن التعبير من خلال المعادلة التالية عن "التكلفة الوحديّة لليد العاملة النسبية" مع البلد K كما يلي:

$$RULC_{ijkt} = \frac{ULC_{ijt}}{ULC_{ikt}}$$

- ويمكن أن ترتفع ULC للبلد z بالنسبة إلى مثيلاتها للبلدان الأجنبية لسبب أو أكثر نوجزها فيما يلي²:
- أن يرتفع معدل الأجور والرواتب بشكل أسرع مما يجري في الخارج؛
 - أن ترتفع إنتاجية اليد العاملة بسرعة أقل من الخارج؛
 - ارتفاع قيمة العملة المحلية بالقياس لعملات البلدان الأخرى.

2.2.3. مؤشر التموضع في السوق

يقيس لنا هذا المؤشر التموضع في السوق من خلال قياس نسبة الرصيد التجاري إلى التجارة العالمية، بمقارنة البلدان في سوقها وبحسب كما يلي³:

¹ Donald Mc Fetridge, Competitiveness: Concepts and Measures, Occasional Paper No 5, 1995, Industry Canada, p 12.

² Ibid, p 13.

³ Base de donnés .cepii, indicateurs, CHELEM (Comptes Harmonisés sur les Echanges et L'Economie mondiale), p1, sur le site www.cepii.fr/.

$$S_{ik}^n = 100. \frac{X_{ikt}^n M_{ikt}^n}{W_{kt}^n}$$

حيث:

- X_{ikt}^n صادرات البلد i من المنتج k خلال السنة t .
- M_{ikt}^n واردات البلد i من المنتج k خلال السنة t .
- W_{kt}^n الصادرات العالمية للمنتج k خلال السنة t .

3.2.3. مؤشر الميزة النسبية الظاهرة

أول من استعمل هذا المؤشر هو الاقتصادي بيلا بلاسا **Béla Balassa**¹، حيث كان يعتمد في حسابه على صادرات البلد، واعتبرت هذه الطريقة كلاسيكية لأنها لا تأخذ بعين الاعتبار حجم السوق العالمي والميزان التجاري، وبعدها جاء بورتر Porter سنة 1990 بمقياس لقياس التنافسية مستنداً على الميزة النسبية الظاهرة، حيث يمكن أن يكون فرع النشاط متضمناً في آن واحد منتجات يمتلك البلد فيها ميزة نسبية ومنتجات يعاني فيها عكس ذلك، إذ أن فرع النشاط الذي يمتلك البلد فيه الميزة النسبية الظاهرة، يمكن أن يكون أكثر أو أقل إنتاجية من الفروع المناظرة له في الخارج، أو أن معدل نمو إنتاجيتها أكثر سرعة أو أكثر بطئاً. ويتضمن مصدر الميزة النسبية تكاليف عوامل الإنتاج (من الموارد الطبيعية والبشرية) والمدخل إلى الأسواق (الميزة الجغرافية وتكلفة النقل)، والابتكار (يتعلق بثروات رأس المال البشري، أي الوفرة في اليد العاملة المتخصصة والخدمات المهنية). وهكذا تكون الميزة النسبية لتلك الفروع من النشاط التي تستهلك الكثير من هذه العوامل الإنتاجية (رأس المال البشري) أو ذات المدخل المسير إلى الثقافة (القرب من الموردين الرئيسيين لها)². ويمكن حسابه لبلد ما Z لمجموعة منتجات أو فرع نشاط i بصيغتين كما يلي:

- **مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الأولى (ACR1)**: ينطلق هذا المؤشر من مبدأ أنه إذا لم يكن للبلدان ميزة مطلقة، فإنهم يملكون ميزة أو عدة ميزات نسبية، كما يعتمد في حسابه على الميزان التجاري وحجم السوق الوطني عكس الصيغة التقليدية لبلاسا Blassa، والهدف من حساب هذا المؤشر هو معرفة نقاط القوة والضعف؛ أي الفرص والتحديات لاقتصاد ما من أجل النهوض بالصناعة. ويتم حسابه كما يلي³:

$$ACR1_{ik} = \frac{1000}{Y_i} \left[(X'_{ik} - M'_{ik}) - \frac{X'_{ik} + M'_{ik}}{X'_i + M'_i} (X'_i - M'_i) \right]$$

حيث:

¹ **Béla Balassa** est un économiste Hongrois, né à Budapest, le 6 avril 1928, et mort à Washington, le 10 mai 1991.

² كمال رزيق ومسعود فارس، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول "المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، الجزائر، 22 و23 أبريل 2003، ص 205.

³ Alix De Saint Vaulry, Base de données CHELEM – Commerce international du CEPII, N9, Juin 2008, p 43.

$$X'_{ik} = X_{ik}e_k^t, \quad M'_{ik} = M_{ik}e_k^t$$

$$X'_i = \sum_k X'_{ik}, \quad M'_i = \sum_k M'_{ik}$$

$$W^r = \sum_k W_k^r, \quad W^t = \sum_k W_k^t$$

ويتم حساب معامل التعديل e_k^t كما يلي:

$$e_k^t = \frac{W_k^r/W^r}{W_k^t/W^t}$$

– Y_i : الناتج الداخلي الخام للبلد i .

– X'_i : الصادرات الإجمالية المعدلة للبلد i .

– M'_i : الواردات الإجمالية المعدلة للبلد i .

– X'_{ik} : صادرات البلد i من المنتج k المعدلة.

– M'_{ik} : واردات البلد i من المنتج k المعدلة.

وعندما يكون مؤشر الميزة النسبية الظاهرة أكبر من الواحد ($ACR1 > 1$)، فإن البلد i يملك ميزة

نسبية ظاهرة للمنتج k .

وجهت عدة انتقادات لهذا المؤشر إذا أخذنا بعين الاعتبار مجموع السلع والخدمات معا، وليس المبادلات عن طريق السلع فقط، بالإضافة إلى طريقة حساب الناتج الداخلي الخام وترجيح المبادلات من الصادرات والواردات، كل هذه النقائص أدت إلى ظهور الصيغة الثانية لحساب هذا المؤشر.

– مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ($ACR2$): يتم حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة بالصيغة الثانية للبلد i بالنسبة للمنتج k ، والذي نرمز له بالرمز ($ACR2_{ik}$) كما يلي¹:

$$ACR2_{ik} = \frac{1000}{YPPA_i} \left[(X'_{ik} - M'_{ik}) - \frac{W_k}{W} (X'_i - M'_i) \right]$$

$YPPA_i$: الناتج الداخلي الخام للبلد المحسوب على أساس تعادل القدرة الشرائية.

3.3. مؤشرات تنافسية الدولة

عند القيام بقياس القدرة التنافسية لبلد ما؛ يجب أن نأخذ بعين الاعتبار كل المتغيرات الاقتصادية التي تعكس هذه التنافسية بشكل مباشر أو غير مباشر، والتي يمكن استعمالها لقياس المؤشرات التي تبين لنا القدرة التنافسية لبلد مقارنة مع البلدان الأخرى المنافسة له في السوق العالمية، وهذه المؤشرات هي:

¹ Alix De Saint Vaulry, op-cit, p 45.

1.3.3. مؤشر نمو الدخل الحقيقي للفرد والإنتاجية

يعتبر الدخل الحقيقي للفرد المقياس الحقيقي للتنمية، فهو يسهل قياس تطور الدولة ورفاهيتها ونمو الإنتاجية، الذي هو مؤشر لتطور المجتمع ومقياسا حقيقيا لقدرته ومفتاحا للتنمية والتقدم، وبالتالي فهما مفهومان مترابطان مع بعضهما البعض، فالدخل الحقيقي للفرد يعتمد على إنتاجية العوامل الكلية وعلى الموارد المادية والمالية من رأس المال والموارد الطبيعية، وإن الارتفاع في إنتاجية العوامل الكلية يزيد من دخل الفرد، نفس الشيء بالنسبة للزيادة في ثروة البلد من الموارد الطبيعية ورأس المال تعتبر عامل مهم لزيادة الدخل الحقيقي للأفراد وكذلك الرفاهية. يؤدي ارتفاع الإنتاجية إلى ارتفاع الصادرات والتخفيض من الواردات، كما يؤدي إلى تحسين تجارة البلد.

تلعب قيمة العملة دورا مهما في ارتفاع الدخل الحقيقي للفرد، خاصة إذا كانت مرتفعة مقارنة مع عملة الدول الأخرى. فإذا كان الطلب العالمي مرتفع فإن كل زيادة في إنتاجية تؤدي إلى زيادة في الصادرات، وبالتالي ارتفاع ثروة البلد التي تؤدي إلى ارتفاع الدخل الحقيقي¹.

2.3.3. تركيبة الصادرات

يعتمد في قياس تنافسية البلد على مؤشر الصادرات، والذي هو مرتبط ارتباطا وثيقا بالإنتاجية، هذه الأخيرة تؤدي إلى زيادة الصادرات، ويتم حساب مؤشر الصادرات باستخدام قيمة الصادرات لدولة ما منسوبة إلى القطاعات ذات القيمة المضافة العالية لكل عامل أو إلى القطاعات ذات التقنية العالية. فإذا كانت هذه النسبة مرتفعة فهذا يدل على وجود ميزة نسبية للقطاعات وبالتالي تكون الأجور مرتفعة رغم هذا فإن ارتفاع الأجور، لا يكون دائما دليل على إنتاجية البلد أو ارتفاع الدخل الحقيقي للأفراد، بل يعني أن الإنتاجية تزيد في القطاعات التي تكون فعالة².

3.3.3. الحصة السوقية

من المهم للمؤسسة أو القطاع أو الدولة أن تكسب حصة في السوق الذي تنشط فيه لأنه يوفر لها فرصة للنمو والازدهار، خاصة إذا كانت الإنتاجية مرتفعة، كما أن الحصة السوقية مرتبطة بنوع السوق إذا كان مزدهرا أم لا. فتحقيق القدرة التنافسية مرتبط بمدى اكتساب حجم الحصة السوقية في سوق مزدهر³.

¹ ودبع محمد عدنان، مرجع سبق ذكره، ص20.

² المرجع نفسه، ص 21.

³ المرجع نفسه، ص 22.

4.3.3. رصيد الميزان التجاري

تقترن القدرة التنافسية للبلد في معظم الأحيان بوجود فائض في الميزان التجاري؛ أي الصادرات أكبر من الواردات، إلا أن ارتفاع الصادرات مرتبط ارتباطاً مباشراً بحجم الطلب العالمي وكذلك الحصة السوقية للبلد من التجارة العالمية.

المطلب الثاني: الميزة التنافسية وسلسلة القيمة

يشغل مفهوم الميزة التنافسية حيزاً كبيراً في مجال المؤسسات، وقد برز هذا المفهوم مع تقديم بورتر (Porter) لمفهوم الاستراتيجيات التنافسية لمؤسسات الأعمال. حيث أشار إلى أن العامل الأهم لنجاح المؤسسة هو الموقف التنافسي لها في الصناعة التي تعمل بها. وتعتبر سلسلة القيمة لبورتر أحد المعايير المهمة التي تقاس بها الميزة التنافسية للمؤسسة، لهذا سنحاول من خلال المطلب التالي وضع الأطر الأساسية للميزة التنافسية وسلسلة القيمة.

1. تعريف الميزة التنافسية

تعتبر الميزة التنافسية امتداداً لمفهوم الميزة النسبية التي وضعها ريكاردو (Recardo)، حيث يرى أن الدولة لديها ميزة نسبية تتميز بها عن غيرها، لذلك يقترح أن تخصص كل دولة في إنتاج السلع التي تملك فيها ميزة نسبية أعلى من الدول الأخرى، مثل تخصص الهند في إنتاج الشاي والبرازيل في إنتاج القهوة، ثم تقوم كل دولة بمقايضة الدولة الأخرى وبذلك تتحقق الميزة النسبية. وتعتمد الميزة النسبية على ما تتمتع به الدولة من موارد طبيعية وبشرية متوفرة، بالإضافة إلى المناخ المناسب والموقع الجغرافي المتميز¹.

ويُعتبر ميشال بورتر (Porter Michael) أول من وضع أسس الميزة التنافسية، التي تعتمد على إنتاج سلع وخدمات ذات خصائص فريدة ومتميزة، من خلال الاعتماد على التقانة والعنصر الفكري واحتياجات ورغبات المستهلك. ويمكن تعريفها فيما يلي:

– تنتج الميزة التنافسية، حسب (Porter Michael)، من القيمة التي يمكن للمؤسسة أن تقدمها لزيائنها ومن التكاليف التي تتحملها لتحقيق هذه القيمة، ويتمثل عائد المؤسسة في القيمة التي يكون الزبون مستعداً لدفعها، إذ يمكن للمؤسسة تحقيق عائد مرتفع عندما تبيع منتجات لها نفس خصائص منتجات المنافسين لكن بأسعار أقل، أو عند توفير منتجات لها خصائص فريدة وبأسعار مرتفعة، فحسب (Porter)؛ يوجد نوعين أساسيين للميزة التنافسية: الريادة عن طريق التكاليف والتميز، وقد عرفها على

¹ المرصد الوطني للتنافسية السوري، مرجع سبق ذكره، ص 11.

- أنها" قدرة المؤسسة على اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بإمكانها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا"¹.
- أما فيليب كوتلر (Philip Kotler)، فقد عرفها على أنها: "القدرة على أداء الأعمال بأسلوب معين أو مجموعة من الأساليب التي تجعل المؤسسات الأخرى عاجزة عن مجاراتها في الأمر القريب أو البعيد"²
- ويرى مرسى خليل أنها عنصر تفوق المؤسسة على منافسيها، ويتم تحقيقها من خلال اتباع استراتيجية محددة للتنافس تتضمن طريقة وميدان وأساس التنافس"³.
- في حين هناك من يرى أنها تتمثل في " القيمة الكبيرة التي تقدمها المؤسسة للمستهلك والتي تدفعه إلى تكرار عملية الشراء من المؤسسة، وبالتالي تزداد حصتها السوقية"⁴.

نستنتج من التعاريف السابقة أن الميزة التنافسية ترتبط ببعدين مهمين هما:

- ✓ **القيمة المدركة لدى العميل:** المقصود هنا أن المؤسسة حتى تتميز في تحقيق ميزة تنافسية عليها أن تستغل كل إمكانياتها في سبيل تحديث القيمة التي يدركها العميل للسلع التي تقدمها المؤسسة، مما يساعد على تحقيق الميزة التنافسية وبنائها، فكلما أدرك العميل أنه حصل على قيمة عالية من خلال تعامله مع المؤسسة، قرر تكرار تعامله معها بالمنتجات نفسها⁵.
- ✓ **تميز المؤسسة عن مثيلاتها:** ويكون ذلك من خلال عرض المؤسسة لمنتجاتها والتي تتميز وتنفرد عن غيرها من المؤسسات بالجودة العالية حتى لا يمكن تقليدها، وهذا ما يرفع من قيمتها لدى المستهلك ولا يكون هذا إلا من خلال الاستعمال الأمثل للموارد المتاحة للمؤسسة، سواء الموارد المالية أو البشرية أو التنظيمية، مما يؤدي إلى ارتفاع إيرادات المؤسسة. ويكون ذلك من خلال المعادلة التالية⁶:

التميز = القيادة + الموارد البشرية + الإدارة الاستراتيجية + المستهلك + السوق.

2. أنواع الميزة التنافسية

تتمثل فيما يلي:

¹ Michel Porter, l'Avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, 1^{ère} édition, Dunod, Paris, France, 1999, p 13.

² Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Marketing management: 14th édition, Pearson, paris, France, 2012, p 289.

³ نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الاسكندرية للكتاب، الاسكندرية، جمهورية مصر العربية، 1998، ص 21.

⁴ عبد الكريم شوكمال وبراهمي سمير وموري كمال، دور تطور المنتجات في تفعيل الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010، ص 6.

⁵ عبد الله بلوناس وبوزيدي لمجد، طرق بناء المزايا التنافسية المستدامة مدخل حلقة القيمة لبورتر، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010، ص 3.

1.2. ميزة التكلفة الأقل

تتمتع المؤسسة التي تنتج بتكلفة أقل بحصانة ضد منافسيها في السوق، خاصة إذا كانت منتجاتها ذات جودة عالية مقارنة بمنتجات منافسيها، ويمكن لأي مؤسسة حيازة ميزة التكلفة الأقل إذا ما استطاعت أن تقوم بنشاطاتها الإنتاجية وتحصل على منتج بأقل التكاليف، وبذلك تكون المؤسسة في موقع أفضل من منافسيها بالنسبة للسعر. لهذا تعتبر ميزة التكلفة أقل سلاح تنافسي تتميز به المؤسسة حتى تصبح القائدة والرائدة في خفض الأسعار أمام منافسيها في نفس الصناعة، مما يحقق لها إيرادات كبيرة¹.

2.2. ميزة تميز المنتج

تتميز المؤسسة عن منافسيها في السوق في حالة توصلها إلى إنتاج منتج يمتاز به لوحدها، وبالتالي تخلق فيه قيمة مضافة ويلقى استحسانا من قبل المستهلك، ويكون التميز على أساس الجودة والخدمات التي تقدمها للعميل نظير المبلغ المدفوع، ويمكن للمؤسسة التميز بأسعار أعلى من منافسيها وتكتسب بذلك ولاءهم مقابل منتج ذي جودة عالية².

3. محددات الميزة التنافسية

هناك ستة عوامل تتحكم في الميزة التنافسية حسب نموذج بورتر (Porter، 1990)، أربعة منها ضرورية واثنين مساعدتين وتتمثل في³:

1.3 العوامل الرئيسية

ويمكن تقسيمها إلى:

1.1.3 عوامل الإنتاج

هي كل الموارد الأساسية للمنافسة في الصناعة والتي تعتبر كمدخلات في العملية الإنتاجية وهي:

– عوامل إنتاج أساسية: وهي عوامل الإنتاج المتواجدة داخل الدولة، بحيث يسهل الحصول عليها وانتقالها بين المنافسين لهذا فهي لا تمثل ميزة تنافسية وتتمثل في:

✓ الموارد البشرية؛

✓ الموارد الطبيعية؛

✓ رأس المال؛

✓ الموقع الجغرافي؛

¹ PORTER Michael, l'Avantage concurrentiel des nations, InterEdition, Paris, 1993.,p40.

² Ibid,p41.

³ Porter Michael, La concurrence selon porter, Village Mondial, Paris, 1999, pp 174-204.

✓ العوامل المناخية.

– **العوامل المطورة:** وهي عوامل مكتسبة وأكثر أهمية من العوامل السابقة لصعوبة الحصول عليها أو تقليدها، وتتطلب استثماراً وتطويراً مستمراً، لهذا تعتمد تنافسية الصناعة عليها وتتمثل في:

✓ العمالة المؤهلة؛

✓ الخبرات والمهارات؛

✓ الأسس العلمية والمعرفية؛

✓ الآلات والمعدات؛

✓ نظم الاتصال الحديثة؛

✓ قواعد البيانات.

2.1.3. الطلب المحلي

وهو مرتبط بهيكلته ومدى توافقه مع الطلب العالمي، من خلال دراسة خصائصه ونوعيته ومدى تقدمه وسرعة تشعبه وقدرته على تحديد أذواق المستهلكين، وحسب بورتر (Porter)، فإن الضغوط المستمرة من قبل المستهلكين للحصول على منتجات ذات جودة عالية، تؤدي إلى تحفيز المؤسسات على تجديد وتطوير منتجاتها باستمرار من خلال استعمال التكنولوجيا الحديثة والمتطورة ودمجها حسبما يحتاجه الطلب السوقي، مما يخلق ميزة تنافسية لمنتجاتها في الأسواق المحلية والعالمية. الأمر الذي ينعكس في النهاية على تقوية وتعزيز المزايا التنافسية للمؤسسة مقارنة مع المنافسين الآخرين.

3.1.3. وضع الصناعات المغذية والمرتبطة

هي الصناعات المرتبطة والمكملة لبعضها البعض ذات مستوى عالمي، بحيث تؤدي دورا داعما للصناعات الوطنية وتكون قادرة على المنافسة العالمية، وتعتبر أحد الأسباب الأساسية في نجاح العديد من الصناعات، وتشارك مع بعضها البعض في المدخلات وقنوات التوزيع والعملاء والموردين والتقنيات المستعملة التي تقوم على أساس جوارية علاقات العمل فيما بينها، حيث تمد الصناعة بالمدخلات اللازمة في العملية الإنتاجية، فإذا كانت متطورة ذات تنافسية عالمية ينعكس ذلك على دورها في تزويد الصناعات الأخرى الوطنية بعناصر إنتاج متطورة ومبتكرة وذات جودة عالمية، الأمر الذي يساهم في إثراء عملية التبادل المستمر والتنسيق بين الصناعات، خاصة من حيث المعلومات، التكنولوجيا والإبداع والأفكار والابتكار، مما يعمل على تحفيز عملية الابتكار وتسريعها والتجديد في كامل الصناعة، الذي يعتبر أساس الميزة التنافسية.

وتوجد الصناعة كجزء من التجمعات الصناعية أو ما يعرف بالعناقيد الصناعية يعتبر عاملا محفزاً على تحقيق الميزة التنافسية، ويرى بورتر (Porter) أن وجود هذه التجمعات وتكاملها وترابطها مع

بعضها البعض يساهم بشكل كبير في زيادة الإنتاجية وتطويرها، وكذلك خلق مؤسسات جديدة داخل هذه التجمعات.

4.1.3. استراتيجية المؤسسة وأهدافها وطبيعة المنافسة

تتمثل في الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة واستراتيجيتها وطرق تنظيم المساهمين بإدارة المؤسسة وعلاقتهم بها، والذي يعكسه واقع المؤسسة وسياستها واستراتيجيتها في تدويل مختلف المدخلات الأساسية في العملية الإنتاجية وتطبيقها، من موارد أولية وتعليم وتدريب وعادات وتقاليد.... إلخ. بالإضافة إلى طبيعة المنافسة في السوق المحلية في صناعة القدرة التنافسية للمؤسسة، لوجود ترابط قوي بين خلق الميزة التنافسية واستمراريتها، الذي يأتي من خلال الظروف المباشرة المرتبطة ببيئة عمل المؤسسة ومدى توافقها مع سياستها الداخلية واستراتيجيتها، خاصة إذا كانت المنافسة المحلية قوية وشرسة مما يؤدي بالمؤسسة إلى الاهتمام أكثر بالتطوير والابتكار، والرفع من جودة المنتجات التي تقدمها، وهو ما يتيح لها الوصول إلى المنافسة في الأسواق الدولية.

2.3. العوامل المساعدة

وتتمثل في:

1.2.3. سياسة الحكومة

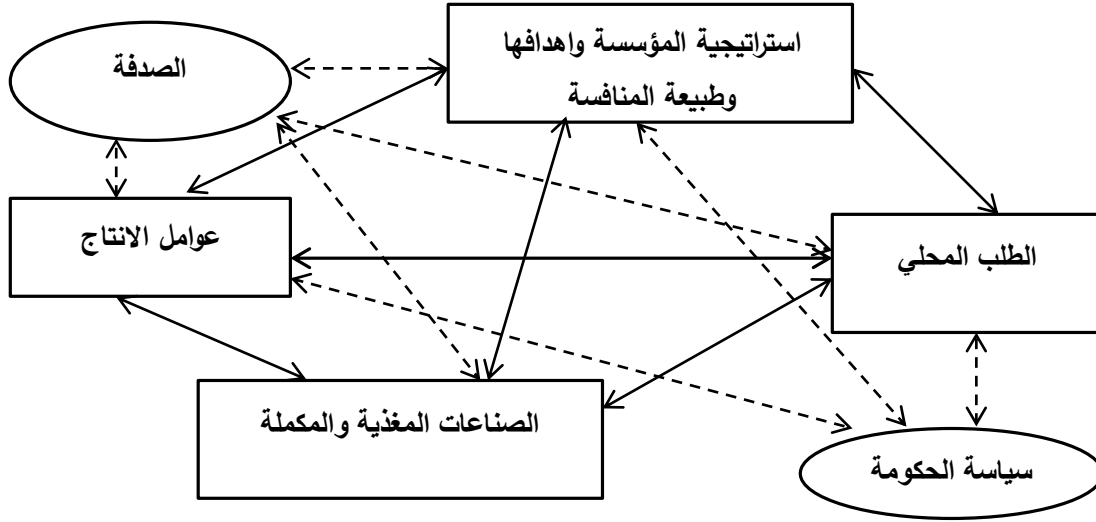
يتمثل دور الحكومة في إيجاد البيئة الضرورية لعمل المؤسسة سواء القانونية أو التجارية أو السياسية أو الاجتماعية.... إلخ. والعمل على توازنها واستقرارها لتصبح أكثر ملاءمة لها، كما تعمل الحكومة على تشجيع المؤسسات الوطنية على الرفع من مستوى أدائها التنافسي. فحسب بورتر (Porter)، فإن سياسة الحكومة لا تعتبر من محددات الميزة التنافسية، إلا أنها تلعب دورا فعّالا في خلق الميزة التنافسية الدولية، لهذا ينبغي أن يكون تأثير الحكومة غير مباشر، يتوقف على مدى استطاعتها السيطرة على عناصر الإنتاج والاستثمار والابتكار والثروة؛ الأمر الذي يستوجب عليها وضع استراتيجية طويلة المدى للتنسيق بين مختلف المحددات السابقة لتطوير القدرة التنافسية للمؤسسة.

2.2.3. الصدفة

تعتبر الصدفة من أهم الأحداث الداخلة في خلق ميزة تنافسية، فهي تقع خارج نطاق سيطرة المؤسسات وتكون غير متوقعة، بحيث تلعب دورا مهما في نجاح العديد من الصناعات. فظهور الاختراعات والابتكارات أو حدوث تقلبات فجائية في الطلب العالمي أو المحلي، وتطور السياسات العالمية والتغير في أسواق المال والصرف وحدث تطور وتقدم في التقنيات الأساسية، يسمح بحدوث تغيرات في المزايا التنافسية للدولة، وتكمن قوة الدولة في تحويلها إلى ميزة تنافسية.

فالمحددات الأربعة الأولى، هي المحددات الرئيسية للميزة التنافسية التي أطلق عليها بورتر (Porter) نموذج "الماسة"، وتعمل "الماسة" عندما تتفاعل عناصرها مع بعضها البعض بشكل ديناميكي ومنسق، وأي خلل في أحد العناصر يؤدي إلى خلل "الماسة" ككل. والشكل التالي يبين لنا طريقة عمل "ماسة" بورتر (Porter).

الشكل رقم -1.3- نموذج الماسة لبورتر Porter



Source : Porter Michael, The competitive advance of nations, Free Press, New York, 1998, p127.

وتمثل الخطوط المتصلة العلاقة بين المحددات الأساسية الأربعة المحددة للميزة التنافسية. أما الخطوط المتقطعة، فتمثل تأثير البيئة الأشمال الذي تتفاعل من خلاله المؤسسة مع التغيرات الأخرى مثل الصدفة وسياسة الحكومة.

4. نطاق المنافسة (السوق المستهدفة)

يعبر عن مدى توسع عمليات المؤسسة وأنشطتها على المدى البعيد، والتي تساهم في إكساب المؤسسة لمزايا تنافسية وتمكنها من تحقيق وفورات في التكلفة مقارنة مع منافسيها في السوق، من خلال الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة أو خبرة فنية واحدة أو استخدام منافذ توزيع واحدة أو مشتركة، لخدمة قطاعات سوقية أو مناطق مختلفة أو صناعات مترابطة، وذلك حسب حجم نشاطها أو الأسواق التي تسعى المؤسسة للوصول إليها¹، وهناك أربعة أبعاد لنطاق التنافس من شأنها التأثير على الميزة التنافسية وهي²:

¹ بن علي أمينة والعجال بوزيان، الميزة التنافسية: المفهوم والمحددات، ملتقى وطني حول استراتيجيات التدريب في ظل ادارة الجودة الشاملة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية، سعيدة، الجزائر، 10 و11 نوفمبر 2009، ص 17.

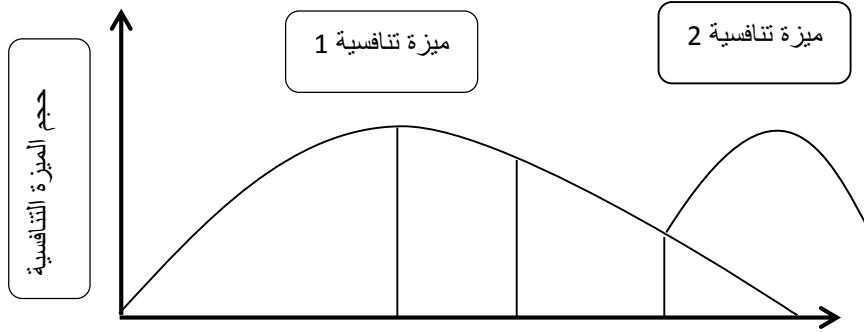
² عبد الله بلوناس وبوزيدي لمجد، مرجع سبق ذكره، ص 8.

- نطاق القطاع السوقى: يبين لنا مدى تنوع مخرجات الشركة والعملاء الذين يتم خدمتهم، وللمؤسسة حرية الإختيار في خدمة قطاع معين من السوق أو كل السوق.
- النطاق الرأسي: وهو يعبر عن مدى أداء الشركة لأنشطتها الداخلية (قرار التصنيع) أو الخارجية بالاعتماد على مصادر التوريد المختلفة (قرار الشراء).
- النطاق الجغرافي: يمثل المناطق الجغرافية التي تتنافس فيها المؤسسة، والتي تسمح لها بتقديم ميزة تنافسية.
- نطاق الصناعة: يعبر لنا عن مدى الترابط والتكامل الموجود بين الصناعات التي تعمل فيها المؤسسة والتي من شأنها أن تخلق لها مزايا تنافسية.

5. حجم الميزة التنافسية

يتحقق مبدأ الاستمرارية للميزة التنافسية، إذا تمكنت المؤسسة من الحفاظ عليها أمام منافسيها في السوق؛ ولا يكون ذلك إلا إذا حافظت عليها سواء من خلال ميزة التكلفة الأقل والتميز، لهذا وجب عليها أن تبذل مجهودا أكبر وأن تستثمر أموالا أكثر، وكل هذا يفرض على منافسيها في السوق أن يعملوا على تحطيمها من خلال إبطال سيطرتها في السوق؛ والعمل على جذب المستهلكين التابعين لها¹. وكما للمنتج دورة حياة فإن للميزة التنافسية دورة حياة تمر بها والمبينة في الشكل التالي:

الشكل رقم -2.3-: دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية، الاسكندرية، جمهورية مصر العربية 1996، ص 87.

وتبدأ حياة الميزة التنافسية بمرحلة التقدم والنمو ثم مرحلة التبني من قبل المؤسسات المنافسة ثم مرحلة الركود؛ وهي الحالة التي يصل فيها المنافسون إلى تقليد الميزة التنافسية للمؤسسة أو التفوق عليها، وفي الأخير نجد مرحلة الضرورة وهي المرحلة التي تلزم على المؤسسة ضرورة التطوير أو البحث عن ميزة تنافسية جديدة حتى تتمكن من البقاء والاستمرار. وهذا ما يبينه الشكل السابق أين تظهر ميزة تنافسية جديدة للمؤسسة².

¹ عبد الله بلوناس وبوزيدي لمجد، مرجع سبق ذكره، ص 5.

² نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية، الاسكندرية، جمهورية مصر العربية، 1996، ص 87.

6. الميزة التنافسية وسلسلة القيمة

إن أول ظهور لسلسلة القيمة كان في الخمسينيات من القرن الماضي، للتقليل من تكاليف تنظيم الجيش، وجاء بعدها بورتر (Porter)¹ لتقديمها في شكل نموذج تستعمله المؤسسة لتحليل البيئة الداخلية، والتي تهدف إلى معرفة الأنشطة الرئيسية للمؤسسة وتحليلها لتحديد مصادر ميزتها التنافسية، وبالتالي معرفة عناصر القوة والضعف الداخلية الحالية والمحتملة التي تؤدي إلى إضافة أكبر قيمة ممكنة وبأقل تكلفة للمساعدة في تحقيق ميزة تنافسية لها. وتعتبر المؤسسة من منظور هذا النموذج عبارة عن سلسلة من الأنشطة الأساسية التي تضيف قيمة إلى منتجاتها أو خدماتها.

1.6. تعريف سلسلة القيمة

يعني مصطلح سلسلة القيمة، مجموعة الأنشطة المترابطة مع بعضها والتي يضيف كل منها قيمة إلى النشاط السابق، حيث ركز الفكر الإداري جهوده على تقسيم أنشطة المؤسسة إلى عدة مجموعات، كل منها يقدم قيمة إضافية للمجموعة السابقة². تعرف سلسلة القيمة كونها "مجموعة من الأنشطة التي تستعملها المؤسسة والمرتبطة باستراتيجيتها التي تضيف قيمة إلى منتجاتها أو خدماتها، بهدف فهم تكلفتها والأدوات المستعملة لتسهيل تنفيذ استراتيجيتها للوصول إلى التميز على مستوى الأعمال"³.

2.6. المكونات الأساسية لسلسلة القيمة

تتكون سلسلة القيمة من:

– الأنشطة الأساسية: وهي الأنشطة المرتبطة مباشرة بالمنتج النهائي وتتمثل فيما يلي⁴:

- ✓ الإمداد الداخلي: يتضمن الاستلام، التخزين، إدارة مخزن، تخطيط المراقبة.
- ✓ عمليات الإنتاج: تتضمن آليات إدخال المواد الأولية لتحويلها إلى منتج نهائي، وتتمثل في: عمليات التغليف، التجميع، صيانة الأجهزة، إختبار كل الأنشطة لخلق القيمة الأخرى.
- ✓ الإمداد الخارجي: ويكمن في توصيل المنتج النهائي إلى الزبون في الوقت المناسب والمكان المناسب، وتتمثل هذه العمليات في: التخزين، الإنجاز والطلب، النقل، إدارة التوزيع.
- ✓ التسويق وعمليات البيع: تتمثل في الأنشطة التسويقية، وتتضمن: إختيار المنفذ، الإعلان، الترقية، البيع، التسعير، إدارة البيع بالتجزئة.
- ✓ الخدمات: النشاطات المرتبطة بخدمة ما بعد البيع والتي تُبقي الزبون على اتصال مباشر بالمؤسسة، وتتمثل في: دعم الزبون، خدمات التصليح، التركيب، التدريب، إدارة قطع الغيار، الترقية... إلخ.

¹ عبد الله بلوناس وبيوزيدي لمجد، مرجع سبق ذكره، ص 12.

² Michel Porter, L'Avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, op-cit, p52.

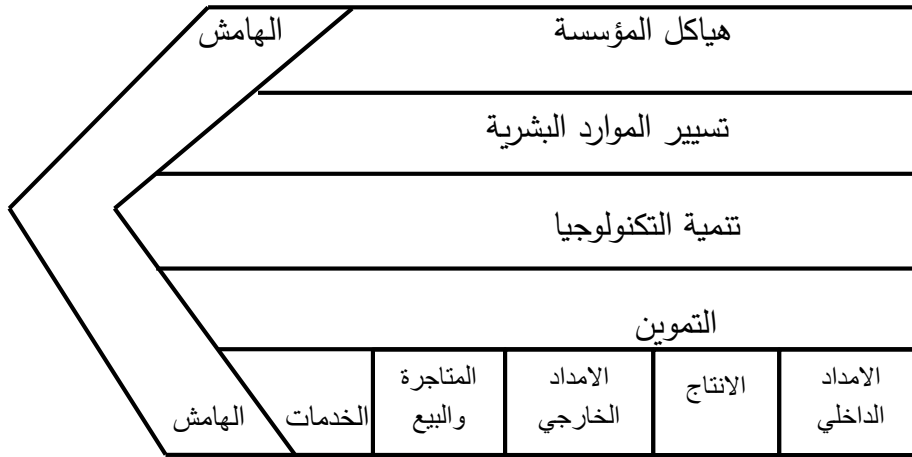
³ Ibid.

⁴ Ibid, pp 56-75.

– الأنشطة الداعمة: وتتمثل في دعم أنشطة وظائف الموظفين، النفقات الإضافية التي تمكن من خلق قيمة لصالح المستهلك، وتتضمن: تطوير التكنولوجيا والتمويل وإدارة الموارد البشرية والبنية القاعدية للمؤسسة¹.

ويمكن تلخيصها في الشكل التالي:

الشكل رقم -3.3- سلسلة القيمة لبورتر Porter



Source : Michel Porter, L'Avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, Dunod, Paris, France, 1999, p 53.

المطلب الثالث: المنافسة من خلال الفروع الاستراتيجية المستعملة من قبل CEPII

تعتمد هذه المقاربة على مبدأ التخصص، والذي من خلاله تقوم المؤسسة باختيار نوع التخصص الذي تعتمد، باعتبار أن الميزة التنافسية هي بنية متحركة وديناميكية للقرارات الاستراتيجية التي تتبناها الدولة، بالإضافة إلى تحكم العامل التكنولوجي في تحديد التخصصات، عكس النهج الكلاسيكي الذي يأخذ المنافسة ضمن إطار المزايا النسبية الثابتة، بحيث يتم فرض هيكل معين على البلد مرة واحدة وإلى الأبد، وبالتالي يحدد نهائياً نوع التخصص.

1. الفروع الاستراتيجية (التنافسية)

هي تلك المجموعة المتكاملة من النشاطات التي تتميز بكثافة عالية في الابتكار، وتتوقف القدرة على المنافسة لدولة ما على مدى تحكمها في الفروع الاستراتيجية عن طريق تحديد نقاط القوة والضعف، أي الفرص والتهديدات أو ما يسمى بأقطاب المنافسة². إن اكتساب الدولة لقطب تنافسي يخول لها التحكم في العلاقات الاقتصادية الدولية واكتسابها لحصة من السوق العالمية، التي تعتبر منفذاً لها لتفرض سيطرتها في هذه السوق من خلال التحكم في

¹ Michel Porter, L'Avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, op-cit, pp 58-59.

² Gourlaouen J-P, l'Economie de l'entreprise à l'économie nationale, édition Vuibert, Paris, France, 1986, p386.

السعر والانتاج. وبالتالي يبقى على الدول - وخاصة الدول النامية - أن تجد الأقطاب الاستراتيجية وتعرف كيف تتحكم فيها لتستطيع أن تنفذ إلى الأسواق العالمية وتؤثر على العلاقات الدولية.

2. تقسيم الاقتصاد إلى فروع

تعددت التعاريف والمناهج التي تسعى لتقسيم الاقتصاد إلى فروع ومن بينها¹:

- من ترى أن الاقتصاد يمكن تقسيمه من حيث السّمك إلى فروع كلية (macro-filières) أو إلى فروع عملاقة (méga-filières) أو فروع فرعية (sous-filières) أو فروع تحتية (infra-filières)؛
 - ويرى تقسيم آخر ذلك من خلال العلاقة الموجودة بين الفروع والفروع المجاورة لها؛
 - ويرى تقسيم ثالث أنه لا يمكن تحديد الفروع إلا إذا كان هناك نوع من الاستقرار في الاقتصاد؛
- ولتوضيح هذا التنوع في التقسيمات استعملنا مفهومين²:

- مفهوم مركز الدراسات المستقبلية والمعلومات الدولية (CEPII)³، والذي اعتمد على تقسيم الفروع الكلية، بحيث تم تقسيم الاقتصاد إلى 11 فرعا و 71 فئة من المنتجات (أنظر فيما بعد إلى تقسيم المغرب وتونس والجزائر)؛

- مفهوم المعهد الوطني للإحصاء والدراسات الاقتصادية الفرنسي (INSEE)⁴، الذي يقسم الجهاز الإنتاجي إلى تسع عشر (19) فرعا مركبا من الأمام والوسط والخلف.

لا يمكن لهذه التقسيمات أن تحدد لنا الفروع الاستراتيجية أو تحديد طبيعتها، وهنا يظهر المشكل، خاصة عند وضع تشخيص للجهاز الإنتاجي الوطني الذي يحدد لنا نقاط القوة والضعف من جهة وتهيئة الفكر الاستراتيجي من جهة أخرى، هذا الأخير هو الذي يبين لنا كيف يجب أن يكون الجهاز الإنتاجي الوطني مستقبلا؟

وفي هذا الصدد، اتجه التحليل الحديث إلى التركيز على الإجابة على هذا السؤال من خلال إيجاد الصلة بين معدل النمو وتطوير النظام التقني والربط بينهما.

وانطلاقا من هذا المبدأ، فإن الانتماء إلى النظام التقني الجديد هو الذي يحدد طبيعة الفروع الاستراتيجية. ويمكن التعبير عنه في الشكل التالي:

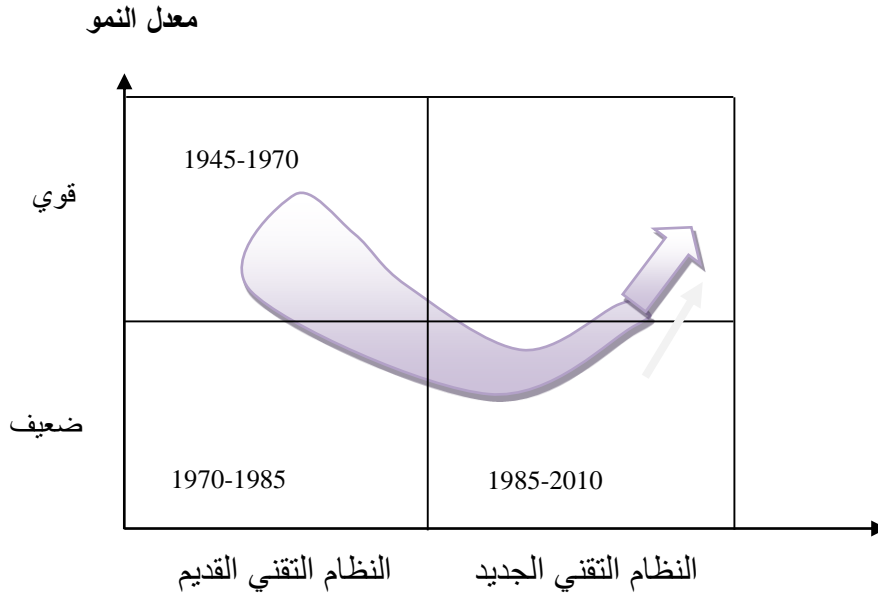
¹ Gourlaouen J-P, op. cit, p386.

² Ibid,

³ CEPII : Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales.

⁴ INSEE : l'institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.

الشكل رقم: -4.3- العلاقة بين معدل النمو وتطور النظام التقني



Source : Gourlaouen J-P, Economie de l'entreprise a l'économie nationale, Edition Vuibert, Paris, 1986, p387.

من هذا المنظور، فإن كل مرحلة زمنية لديها نظام تقني معين يتميز عن غيره من الأنظمة بطبيعة موارده والطاقة المستعملة فيه، بالإضافة إلى الأهمية التي يوليها هذا النظام لعامل الزمن. ويعود حدوث الفجوة بين الأنظمة المتتالية إلى التفاعل الذي يحدث بين مختلف الابتكارات.

3. التحكم في الفروع الاستراتيجية

بمجرد تحديد الفروع الاستراتيجية، ينبغي أن يتم تحديد كيفية السيطرة عليها. وهناك ثلاث نظريات متضاربة حول أفضل طريقة للسيطرة والتحكم في الفروع الاستراتيجية هي¹:

- الأول يقدم التخصص في النقاط الاستراتيجية للقطاع؛
- والثاني يفضل البدء من أعلى (المنبع) الفروع الاستراتيجية ثم النزول إلى الأسفل (المصب) على طول القطاع؛
- الثالث يقترح الصعود من أسفل الفروع الاستراتيجية ثم الصعود إلى الأعلى، أي إلى فروع المصب.

1.3. التخصص من خلال النقاط الاستراتيجية

ومن هذا المنظور، يتم تثبيت مستوى الفرع الذي من شأنه أن يهيمن على حد سواء على المنبع (الأعلى) والمصب (الأسفل)، ولكن هذه المستويات ليست ثابتة، بل هي متحركة باستمرار مع درجة التقادم لآليات الإنتاج وتشابه أنماط عملياته، وتسطيع عمليات الابتكار، لأن ما يميز تحديد النواة

¹ Gourlaouen J-P, op-cit, p 391

هو قدرتها على الابتكار، إذ نجد في حالة الاحتكار أن الاهتمام يكون بالمبتكرين، لذلك يجب الاهتمام بدور الابتكار عند وضع نظرية استراتيجية لتخصص القطاع¹.

2.3. التخصص من منبع القطاع إلى المصب

يظهر معنى التخصص من المنبع إلى المصب، أو من الأعلى إلى الأسفل إلى بنية التخصص في كل فرع حسب مستويات الإعداد (stade d'élaboration). وقد تم تطبيق هذه النظرية أول مرة في أوروبا.

فبعد خروج الدول الأوروبية مدمرة من الحرب العالمية الثانية، كان لابد عليها أن تجد طريقة للخروج من أزمتها وبناء اقتصادها من جديد، وكانت هذه الطريقة هي الاهتمام بالصناعات الموجودة في أعلى الفروع أو القطاعات الاقتصادية ثم النزول إلى الأسفل، أي الاهتمام بالإسمنت قبل السكن والحديد قبل الميكانيك والطاقة قبل الصناعة. وقد تم تبني هذه السياسة من أجل التحكم أكثر في منبع القطاعات، أي الصناعات الموجودة في الأمام حتى لا تتوقف عملية التنمية من جهة، وفرض خصائص أكثر فعالية في الإنتاج من جهة أخرى، حتى تنهي التبعية للدول المتطورة تكنولوجيا².

إن هذه النظرية لم تنجح على أرض الواقع، وهذا ما بينته التجربة الفرنسية في فترة تطبيقها (بعد الحرب العالمية إلى غاية السبعينات)، وهذا راجع إلى أن القدرة التكنولوجية المكتسبة في الأمام لم تحدث آثار الجذب المنتظر منها. كما أن الدول النامية مثل الأرجنتين ودول أوروبا الشرقية لم تنجح في دفع صناعاتها وتحقيق التنمية الاقتصادية.

كما تكمن عيوب هذه النظرية في الخلط بين التخصص، ابتداء من الأمام وبين الصناعات الثقيلة التي لا يوجد ما يبرهن على أنها يمكن أن تشكل البنية الصناعية لبلد ما. كما أن هناك تجارب لم تستند على استراتيجية البدء من الأمام، وإنما اعتمدت على التخصص من الخلف ونجحت في ذلك نجاحا كبيرا مثل اليابان وكوريا الجنوبية، وهذا هو مبدأ النظرية الثالثة.

3.3. التخصص من خلف (المصب) صعودا للأعلى

لقيت هذه النظرية رواجاً كبيراً خاصة بعد النجاح الكبير الذي أحرزته في اليابان وكوريا الشمالية، والتي حولت الفشل إلى نجاح، وتستند هذه النظرية على استراتيجية الصعود من الأسفل إلى الأعلى. وقد تمثلت إستراتيجية هذه الدول في تحديد الفرع الذي لها فيه ميزة تنافسية ثم داخل هذا الفرع يتم تعيين المنتجات الأكثر تنافسية، والتي تحمل الميزة التنافسية، ومن خلال هذه المنتجات يتم تحديد النواة التي تحدث النجاح والتفوق³.

¹ Gourlaouen J-P, op-cit, p391

² Ibid.

³ Ibid, p392.

وعلى الدول التي تريد تبني هذه النظرية كما فعلت اليابان وكوريا الشمالية أن توفر كل الموارد المالية والمادية الضرورية لإنجاح هذه النظرية على أرض الواقع، مع التركيز أكثر على النواة الاستراتيجية التي تدفع الاقتصاد إلى الأمام، مما ينعكس بالإيجاب على تنمية وتطور الاقتصاد الوطني. (هذا ما سنبينه فيما بعد في الاقتصاد المغربي والتونسي والجزائري).

4. مركز الدراسات المستقبلية والمعلومة الدولية CEPII

هو مركز الأبحاث الفرنسي في مجال الاقتصاد الدولي، أنشئ سنة 1978، يقدم دراسات للمنتجات والبحوث وقواعد البيانات والتحليل للقضايا الرئيسية للاقتصاد العالمي، وينظم هذا المركز مؤتمرات وندوات حول القضايا المتعلقة بالاقتصاد الدولي، وهو عضو في شبكة منسقة مرتبطة بالهيئة العامة للاستراتيجية المستقبلية¹.

1.4. التطور التاريخي للمركز

في سنة 1978، تمّ في فرنسا إنشاء مركز للدراسات المستقبلية والمعلومة الدولية في سياق تحديث الإدارة الاقتصادية الفرنسية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي، بهدف تغيير طريقة فهم الاقتصاد الفرنسي والأوروبي، الأمر الذي تطلب أدوات وخبرات جديدة.

ومنذ إنشائه عمل على تقديم وجهات نظر متماسكة ومنسقة للاقتصاد العالمي مع إيلاء اهتمام خاص لجودة المعلومات الرقمية الموجهة للدراسة والتحليل. وتتمثل المهمة الأساسية لـ CEPII في نشر المعلومات لأكبر شريحة في العالم، للبحث من خلال جملة من الأدوات والوسائل منها:

"La Lettre du CEPII et La revue Économie prospective internationale."

وقد تطور CEPII حسب المراحل التالية²:

– في 20 مارس 1978، تمّ إنشاء المركز والذي تتمثل مهمته في جمع المعلومات وتطوير الدراسات المستقبلية للاقتصاد العالمي والتبادل الدولي؛

– في ماي 1979 تم طبع أول رسالة لـ CEPII تحت عنوان: " L'Industrie Mondiale dans la crise : trois faits significatifs "؛

– في مارس 1980 صدر العدد الأول لمجلة CEPII: " Économie prospective internationale "؛
"Spécialisation et adaptation face à la crise "؛

– في 17 و18 ماي 1982 انعقد المؤتمر الأول الذي نظّمته CEPII تحت عنوان:

"Assurer la stabilité des marchés et maîtriser le changement technologique"

– في سنة 1983 صدر التقرير الأول تحت عنوان: " Économie Mondiale: la montée des tensions, "؛
Paris, éditions Economica

¹ مركز الدراسات المستقبلية والمعلومة الدولية الفرنسي على موقعه <http://www.cepii.fr>. تاريخ الاطلاع 17 /09/ 2009.

² المرجع نفسه.

- في فيفري 1984 صدور أول ورقة عمل لـ CEPII بعنوان: " Une dynamique des taux d'intérêt élevés aux États-Unis "
 - في سبتمبر 1992 صدرت أول طبعة تحت عنوان: L'Économie mondiale, collection Repères, Paris, La Découverte
 - في سبتمبر 1994 صدرت أول نشرة لـ CEPII؛
 - في سبتمبر 1996 تم إحداث أول موقع للأنترنيت لـ CEPII؛
- وتعتبر CEPII، من بين المراكز العالمية الرائدة في مجال البحوث التطبيقية حول القضايا الدولية. حيث يقوم بالجمع والملائمة بين البيانات من مصادر مختلفة، لمختلف المؤشرات والمقاييس الإحصائية المكونة للاقتصاد العالمي، لتقديمها لعامة الأشخاص الراغبين في البحث والدراسة¹.

2.4. توجهاته

هو موجه لصناع القرار العام والخاص، والمؤسسات الدولية، والاقتصاديين، والمجتمع المدني، والصحافة. ويقوم نادي CEPII عادة بتنظيم مؤتمرات بالنسبة للمؤسسات، استنادا إلى الخبرة التي يتمتع بها وشبكات البحوث التي يقدمها².

3.4. برنامج عمل CEPII

يتم تحديد برنامج عمل CEPII، عن طريق مجلس الإدارة الذي يجتمع مرتين في السنة، حيث يتم استعراض التقارير السنوية³.

4.4. كفاءة عمل CEPII

يتم العمل في CEPII باستخدام قواعد البيانات الشاملة للاقتصاد العالمي، والنماذج والخبرات والتعاون الدولي. ويتم تنظيم عمل هذا المركز في أربعة برامج للبحوث، يرأس كل منها مسؤول علمي. ومجالات عمل CEPII هي⁴:

- التجارة والعولمة؛
- التنافسية والنمو؛
- الاقتصادات الناشئة؛
- البيئة والموارد الطبيعية؛
- أوروبا؛

¹ مركز الدراسات المستقبلية والمعلومة الدولية الفرنسي على موقعه <http://www.cepii.fr> ، تاريخ الاطلاع 17 / 09 / 2009.

² المرجع نفسه .

³ المرجع نفسه.

⁴ المرجع نفسه.

– الهجرة؛

– المال والتمويل؛

– السياسة الاقتصادية.

5.4. قاعدة البيانات CHELEM

تعتبر قاعدة البيانات الالكترونية CHELEM¹ كأداة يستعملها CEPII، وهي حساب موحد للتبادل الاقتصادي العالمي، معروفة منذ سنوات كأداة قيمة لتحليل الإتجاهات الاقتصادية العالمية في إطار متجانس ومتناسق وموثق من خلال ثلاث قواعد بيانات²:

– CHELEM-CIN: خاصة بالتجارة الدولية منذ 1967، ويتم تقسيم القطاعات من خلال تصنيفات مثلى للتجارة الدولية، والمنتجات في CHELEM مقسمة إلى 71 فئة مجمعة في 11 فرع.

– CHELEM-PIB: خاصة بالسكان، والنااتج الداخلي الخام، ومعدل سعر الصرف، وتحتوي هذه القاعدة على سلسلة الناتج الداخلي الخام منذ 1960، وتحدد حسب القيمة الدولية أو حسب الحجم.

– CHELEM-BAL: خاصة بميزان المدفوعات، وتحتوي على تدفقات ميزان المدفوعات منذ 1967، وهي معلومات متحصل عليها من صندوق النقد الدولي تغطي جميع دول العالم.

وترتبط قواعد البيانات الثلاثة السابقة مع بعضها البعض من خلال تسميات جغرافية مشتركة تغطي العالم كله، من حوالي 95 منطقة جغرافية من خلال مؤشرات محددة. ويكون منهج التغطية العالمية متجانس وموحد من خلال جداول تجعل من السهل حساب العديد من المتغيرات مثل:

– المتغيرات الإحصائية المشتركة، معدلات الهيكلية، ميزان المدفوعات... إلخ.

– والمؤشرات المحددة: كتموقع السوق، الميزة النسبية الظاهرة، الفعالية... إلخ.

وكل المعلومات حول قواعد البيانات موجودة على شبكة الأنترنت في موقع www.cepii.fr وتنتج

قاعدة البيانات CHELEM منشورين هما: "بانوراما الاقتصاد العالمي" و"بانوراما التخصص الأوروبي".

6.4. تقسيم الفروع الاقتصادية حسب قاعدة البيانات CHELEM

تصنف المنتجات حسب قاعدة البيانات CHELEM إلى 71 منتجا لـ 11 فرعا كما يلي³:

¹ CHELEM : Comptes Harmonisés sur les Echanges et L'Economie Mondiale.

² قاعدة البيانات CHELEM على موقعها <http://www.cepii.fr> ، تاريخ الاطلاع 17 / 09 / 2009.

³ Fouquin Michel, Guimbarde Houssien, Herzog Colette et Ünal Deniz, Panorama de l'économie mondiale, centre d'études prospectives et d'informations internationales, CEPII, Décembre 2012, pp101-102.

فرع الطاقة:	فرع الصناعات الغذائية:	فرع النسيج:	فرع الصناعات الحديدية:
IA الكربون	JA الحبوب	DA الخيوط والأقمشة	CA الحديد والصلب
IB البترول الخام	JB المواد الزراعية الأخرى	DB الملابس الجاهزة	CB المواد الأولية المحولة
IC الغاز الطبيعي	JC المواد الزراعية غير الاستهلاكية	DC الملابس المنسوجة	HA خام الحديد
IG فحم الكوك	KA منتجات الحبوب	DD الزرابي	فرع الكهرباء:
IH المنتجات البترولية المكررة	KB الدهون	DE الجلود	FP الأجهزة الكهربائية المنزلية
II الكهرباء	KC الأسماك واللحوم	فرع المعادن غير الحديدية:	FQ المعدات الكهربائية
فرع الكيمياء:	KD المعلبات الحيوانية	CC المعادن غير الحديدية	FR إمدادات الطاقة
BA الإسمنت	KE المعلبات الغذائية	HB الخامات غير الحديدية	فرع الخشب والورق:
BB السيراميك	KF السكر	فرع الميكانيك:	EA المنتجات الخشبية
BC الزجاج	KG العلف	FA الأشغال المعدنية	EB الأثاث
GA المواد الأولية الكيميائية	KH المشروبات	FB الأدوات الحديدية	EC الورق
GB الأسمدة	KI التبغ المصنّع	FC المحركات	ED المطبوعات
GC الكيمياء العضوية	فرع الإلكترونيك:	FD عتاد الفلاحي	EE منتجات مصنعة خشبية
GD الدهانات	FI أدوات القياس	FE أدوات التصنيع الآلية	فرع النقل:
GE مواد المراحيض	FJ الساعات	FF عتاد البناء والأشغال العمومية	FS عناصر السيارات المركبة
GF المواد الصيدلانية	FK الأجهزة الصوتية	FG الآلات الخاصة	FT السيارات الخاصة
GG البلاستيك	FL المركبات الإلكترونية	FH الأسلحة	FU المركبات التجارية
GH المواد المصنعة من البلاستيك	FM الإلكترونيك العامة	FV السفن؛	FO أجهزة الإعلام الآلي
GI المواد المصنعة من المطاط	FN أجهزة الاتصال	FW الطائرات	
HC المعادن الأخرى غير محددة			

ومن خلال المباحث التالية، سنقوم بتحديد نقاط القوة والضعف للاقتصاد المغربي والتونسي والجزائري، معتمدين على النظرية الثالثة (التي تقترح الصعود من أسفل الفروع الاستراتيجية ثم الصعود إلى الأعلى)، لتبيان مدى نجاعة السياسة المتبعة من قبل سلطات دول المغرب العربي في عملية التأهيل. وسنقوم بتحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاديات الثلاثة قبل وبعد تبني برنامج التأهيل، مبتدئين بتحديد الفروع التنافسية ثم داخل هذه الفروع سنقوم بتعيين المنتجات الاستراتيجية وداخل هذه المنتجات سنقوم بتعيين النواة الاستراتيجية، وقد تم الاعتماد على مؤشرين لتحديد الفروع التنافسية خلال الفترة (1989-2011) والمتمثلين في: مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) (والذي تم تبياناه خلال المطلب الأول في هذا المبحث). فعندما يكون أكبر من الواحد ($ACR2 > 1$) فإن البلد يملك ميزة تنافسية. ومؤشر تطور الطلب العالمي على منتجات هذه الفروع، بمعنى هل يتجه الطلب العالمي على هذه الفروع نحو التطور أو التدهور أم هو في حالة من الاستقرار وحسب هذا المؤشر يتم اختيار الفروع التي يكون الطلب العالمي عليها في حالة تحسن أو تطور أو استقرار. وكل الإحصائيات المستعملة في هذه الدراسة تمّ الحصول عليها من قاعدة البيانات CHELEM-CIN.

المبحث الثاني: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي ومدى استعمالها ضمن استراتيجية التأهيل التي تبناها المغرب

سنحاول من خلال هذا المبحث تسليط الضوء على كيفية استعمال نظرية الفروع التنافسية لتحديد نقاط القوة المحتملة للاقتصاد المغربي، التي يجب تطويرها وتقديم كل الدعم لها، ونقاط الضعف التي يجب معرفتها لتداركها.

المطلب الأول: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل

لتحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل، سنعتمد على مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية، وتطور الطلب العالمي عليها.

أولاً: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ACR2 قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996

سيعرض الجدول الموالي تطور قيم مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2)، بالنسبة لكل فروع النشاط خارج فرع المحروقات التي يتكون منها الاقتصاد المغربي خلال الفترة (1996-1989)، وقد تم استثناء هذا القطاع لأن معيار الطلب العالمي محسوب خارجه.

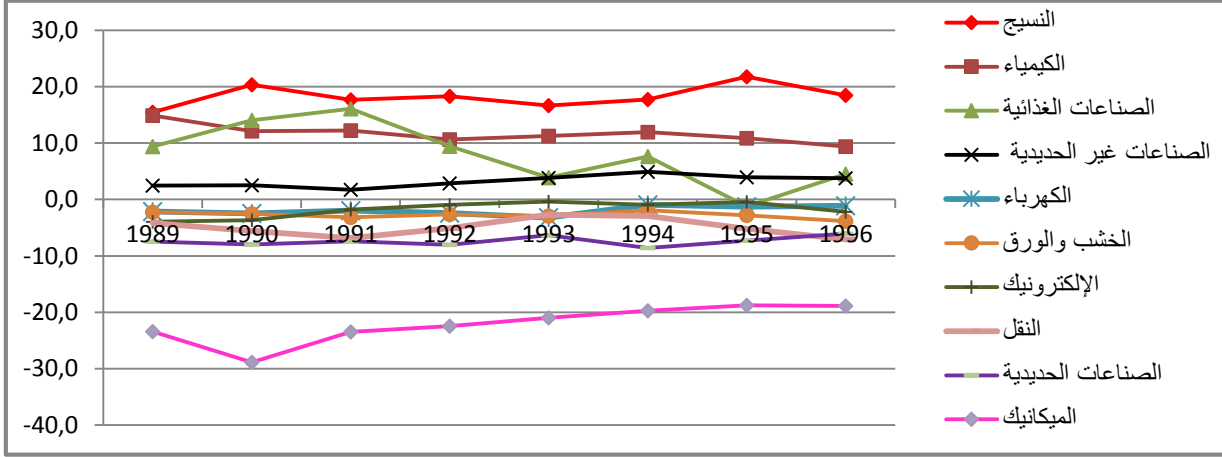
الجدول رقم-1.3 - تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ACR2 لفروع الاقتصاد المغربي خارج المحروقات للفترة من 1989 إلى 1996

الفروع	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
النسيج	15,5	20,3	17,7	18,3	16,6	17,8	21,8	18,5
الكيمياء	14,9	12,1	12,2	10,6	11,2	11,9	10,9	9,4
الصناعات الغذائية	9,4	14,0	16,1	9,4	3,9	7,6	-1,2	4,5
الصناعات غير الحديدية	2,4	2,5	1,7	2,9	3,8	4,9	3,9	3,8
الكهرباء	-2,1	-2,5	-2,0	-2,4	-3,2	-0,9	-1,3	-1,1
الخشب والورق	-2,2	-2,5	-3,1	-2,6	-2,9	-1,9	-2,8	-3,8
الإلكترونيك	-4,0	-3,7	-1,8	-0,9	-0,4	-0,9	-0,4	-2,2
النقل	-4,2	-5,6	-6,8	-5,1	-2,7	-2,9	-5,2	-7,1
الصناعات الحديدية	-7,4	-8,0	-7,4	-8,0	-6,4	-8,6	-7,3	-6,0
الميكانيك	-23,4	-28,9	-23,5	-22,5	-21,0	-19,7	-18,8	-18,8

المصدر: إحصائيات تم الحصول عليها من قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ولفهم تطور قيمة هذا المؤشر قمنا بعرض معطياته في الشكل التالي:

الشكل رقم: -5.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفروع الاقتصاد المغربي خارج المحروقات للفترة من 1989 إلى 1996



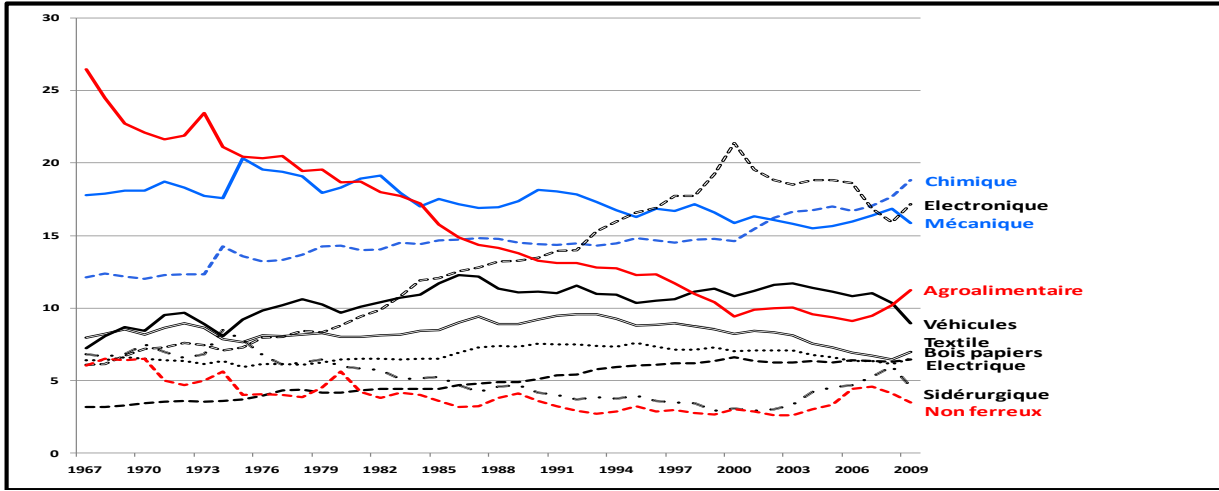
المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

نلاحظ من خلال الشكل، أن الاقتصاد المغربي يملك ميزة نسبية ظاهرة في أربعة فروع اقتصادية قبل تبني برنامج التأهيل على طول الفترة من 1989 إلى 1996، وهي: فرع النسيج وفرع الكيمياء وفرع الصناعات غير الحديدية وفرع الصناعات الغذائية، حيث نجد أن مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية أكبر من الواحد ($ACR2 > 1$). أما الفروع الأخرى فلا تملك فيها المغرب ميزة تنافسية كون قيمة المؤشر أقل من واحد ($ACR2 < 1$).

ثانيا: الفروع التنافسية وتطور الطلب العالمي عليها خارج المحروقات قبل تبني برنامج التأهيل

يبين لنا الشكل التالي تطور الطلب العالمي على الفروع التنافسية خارج قطاع المحروقات خلال الفترة الممتدة من 1967 إلى 2009، وسنحاول من خلال ذلك التأكد من النتائج المتحصل عليها سابقا بالنسبة للفروع التنافسية للاقتصاد المغربي.

الشكل رقم: -6.3- مساهمة الفروع التنافسية في التجارة الدولية خارج قطاع المحروقات من 1967 إلى 2009



Source : M. Fouquin, H. Guimbar, C. Herz og & D. Ünal, Panorama de l'économie mondiale, centre d'études prospectives et d'informations internationales, CEPII, décembre 2012, p25.

من خلال الشكل السابق، والذي يبين لنا تطور الطلب العالمي للفروع التنافسية، نجد أن الفروع التي تم اختيارها سابقا إما في حالة تحسن وتطور أو في حالة من الاستقرار، ففرع الكيمياء نجده في حالة تطور مستمر على طول الفترة من 1967 إلى 1989، أما فرع النسيج فهو في حالة من الاستقرار، أما بالنسبة لفرع الصناعات غير الحديدية فهو في حالة استقرار إذا أخذناه من سنة 1989. في حين يظهر فرع الصناعات الغذائية في حالة تدهور مستمر من 1967 إلى 1996.

وعليه فإن الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي هي: النسيج والكيمياء والصناعات غير الحديدية.

ثالثا: تحديد النواة الاستراتيجية للفروع التنافسية المكونة للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996

سنقوم في هذه المرحلة بتحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل، من خلال الفروع التي تم تحديدها سابقا.

1. تعيين نقاط القوة والضعف للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل:

من خلال الجدول الموجود في الملحق رقم: 01 والذي يبين مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوبة بالصيغة الثانية لجميع المنتجات المكونة للفروع الاقتصادية للاقتصاد المغربي من 1989 إلى 1996، سنقوم بتحديد نقاط القوة والضعف للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل، بحيث تتمثل نقاط القوة في المنتجات التي تحمل أكبر قيمة لمؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية **ACR2** لسنتي 1989 و1996، ونقاط الضعف والتي تمثل أدنى قيمة يسجلها هذا المؤشر لنفس الفترة.

الجدول رقم: -2.3- نقاط القوة والضعف للاقتصاد المغربي من 1989 إلى 1996

1989			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-18.35	البتترول الخام	16.26	الملابس الجاهزة
-6.63	الآلات الخاصة	14.89	معادن غير محددة
-5.04	الحبوب	10.1	المواد الزراعية الأخرى
-3.97	المواد الدهنية	8.06	الأسماك واللحوم
-3.96	السفن	6.8	الملابس المنسوجة
-3.8	المحركات	6.71	الأسمدة
-3.18	المواد المصنعة من البلاستيك	3.37	المصبرات الحيوانية
-3.09	المواد الزراعية غير الاستهلاكية	2.9	الجلود
-2.83	الادوات الحديدية	2.57	المعلبات الغذائية
-2.61	السكر	1.9	المنتجات البترولية
-2.6	أجهزة الاتصال	1.81	الزرابي
-1.9	السيارات الخاصة	1.21	المشروبات
1996			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-17.8	الخياط والأقمشة	22.8	الملابس الجاهزة
-15.8	البتترول	10.3	المواد الزراعية الأخرى
-11.4	الحبوب	10,3	الأسماك واللحوم
-6.9	الآلات الخاصة	9.4	الملابس المنسوجة
-5.8	الحديد والصلب	9.1	المواد الأولية الكيميائية
-4.3	المواد الزراعية غير الاستهلاكية	7.5	معادن أخرى غير محددة
-3.6	المواد المصنعة من البلاستيك	4.3	خامات غير حديدية
-3	السيارات الخاصة	4.1	الأسمدة
-2.8	المحركات	3.6	الجلود
-2.6	الدهنيات	2.1	المصبرات الحيوانية
-1.9	السكر	1.8	المركبات الإلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الملحق رقم 01.

من خلال الجدول السابق، نجد أن معظم المنتجات المكونة لفروع الاقتصاد المغربي في تلك الفترة، هي منتجات تابعة للفروع التنافسية كالملايس الجاهزة والمنسوجة والزرابي والجلود.... إلخ. وقد تمثلت نقاط القوة في سنة 1989 في المنتجات التالية: الملابس الجاهزة، معادن غير محددة، المواد الزراعية الأخرى، الأسماك واللحوم، الملابس المنسوجة، الأسمدة، مصبرات حيوانية، الجلود، المعلبات الغذائية، المنتجات البترولية، الزرابي، المشروبات. أما في سنة 1996 فقد تمثلت نقاط القوة للاقتصاد المغربي في المنتجات التالية: الملابس الجاهزة، المواد الزراعية الأخرى، الأسماك واللحوم،

الملابس المنسوجة، المواد الأولية الكيمائية، معادن أخرى غير محددة، خامات غير حديدية، الأسمدة، الجلود، المصبرات الحيوانية، المركبات الإلكترونية.

فخلال الفترة التي سبقت برنامج التأهيل أي من 1989 إلى 1996، نجد أن منتج الملابس الجاهزة حافظ على المرتبة الأولى بالنسبة للمنتجات التي كانت تملك فيها المغرب ميزة تنافسية، كما ارتفعت قيمة المؤشر من 16.25 إلى 22.8. ونلاحظ تحسن بعض المنتجات الأخرى كالأسمدة والملابس المنسوجة والمواد الزراعية الأخرى، كما ظهرت منتجات أخرى كالخامات غير الحديدية، مركبات إلكترونية، مواد أولية كيمائية. وهناك منتجات قد فقدت ميزتها التنافسية كالمعلبات الغذائية والمشروبات والزراعي.

أما بالنسبة لنقاط الضعف للاقتصاد المغربي فنجد بعض المنتجات تحسنت والبعض الآخر تدهورت، والباقي حافظت على مستوياتها المتدنية من سنة 1989 إلى 1996.

2. تحديد المنتجات المكونة للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996

من خلال النتائج السابقة، سنقوم فيما يلي بتحديد المنتجات المتواجدة في كل فرع تنافسي قبل تبني برنامج التأهيل، والتي كانت تملك فيها المغرب ميزة تنافسية. وهي المنتجات التي كان فيها مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية أكبر من الواحد $ACR2 > 1$ ، والجدول الموالي يبين لنا ذلك:

الجدول رقم: -3.3- المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي مغربي قبل تبني برنامج التأهيل

الفروع التنافسية	النسيج	الكيمياء	الصناعات غير الحديدية
المنتجات	الخيوط والأقمشة	الإسمنت	المعادن غير الحديدية
	الملابس الجاهزة	السيراميك	خامات غير حديدية
	الملابس المنسوجة	الزجاج	
	الزراعي	المواد الأولية الكيمائية	
	الجلود	الأسمدة	
		الكيمياء العضوية الأساسية	
		الدهانات	
		مواد المراحيض	
		مواد صيدلانية	
		البلاستيك	
		المواد المصنعة من البلاستيك	
		المواد المصنعة من المطاط	
		المعادن الأخرى غير المحددة	

Source : Fouquin Michel, Guimbard Houssien, Herzog Colette et Ünal Deniz, Panorama de l'économie mondiale, centre d'études prospectives et d'informations internationales, CEPPII, décembre 2012, pp101-102.

3. تحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل

هناك ثلاث فروع تنافسية للاقتصاد المغربي، كما تم تبيانها من خلال دراسة تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ومؤشر الطلب العالمي عليها خلال الفترة من 1989 إلى 1996، وهي فرع النسيج والكيمياء والصناعات غير الحديدية. وعليه سنقوم بتحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل.

1.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج:

سنحاول الآن تعيين النواة الاستراتيجية لفرع النسيج، الذي بينت النتائج السابقة أنه أحد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل، عن طريق تحليل تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية من سنة 1989 إلى سنة 1996.

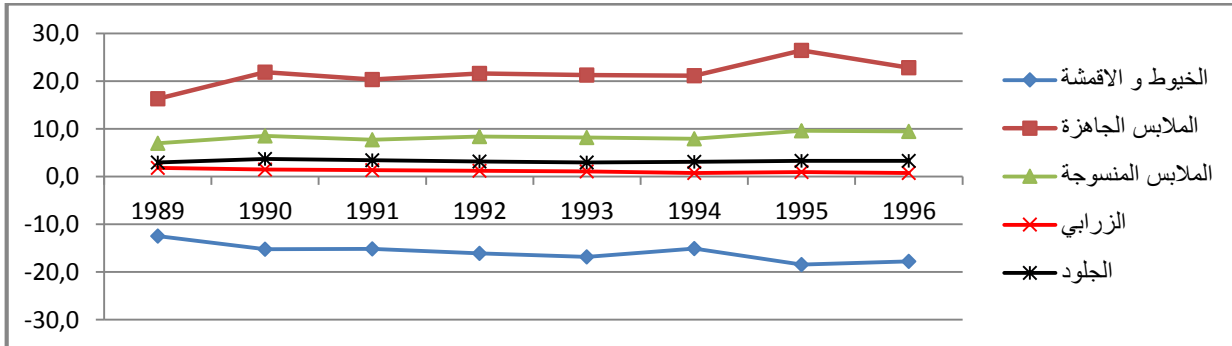
الجدول رقم: - 4.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لمنتجات فرع النسيج المكون للاقتصاد المغربي للفترة من 1989 إلى 1996

المنتجات / السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
الخبوط والأقمشة	-12,5	-15,2	-15,1	-16,1	-16,8	-15,1	-18,5	-17,8
الملابس الجاهزة	16,3	21,9	20,3	21,6	21,2	21,1	26,4	22,8
الملابس المنسوجة	6,9	8,5	7,7	8,4	8,2	7,9	9,6	9,4
الزرايبي	1,8	1,5	1,3	1,2	1,1	0,7	0,9	0,7
الجلود	2,9	3,7	3,4	3,1	3,0	3,1	3,3	3,3

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ويمكن إسقاط نتائج الجدول السابق في الشكل التالي:

الشكل رقم: - 7.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لـ ACR2 لفرع النسيج المكون للاقتصاد المغربي من 1989 إلى 1996



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول السابق.

نلاحظ من خلال الشكل، أن المنتجات التي تكتسب ميزة تنافسية بالنسبة لفرع النسيج هي: الملابس الجاهزة والملابس المنسوجة والجلود والزرابي، كون قيمة المؤشر **ACR2** أكبر من الواحد على طول الفترة الممتدة من 1989 إلى 1996. أما منتجات الخيوط والأقمشة، فهي غير تنافسية، كون قيمة المؤشر بها أقل من الواحد.

2.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء

سنحاول هنا تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء من خلال تحديد المنتجات الأكثر تنافسية، والتي تمثل جوهر هذا الفرع، عن طريق تحليل لقيمة المؤشر **ACR2** خلال الفترة الممتدة من 1989 إلى 1996.

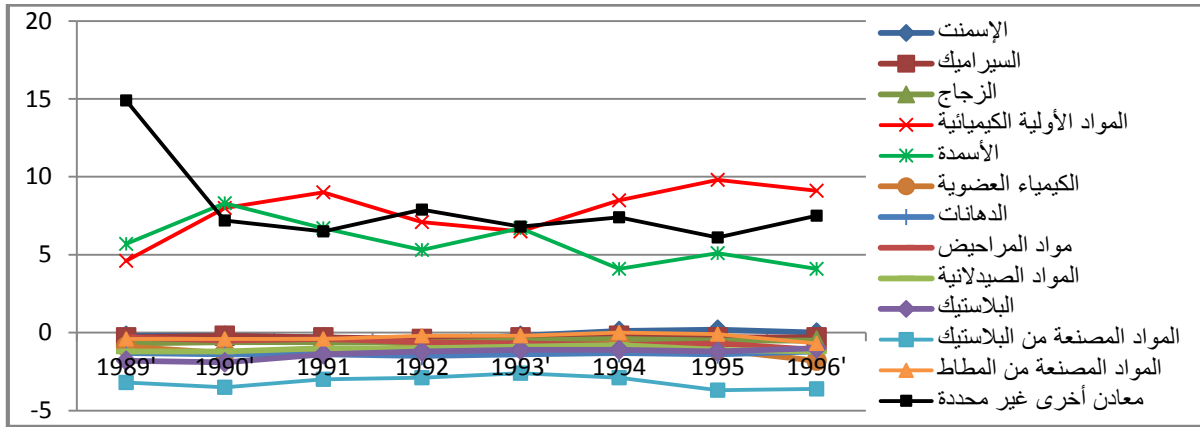
الجدول رقم: -5.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لمنتجات فرع الكيمياء المكون للاقتصاد المغربي للفترة من 1989 إلى 1996

المنتجات	السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
الإسمنت		-0,2	-0,2	-0,3	-0,5	-0,2	0,1	0,2	0,0
السيراميك		-0,3	-0,2	-0,3	-0,4	-0,3	-0,2	-0,3	-0,3
الزجاج		-0,7	-0,6	-0,6	-0,6	-0,5	-0,4	-0,5	-0,5
المواد الأولية الكيميائية		4,6	8,0	9,0	7,1	6,5	8,5	9,8	9,1
الأسمدة		5,7	8,3	6,7	5,3	6,7	4,1	5,1	4,1
الكيمياء العضوية		-0,9	-1,3	-1,2	-0,9	-0,9	-0,7	-1,1	-1,8
الدهانات		-1,3	-1,4	-1,4	-1,5	-1,4	-1,3	-1,4	-1,2
مواد المراحيض		-0,3	-0,5	-0,4	-0,6	-0,7	-0,8	-0,7	-1,1
المواد الصيدلانية		-1,2	-1,2	-1,0	-1,0	-0,9	-0,8	-1,1	-1,2
البلاستيك		-1,8	-1,9	-1,4	-1,2	-1,1	-1,1	-1,2	-1,0
المواد المصنعة من البلاستيك		-3,2	-3,5	-3,0	-2,9	-2,6	-2,9	-3,7	-3,6
المواد المصنعة من المطاط		-0,4	-0,4	-0,4	-0,2	-0,2	0,0	-0,1	-0,7
معادن أخرى غير محددة		14,9	7,2	6,5	7,9	6,8	7,4	6,1	7,5

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ويمكن عرض نتائج الجدول السابق في الشكل التالي:

الشكل رقم: -8.3- تطور قيمة المؤشر $ACR2$ لفرع الكيمياء المكون للاقتصاد المغربي خلال الفترة من 1989 إلى 1996



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول السابق.

يتبين لنا من خلال الشكل السابق، أن المنتجات التنافسية التي تملك ميزة نسبية والمكونة لفرع الكيمياء قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996، تتمثل في ثلاثة منتجات وهي: المواد الأولية الكيميائية والأسمدة والمعادن الأخرى غير المحددة، لأن قيمة المؤشر $ACR2$ فيها أكبر من الواحد، وباقي المنتجات المكونة لهذا الفرع غير تنافسية، كون قيمة المؤشر فيها أقل من الواحد.

3.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية قبل تبني المغرب لبرنامج التأهيل، سنقوم بتحليل تطور قيمة مؤشر $ACR2$ للفترة من 1989 إلى 1996. والجدول التالي يبين ذلك:

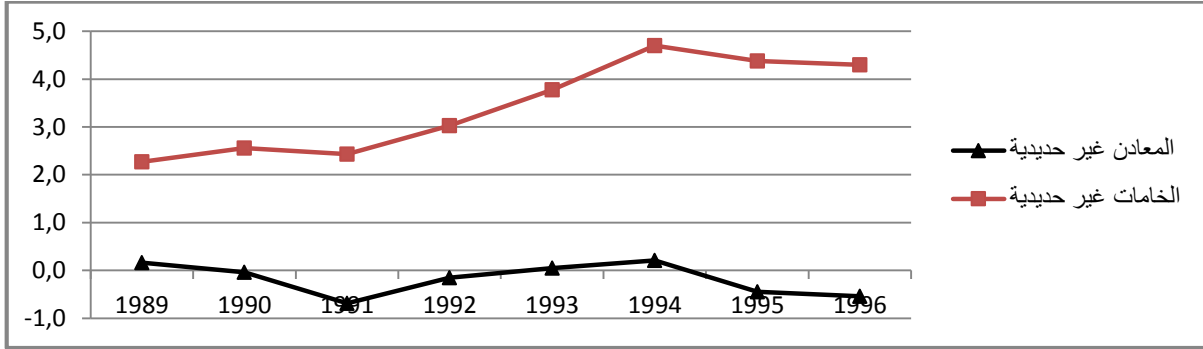
الجدول رقم: -6.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الصناعات غير الحديدية قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996

المنتجات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
المعادن غير الحديدية	0,2	0,0	-0,7	-0,2	0,1	0,2	-0,5	-0,5
الخامات غير الحديدية	2,3	2,6	2,4	3,0	3,8	4,7	4,4	4,3

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ويمكن بلورة معطيات الجدول السابق في الشكل التالي:

الشكل رقم: - 9.3 - تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الصناعات غير الحديدية قبل تبني برنامج التأهيل للفترة من 1989 إلى 1996



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على المعطيات الجدول السابق.

يتبين لنا من خلال الشكل السابق، أن فرع الصناعات غير الحديدية ، يتكون من منتوجين هما: الخامات غير الحديدية، والذي يملك ميزة نسبية كون قيمة المؤشر $ACR2$ أكبر من الواحد. أما المنتج الثاني والمتمثل في المعادن غير الحديدية فهو لا يملك ميزة تنافسية كون قيمة المؤشر فيه أقل من الواحد، وبالتالي فإن المنتج التنافسي لهذا الفرع قبل تبني برنامج التأهيل، هو الخامات غير الحديدية.

4. تحديد النواة الاستراتيجية للفروع التنافسية المكونة للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996

من خلال دراستنا للنواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل للفترة الممتدة من 1989 إلى 1996. نستنتج أن النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي في تلك الفترة، تمثلت في المنتجات التالية:

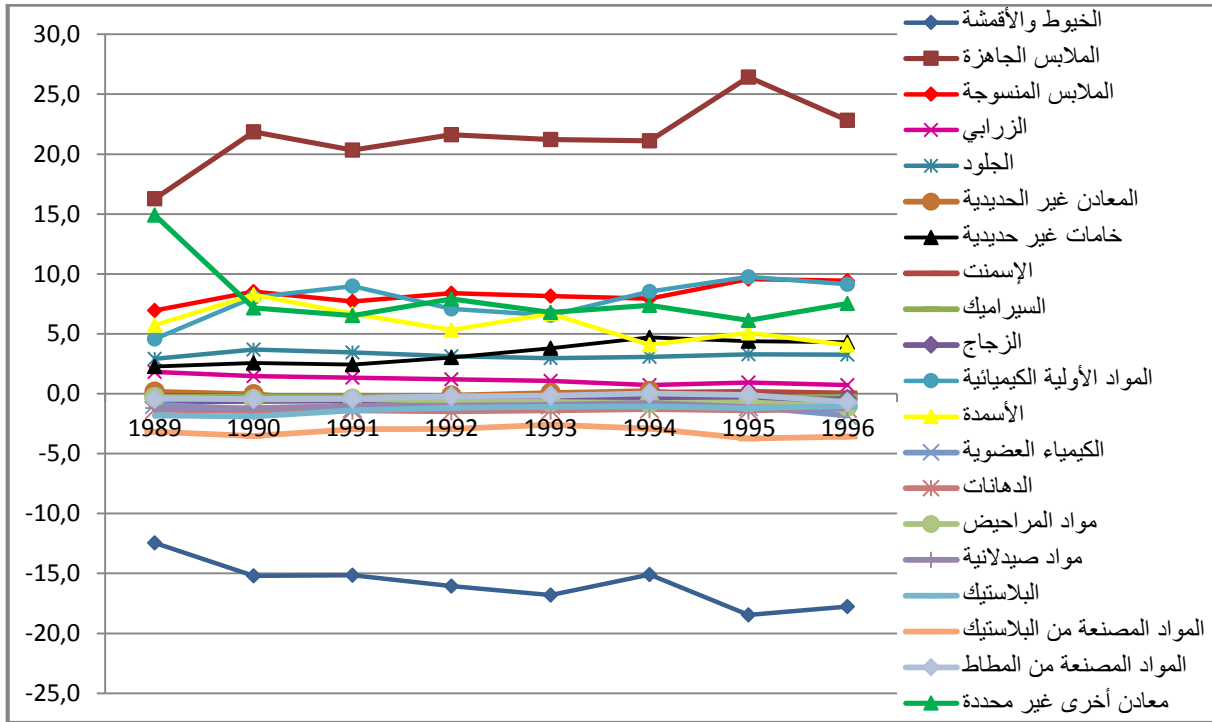
الجدول رقم -7.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل

فرع النسيج	فرع الكيمياء	فرع الصناعات غير الحديدية
الملابس الجاهزة	المواد الأولية الكيميائية	الخامات غير الحديدية
الملابس المنسوجة	الأسمدة	
الجلود	معادن أخرى غير محددة	
الزراعي		

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على النتائج المتحصل عليها من الدراسات السابقة

ويمكن أن نبين هذه النواة من خلال الشكل الموالي، والذي يبرز لنا جميع المنتجات المكونة للفروع التنافسية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل.

الشكل رقم: -10.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل للفترة الممتدة من 1989 إلى 1996



المصدر من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجداول السابقة.

يتبين من خلال الشكل السابق، أن النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل، تمثلت في: الملابس الجاهزة، الملابس المنسوجة، الجلود، الزرابي، المواد الأولية الكيميائية، الأسمدة، معادن أخرى غير محددة، خامات غير حديدية.

هذه النواة هي التي من المفروض أن تحظى بالعناية والرعاية والتأهيل والتطوير من قبل السلطات المغربية حتى لا تفقد ميزتها التنافسية، لتستطيع أن تنافس بها المنتجات الأوروبية بعد الدخول في منطقة التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي، كما يمكن للمغرب أن يتنافس بها في الأسواق العالمية. لهذا يجب عليه أن يقوم بتطوير وتأهيل المنتجات الأخرى غير التنافسية، قبل الدخول في منطقة التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي حتى يحفظ اقتصاده من المنافسة الشرسة من قبل المنتجات الأوروبية. وفيما يلي سنحاول معرفة التغيرات التي حصلت في الاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل.

المطلب الثاني: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل من 1997 إلى 2011

بعد تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي قبل تبني برنامج التأهيل، سنحاول فيما يلي إعادة تحديدها بعد تبني هذا البرنامج لمعرفة مدى التطور الحاصل في الاقتصاد المغربي.

أولاً: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ACR2 بعد تبني برنامج التأهيل من 1997 إلى 2011

من خلال الجدول التالي، والذي يبين لنا تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع الفروع المكونة للاقتصاد المغربي خارج المحروقات خلال الفترة من 1996 إلى 2011، سنقوم بتحديد الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل.

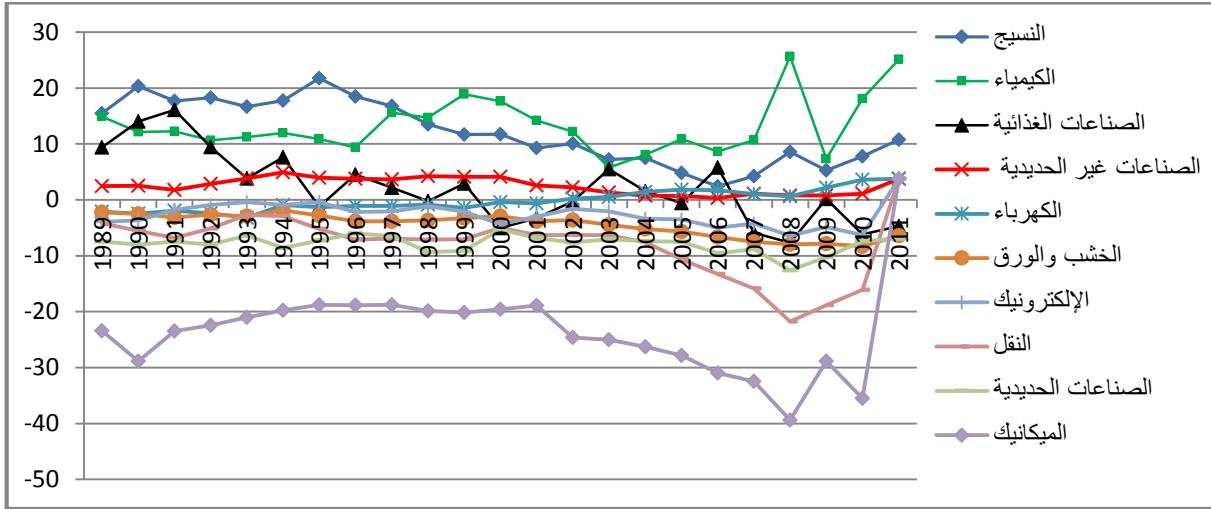
الجدول رقم: -8.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ACR2 لفروع الاقتصاد المغربي خارج المحروقات للفترة من 1997 إلى 2011

2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	الفروع / السنوات
10,8	7,8	5,3	8,6	4,2	2,4	4,8	7,5	7,2	10,1	9,3	11,7	11,7	13,5	16,8	النسيج
25,2	18,1	7,4	25,7	10,7	8,7	10,9	8,1	5,8	12,2	14,2	17,6	18,9	14,7	15,6	الكيمياء
-4,7	-6,2	0,2	-7,7	-5,9	5,8	-0,6	1,6	5,5	-0,3	-3,3	-5,0	2,9	-0,2	2,2	الصناعات الغذائية
3,8	1,1	0,8	0,8	1,1	0,3	0,7	0,7	1,3	2,2	2,6	4,1	4,1	4,2	3,7	الصناعات غير الحديدية
3,8	3,6	2,2	0,6	1,0	1,7	1,9	1,4	0,5	0,2	-0,6	-0,4	-1,4	-0,9	-1,1	الكهرباء
-6,4	-8,3	-7,8	-7,9	-7,5	-6,7	-5,7	-5,2	-4,5	-3,6	-3,8	-2,9	-3,3	-3,7	-3,8	الخشب والورق
3,8	-6,3	-4,9	-6,4	-4,3	-5,0	-3,5	-3,4	-2,1	-1,6	-3,0	-4,4	-2,1	-1,1	-2,1	الإلكترونيك
3,8	-16,1	-18,8	-21,7	-15,8	-13,3	-10,6	-7,6	-6,3	-6,3	-6,3	-5,0	-7,0	-7,1	-6,9	النقل
-6,9	-7,4	-10,2	-12,6	-8,8	-9,6	-7,5	-7,4	-7,1	-7,6	-6,8	-5,3	-9,1	-9,3	-6,5	الصناعات الحديدية
3,8	-35,5	-28,8	-39,4	-32,5	-31,0	-27,8	-26,3	-25,0	-24,6	-18,9	-19,6	-20,1	-19,9	-18,8	الميكانيك

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20

ولفهم تطور قيمة المؤشر للفترة من 1997 إلى 2011، قمنا بإسقاط معطيات الجدول السابق والجدول رقم -1.3- في الشكل التالي:

الشكل رقم: -11.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفروع الاقتصاد المغربي خارج المحروقات للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر : من إعداد الطالبة حسب معطيات الجدول السابق.

نلاحظ من خلال الشكل السابق، أن الاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل أصبح يملك ميزة نسبية ظاهرة في أربعة فروع اقتصادية؛ هي: فرع الكيمياء وفرع النسيج وفرع الصناعات غير الحديدية وفرع الكهرباء.

فبعد تبني برنامج التأهيل نلاحظ ظهور بعض الفروع الاقتصادية واندثار أخرى؛ ففرع الصناعات الغذائية قبل تبني هذا البرنامج كان المغرب يملك فيه ميزة تنافسية، إلا أنه بعد تبني برنامج التأهيل أصبحت قيمة المؤشر فيه تتأرجح بين القيم الموجبة والسالبة، في حين نجد فرع الكهرباء شهد تحسنا ملحوظا بعد تبني هذا البرنامج. أما الفروع الأخرى فلا تملك فيها المغرب ميزة تنافسية، كون قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية أقل من واحد ($ACR2 < 1$). إلا أن هناك بعض الفروع التي عرفت انتعاشا كبيرا خلال سنة 2011 مثل الإلكترونيك والميكانيك والنقل، والتي إذا ما واصلت على هذا النحو، فيمكن أن تملك فيها المغرب ميزة تنافسية مستقبلا.

ثانيا. الفروع التنافسية وتطور الطلب العالمي عليها خارج المحروقات:

يبين لنا الشكل رقم -6.3- تطور الطلب العالمي على الفروع التنافسية خارج قطاع المحروقات خلال الفترة الممتدة من 1967 إلى 2009.

فحسب هذا الشكل، نلاحظ أن فرع الكيمياء في حالة تطور مستمر على طول الفترة من 1997 إلى 2011. أما فروع النسيج والصناعات غير الحديدية وفرع الكهرباء، فهم في حالة استقرار خلال نفس الفترة. وبالتالي فإن هذه الفروع هي الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل للفترة من 1997 إلى 2011.

ثالثا: تحديد النواة الاستراتيجية للفروع التنافسية المكونة للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل للفترة من 1997 إلى 2011

لتحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحليل المنتجات المتواجدة في كل فرع تنافسي والتي يملك فيها المغرب ميزة تنافسية، لمعرفة التطور الحاصل فيه.

1. تعيين نقاط القوة والضعف للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل:

من خلال الجدول الموجود في الملحق رقم 01، والذي يبين لنا تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع المنتجات المكونة لفروع الاقتصاد المغربي، يمكن تعيين نقاط القوة في المنتجات التي يكون فيها قيمة المؤشر أكبر من الواحد، وتعيين نقاط الضعف والتي تتمثل في المنتجات التي تمثل أقل قيمة لهذا المؤشر.

الجدول رقم: -9.3 - نقاط القوة والضعف للاقتصاد المغربي من 1996 إلى 2011

1996			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-17.8	الخيوط والأقمشة	22.8	الملابس الجاهزة
-15.8	البتترول	10.3	المواد الزراعية الأخرى
-11.4	الحبوب	10,3	الأسماك واللحوم
-6.9	الآلات الخاصة	9.4	الملابس المنسوجة
-5.8	الحديد والصلب	9.1	المواد الأولية الكيمائية
-4.3	المواد الزراعية غير الاستهلاكية	7.5	معادن أخرى غير محددة
-3.6	المواد المصنعة من البلاستيك	4.3	الخامات غير الحديدية
-3	السيارات الخاصة	4.1	الأسمدة
-2.8	المحركات	3.6	الجلود
-2.6	الدهنيات	2.1	المصبرات الحيوانية
-1.9	السكر	1.8	المركبات الإلكترونية
2011			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-26.34	الخيوط والأقمشة	25.92	الملابس الجاهزة
-19.87	الحبوب	13.74	الأسمدة
-7.76	الأسلحة	13.48	المواد الزراعية الأخرى
-6.9	الآلات الخاصة	12.01	معادن أخرى غير محددة
-6.9	الحديد والصلب	11.99	المواد الأولية الكيمائية
-5.59	المواد المصنعة من البلاستيك	8.6	الملابس المنسوجة
-5.34	المواد الزراعية غير الاستهلاكية	7.25	إمدادات الطاقة
-4.41	السيارات الخاصة	7.22	مصبرات حيوانية
-3.11	العلف	6.97	الأسماك واللحوم
-3.05	السكر	4.12	الخامات غير الحديدية
		3.85	المركبات الإلكترونية
		3.14	الجلود

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الملحق رقم 01.

يتبين من خلال الجدول السابق أن نقاط القوة للاقتصاد المغربي لسنة 2011، تمثلت في المنتجات التالية: الملابس الجاهزة، الأسمدة، المواد الزراعية الأخرى، معادن أخرى غير محددة، المواد الأولية الكيمائية، الملابس المنسوجة، إمدادات الطاقة، مصبرات حيوانية، الأسماك واللحوم، الخامات غير الحديدية، المركبات الإلكترونية، الجلود.

فقد حافظت منتجات الملابس الجاهزة على المرتبة الأولى بالنسبة للمنتجات التي تملك ميزة تنافسية وارتفعت قيمة المؤشر من 22.8 إلى 25.92، وبالتالي نلاحظ تحسن مستوى هذا المنتج من سنة 1996 إلى 2011، كما تحسنت معظم المنتجات الأخرى كالأسمدة والمواد الزراعية الأخرى.. إلخ. وظهرت منتجات أخرى كإمدادات الطاقة.

أما بالنسبة لنقاط الضعف للاقتصاد المغربي، فنجد أن بعض المنتجات قد تدهورت، بينما منتجات أخرى حافظت على مستوياتها المتدنية من سنة 1996 إلى 2011.

2. تحديد المنتجات المكونة للفروع التنافسية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل:

يبين لنا الجدول التالي المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي بعد تبني برنامج التأهيل في المغرب:

الجدول رقم: -10.3- المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي مغربي بعد تبني برنامج التأهيل

الكهرباء	الصناعات غير الحديدية	الكيمياء	النسيج	الفروع التنافسية
الأجهزة الكهرومنزلية	المعادن غير الحديدية	الإسمنت	الخيوط والأقمشة	المنتجات
المعدات الكهربائية	الخامات غير الحديدية	السيراميك	الملابس الجاهزة	
إمدادات الطاقة		الزجاج	الملابس المنسوجة	
		المواد الأولية الكيميائية	الزراعي	
		الأسمدة	الجلود	
		الكيمياء العضوية الأساسية		
		الدهانات		
		مواد المراحيض		
		المواد الصيدلانية		
		البلاستيك		
		المواد المصنعة من البلاستيك		
		المواد المصنعة من المطاط		
		المعادن الأخرى غير المحددة		

Source : Fouquin Michel, Guimbarde Houssien, Herzog Colette et Ünal Deniz, Panorama de l'économie mondiale, centre d'études prospectives et d'informations internationales, CEPII, décembre 2012, pp 101 - 102.

3. تحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل

سنقوم فيما يلي بتحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى، بعد تبني برنامج التأهيل للفروع التنافسية التي تم تحديدها سابقا.

1.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج سنقوم بتحليل تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لهذا الفرع خلال الفترة من 1997 إلى 2011. والجدول التالي يبين لنا ذلك:

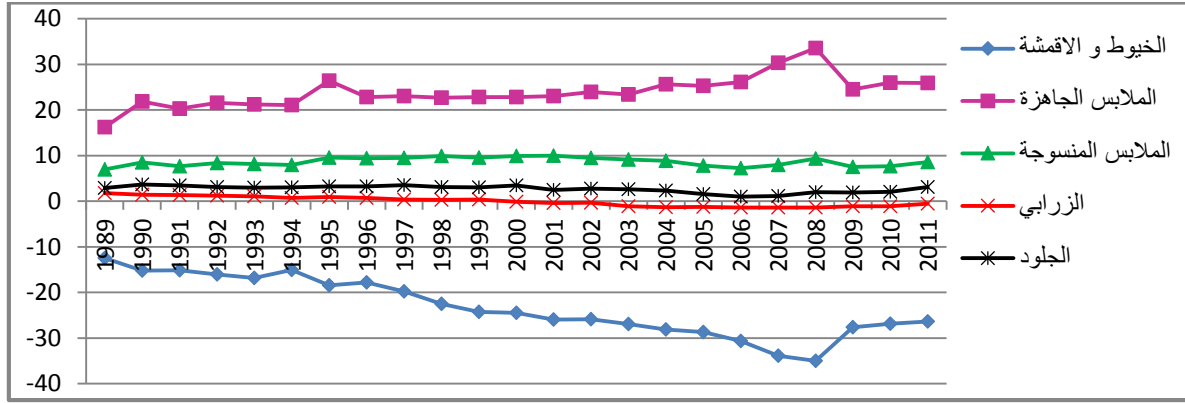
الجدول رقم: -11.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لمنتجات فرع النسيج المكون للاقتصاد المغربي للفترة من 1997 إلى 2011

المنتجات / السنوات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الخيوط والأقمشة	-19,7	-22,5	-24,2	-24,5	-25,9	-25,8	-26,9	-28,1	-28,7	-30,6	-33,9	-35,0	-27,6	-26,9	-26,3
الملابس الجاهزة	23,1	22,7	22,8	22,8	23,0	23,9	23,4	25,7	25,3	26,1	30,4	33,6	24,5	26,0	25,9
الملابس المنسوجة	9,5	10,0	9,6	9,9	10,0	9,5	9,1	8,9	7,9	7,2	8,0	9,4	7,5	7,7	8,6
الزراحي	0,4	0,3	0,4	-0,1	-0,4	-0,3	-1,1	-1,3	-1,2	-1,4	-1,3	-1,4	-1,1	-1,1	-0,5
الجلود	3,6	3,1	3,1	3,5	2,5	2,8	2,7	2,4	1,6	1,0	1,1	2,0	1,9	2,1	3,1

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولبيان تطور فرع النسيج قبل وبعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بإسقاط بيانات الجدول السابق والجدول رقم -4.3- في الشكل التالي:

الشكل رقم: -12.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ($ACR2$) لفرع النسيج المكون للاقتصاد المغربي من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

نلاحظ من خلال الشكل السابق، أن المنتجات التي يملك فيها المغرب ميزة تنافسية بالنسبة لفرع النسيج بعد تبني برنامج التأهيل تمثلت في: الملابس الجاهزة والملابس المنسوجة والجلود، كون قيمة المؤشر $ACR2$ أكبر من الواحد على طول الفترة الممتدة من 1996 إلى 2011، وهي نفس المنتجات التي كانت تملك ميزة تنافسية قبل تبني هذا البرنامج باستثناء الزرابي التي أصبحت قيمة المؤشر بها أقل من الواحد وبالتالي أصبح هذا المنتج غير تنافسي، كما عرفت الملابس الجاهزة والملابس المنسوجة تطورا ملحوظا، أما الجلود فقد شهدت تدهورا طفيفا بعد تبني هذا البرنامج، ورغم ذلك حافظت على ميزتها التنافسية، في حين لم يشهد منتج الخياط والأقمشة أي تطور أو تحسن بعد تبني برنامج التأهيل.

2.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء

سنحاول فيما يلي تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل، لمعرفة التغيرات التي طرأت على هذا الفرع، وذلك بتحليل قيمة المؤشر $ACR2$ من 1997 إلى 2011.

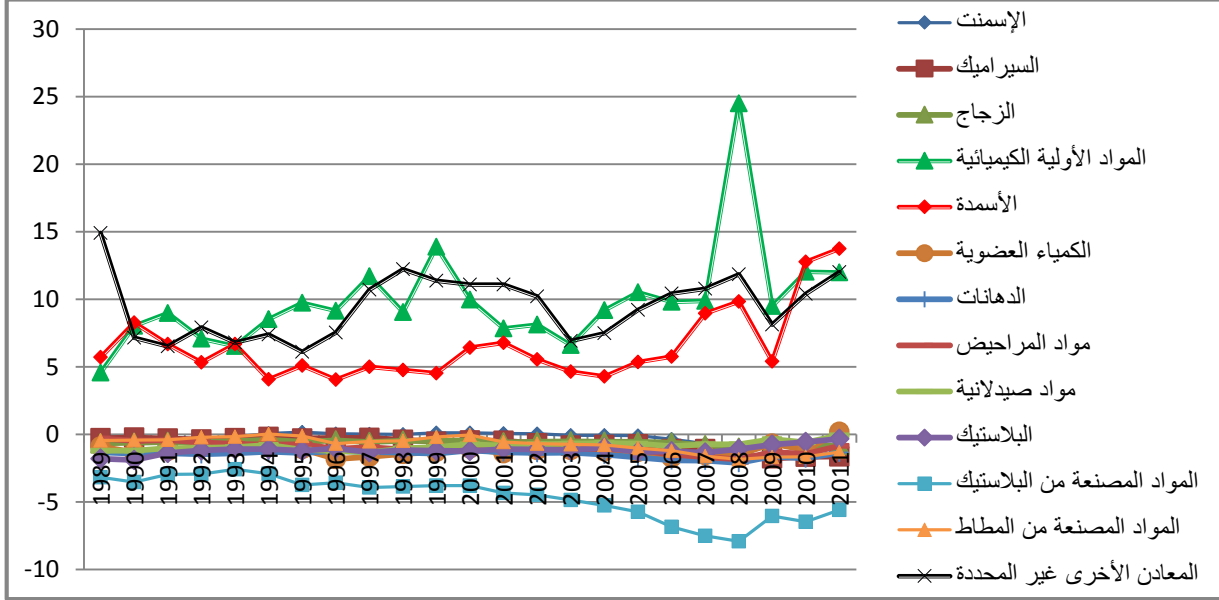
الجدول رقم: -12.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لمنتجات فرع الكيمياء المكون للاقتصاد المغربي للفترة من 1997 إلى 2011

المنتجات \ السنوات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الإسمنت	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-0,3	-0,7	-1,0	-0,7	-0,9	-0,9
السيراميك	-0,3	-0,4	-0,5	-0,4	-0,5	-0,7	-0,8	-0,8	-0,7	-1,1	-1,1	-1,5	-1,8	-1,6	-1,6
الزجاج	-0,6	-0,5	-0,5	-0,4	-0,6	-0,5	-0,5	-0,5	-0,5	-0,6	-0,8	-1,0	-0,7	-0,9	-0,8
المواد الأولية الكيميائية	11,7	9,0	13,9	10,0	7,8	8,1	6,6	9,2	10,5	9,8	9,9	24,5	9,5	12,0	12,0
الأسمدة	5,0	4,8	4,5	6,4	6,8	5,5	4,6	4,3	5,4	5,7	8,9	9,8	5,4	12,8	13,7
الكيمياء العضوية	-1,7	-1,5	-1,3	-1,0	-1,4	-1,2	-1,1	-1,2	-1,3	-1,7	-1,5	-1,5	-0,7	-1,2	0,2
الدهانات	-1,3	-1,4	-1,4	-1,2	-1,3	-1,4	-1,4	-1,5	-1,7	-1,9	-1,9	-2,1	-1,6	-1,8	-1,3
مواد المراحيض	-1,0	-1,1	-1,2	-1,1	-1,0	-1,0	-1,0	-1,1	-1,2	-1,5	-1,7	-1,9	-1,3	-1,4	-0,8
المواد الصيدلانية	-1,3	-1,0	-0,9	-0,7	-0,8	-0,7	-0,7	-0,6	-0,7	-0,9	-0,7	-0,7	-0,4	-0,6	-0,1
البلاستيك	-1,3	-1,2	-1,2	-1,2	-1,1	-1,1	-1,1	-1,0	-1,3	-1,3	-1,3	-1,1	-0,8	-0,6	-0,3
المواد المصنعة من البلاستيك	-3,9	-3,9	-3,8	-3,8	-4,3	-4,5	-4,9	-5,3	-5,7	-6,8	-7,5	-7,9	-6,0	-6,5	-5,6
المواد المصنعة من المطاط	-0,5	-0,5	-0,2	-0,1	-0,6	-0,7	-0,7	-0,8	-1,0	-1,2	-1,6	-1,8	-1,7	-1,7	-1,3
معادن أخرى غير محددة	10,7	12,2	11,4	11,1	11,1	10,2	6,9	7,5	9,2	10,4	10,8	11,8	8,1	10,4	12,0

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولمعرفة تطور هذا الفرع بعد تبني برنامج التأهيل، يمكننا بلورة معطيات الجدول السابق والجدول رقم (5.3) في الشكل التالي:

الشكل رقم: -13.3- تطور قيمة المؤشر *ACR2* لفرع الكيمياء المكون للاقتصاد المغربي خلال الفترة من 1989 إلى 2011



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول السابق.

من خلال الشكل السابق، يتبين لنا أن المنتجات التنافسية المكونة لفرع الكيمياء بعد تبني برنامج التأهيل، تمثلت في ثلاث منتجات وهي: المواد الأولية الكيميائية والأسمدة والمعادن الأخرى غير المحددة، بحيث حافظت هذه المنتجات على تنافسيتها وتطورت كثيرا بعد تبني هذا البرنامج. وباقي المنتجات الأخرى المكونة لهذا الفرع، لم يحصل لها أي تغيير وبقيت غير تنافسية.

3.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية

لمعرفة التطور الحاصل في نواة فرع الصناعات غير الحديدية بعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحليل تطور قيمة مؤشر *ACR2* للفترة من 1997 إلى 2011.

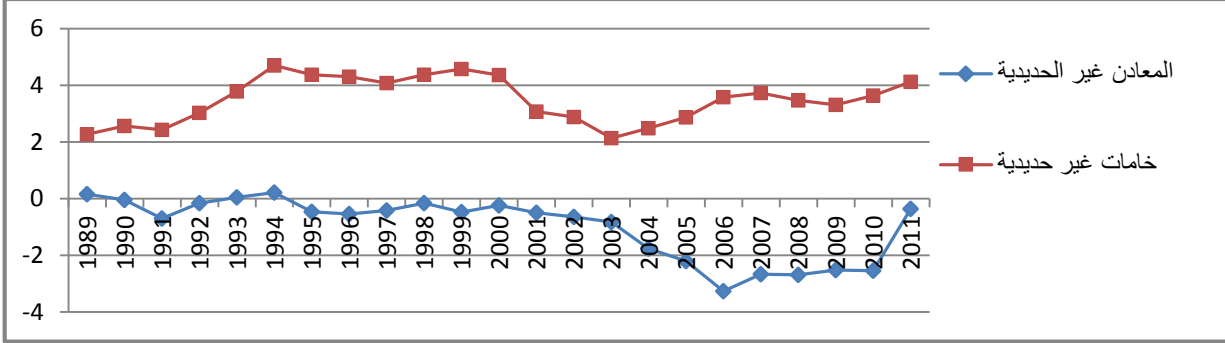
الجدول رقم: -13.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الصناعات غير الحديدية المكون للاقتصاد المغربي من 1997 إلى 2011

المنتجات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
المعادن غير الحديدية	-0,4	-0,2	-0,5	-0,2	-0,5	-0,6	-0,8	-1,8	-2,2	-3,2	-2,7	-2,7	-2,5	-2,5	-0,4
خامات غير حديدية	4,1	4,4	4,6	4,4	3,1	2,9	2,1	2,5	2,9	3,6	3,7	3,5	3,3	3,6	4,1

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولبيان تطور هذا الفرع بعد تبني برنامج التأهيل سنقوم بدمج بيانات الجدول السابق مع الجدول رقم (6.3) في الشكل التالي:

الشكل رقم: -14.3- تطور قيمة مؤشر *ACR2* لفرع الصناعات غير الحديدية المكون للاقتصاد المغربي للفترة من 1989 الى 2011



المصدر من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

يتبين لنا من خلال هذا الشكل، أن فرع الصناعات غير الحديدية بعد تبني برنامج التأهيل حافظ على تنافسية منتج الخامات غير الحديدية، أما المنتج الثاني المتمثل في المعادن غير الحديدية، لم يطرأ عليه أي تطور بل تدهور أكثر منذ سنة 2001، لكنه عاد للتحسن سنة 2011.

4.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكهرباء

سنحاول فيما يلي، تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكهرباء، الذي أصبح الاقتصاد المغربي يملك فيه ميزة تنافسية بعد تبني برنامج التأهيل. عن طريق تحليل تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية من 1997 إلى 2011.

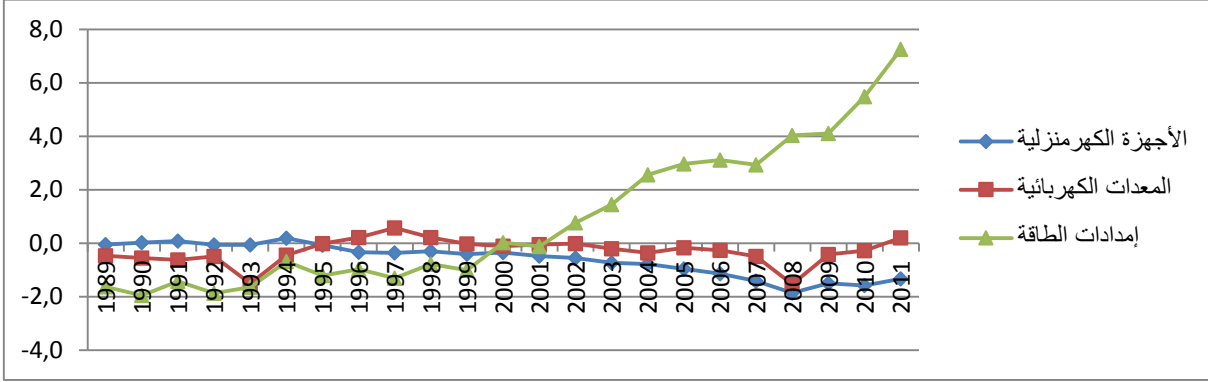
الجدول رقم: -14.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكهرباء من 1997 إلى 2011

المنتجات / السنوات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الأجهزة الكهربائية المنزلية	-0,4	-0,3	-0,4	-0,3	-0,5	-0,6	-0,7	-0,8	-1,0	-1,1	-1,4	-1,9	-1,5	-1,6	-1,3
المعدات الكهربائية	0,6	0,2	0,0	-0,1	-0,1	0,0	-0,2	-0,4	-0,2	-0,3	-0,5	-1,5	-0,4	-0,3	0,2
إمدادات الطاقة	-1,3	-0,8	-1,0	0,0	-0,1	0,8	1,5	2,6	3,0	3,1	2,9	4,0	4,1	5,5	7,3

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولبيان تطور هذا المؤشر بعد تبني برنامج التأهيل سنبلور معطيات هذا الجدول مع معطيات قبل تبني البرنامج لملاحظة التطور الحاصل في هذا الفرع، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم: -15.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكهرباء من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتماد على الملحق رقم: 01.

نلاحظ من الشكل، أن هذا الفرع شهد تطورا ملحوظا بعد تبني برنامج التأهيل خاصة في منتج إمدادات الطاقة الذي تطور كثيرا منذ سنة 2001، أما المنتجات الأخرى المكونة له فلم تتطور بعد تبني هذا البرنامج.

4. تحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل:

من خلال دراستنا للنواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى، نستنتج أن النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل، تمثلت في المنتجات التالية:

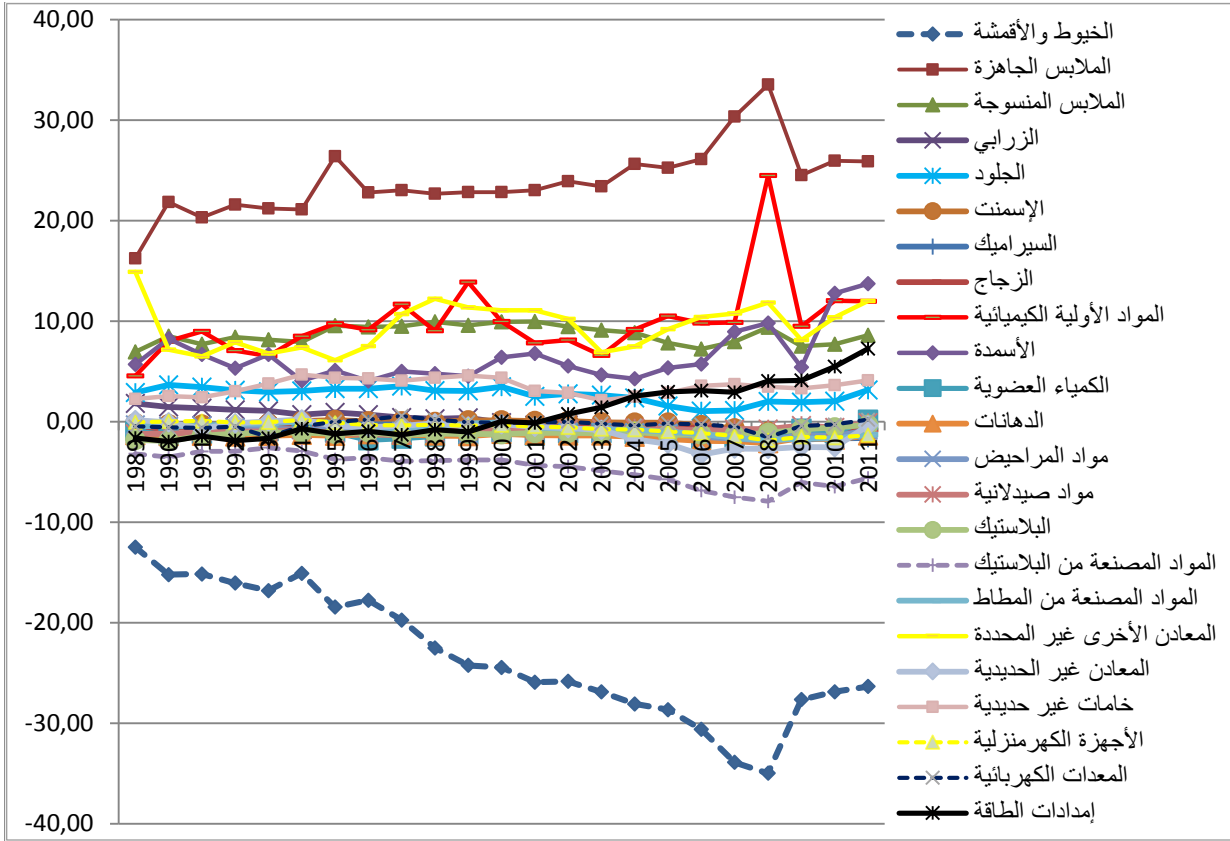
الجدول رقم: -15.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل

الكهرباء	فرع الصناعات غير الحديدية	فرع الكيمياء	فرع النسيج
إمدادات الطاقة	الخامات غير الحديدية	المواد الأولية الكيميائية الأسمدة المعادن غير المحددة	الملابس الجاهزة الملابس المنسوجة الجلود

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على النتائج المتحصل عليها من الدراسات السابقة.

ويمكن أن نظهر هذه النواة من خلال الشكل الموالي، والذي يبين لنا جميع المنتجات المكونة للفروع التنافسية للاقتصاد المغربي.

الشكل رقم: -16.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل



المصدر من إعداد الطلبة اعتمادا على معطيات الجداول السابقة.

من خلال الشكل السابق، فإن النواة الاستراتيجية للاقتصاد المغربي بعد تبني برنامج التأهيل، تمثلت في: الملابس الجاهزة، الملابس المنسوجة، الجلود، المواد الأولية الكيميائية، الأسمدة، معادن غير محددة، خامات غير حديدية، إمدادات الطاقة. إذ تطورت هذه النواة بعد تبني هذا البرنامج، حيث ارتفع عدد المنتجات المكونة لها من سبعة منتجات إلى ثمانية منتجات، كما أن تنافسية هذه المنتجات تحسنت بعد تبني هذا البرنامج.

المطلب الثالث: مدى استعمال سياسة تحديد الفروع التنافسية في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المغربية

سنحاول من خلال هذا المطلب تحديد مدى إمكانية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المغربية عن طريق التأهيل، وذلك بمطابقة الفروع التنافسية للاقتصاد المغربي المتحصل عليها في النتائج السابقة ومدى استعمال المغرب لنواته الاستراتيجية ضمن عملية تأهيل مؤسساته الصغيرة والمتوسطة. إذ يبين لنا الجدول التالي، مدى مطابقة برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المغربية للفروع التنافسية المستعملة في قاعدة المعلومات CHELEM.

الجدول رقم: -16.3- توزيع نتائج برنامج التأهيل المغربي حسب فروع نشاط قاعدة البيانات CHELEM

برنامج مساندة 2010-2012		نسبة انضمام المؤسسات إلى برنامج امتياز 2010-2013	الفروع الاقتصادية
النسبة	عدد المؤسسات		
16%	126	8%	فرع النسيج
-	-	3%	فرع الخشب والورق
3%	25	6%	الكهرباء والإلكترونيك
14%	112	19%	فرع الكيمياء
11%	84	-	فرع الميكانيك
8%	66	20%	فرع الصناعة الغذائية
7%	55	2%	فرع وسائل النقل

المصدر: من إعداد الطالبة حسب الشكلين (9.2) و(11.2) لنتائج "إمتياز" و"مساندة" في الفصل الثاني.

يتجلى من خلال الجدول السابق، أن برنامج "إمتياز" الذي اتبعته السلطات المغربية لتأهيل مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة، يبين لنا؛ أن النسبة الكبيرة من المؤسسات المؤهلة تنتمي لفرع الصناعات الغذائية بنسبة 20%، رغم أن هذا القطاع شهد تقلبات عديدة بين صعود ونزول منذ 1989. أما الفروع التنافسية التي تم تحديدها سابقا (النسيج والكيمياء والصناعات الحديدية والكهرباء)، فإن فرع الكيمياء حظي بنسبة 19% من برنامج تأهيل "إمتياز" وهي نسبة جيدة تعكس مدى اهتمام السلطات المغربية بفروعها التنافسية، في حين أنه في فرع النسيج تم تأهيل ما نسبته 8% فقط من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ورغم أنها منخفضة نوعا ما إلا أنها معقولة إذا ما قورنت بباقي الفروع المتبقية. بالنسبة لفرع الصناعات الحديدية فيمكن أن يكون متاخلا مع فرع آخر لأن تقسيم فروع الاقتصاد المغربي لا تتطابق مع تقسيم قاعدة البيانات CHELEM. أما فرع الكهرباء الذي شهد تطورا ملحوظا بعد تبني برنامج التأهيل فهو متداخل مع فرع الإلكترونيك، حيث نجد أن السلطات المغربية في إطار برنامج "إمتياز" لم تعره أهمية كبيرة رغم التطور الكبير الذي شهده منذ 2001 إلى 2011.

أما بخصوص برنامج "مساندة"، فنجد أن النسبة الكبيرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المؤهلة احتلتها فرع النسيج بنسبة 16%، ثم فرع الكيمياء بنسبة 14%، وهي نسبة جيدة تبين أن السلطات المغربية أولت أهمية كبيرة لهذه الفروع التنافسية، من أجل النهوض بالاقتصاد نحو الأحسن، حتى تستطيع منتجات هذه الفروع منافسة غيرها من المنتجات في الأسواق الداخلية أو الخارجية، وهذا ما يؤكد النتائج المتحصل عليها سابقا بالنسبة لهذا الفرع. في حين نجد أن فرع الكهرباء المتداخل مع فرع الإلكترونيك لم يحظى إلا بتأهيل 3% فقط من مؤسساته؛ وهي نسبة ضئيلة لا تعكس التطور الكبير الذي شهده هذا الفرع بعد تبني برنامج التأهيل، وهو ما يؤكد أن السلطات المغربية لم تقم بدراسة وافية لفروعها التنافسية قبل تبني هذا البرنامج.

وهذه النتائج التي توصلنا إليها تخص برنامجي "امتياز" و"مساندة" فقط، التي تقوم بإنجازهما الوكالة الوطنية للنهوض بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المغربية، أما باقي النتائج بالنسبة للبرامج الأخرى التي سطرها المغرب لم نتمكن من الحصول عليها، وبالتالي فإن تطبيق النواة الاستراتيجية اقتصر على مدى نجاح هذين البرنامجين فقط.

المبحث الثالث: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي ومدى استعمالها ضمن استراتيجية التأهيل التي تبنتها تونس

سيتم من خلال هذا المبحث تحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي، من أجل مطابقة النتائج المرجوة مع النتائج المتحصل عليها من خلال دراستنا لبرنامج التأهيل، وذلك لمعرفة إذا ما قامت الحكومة التونسية بعد تبنيها لهذا البرنامج بدراسة لاقتصادها أم لا. وهذا للبحث عن نقاط قوتها لتطويرها أكثر وتحسينها لكي تكون منتجات تستطيع المنافسة بها في الأسواق الدولية، وخاصة أسواق الاتحاد الأوروبي بعد دخولها في منطقة التجارة الحرة، ومدى قيامها بالبحث عن نقاط الضعف للقيام بتحسينها قبل الشروع في فتح اقتصادها أمام المنتجات الأوروبية لتحافظ على نسيجها الصناعي، أم قامت بعملية التأهيل اعتباراً دون القيام بدراسة مسبقة.

المطلب الأول: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996

أدخلت السلطات التونسية برنامج تأهيل لمؤسساتها في الخطة التنموية التاسعة¹ (1996-2001) والعاشر (2002-2006)، وبدأ تنفيذ هذا البرنامج مع بداية سنة 1996 في إطار الخطة التنموية التاسعة. لهذا سنقوم في هذا المطلب بتحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل وبعد تبني برنامج التأهيل للمقارنة بينهما.

أولاً: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) للفترة من 1989 إلى 1996

لتحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل، سنقوم أولاً بتحليل تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) لجميع فروع النشاط خارج قطاع المحروقات، والتي يتكون منها الاقتصاد التونسي خلال الفترة الممتدة من 1989 إلى 1996. والجدول التالي يبين ذلك:

¹ Hervé Bougault et Ewa Filipiak, Les programmes de mise à niveau des entreprises en Tunisie, Maroc et Sénégal, département de la recherche, agence française de développement, 2005, p 43.

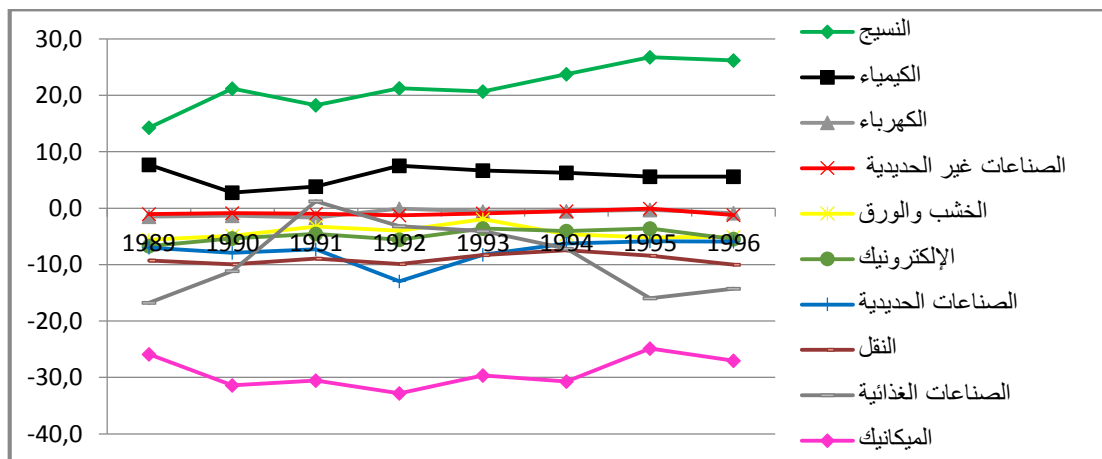
الجدول رقم: -17.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط للاقتصاد التونسي من 1989 إلى 1996

1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990	1989	الفروع / السنوات
26,2	26,8	23,8	20,7	21,3	18,2	21,2	14,3	النسيج
5,6	5,6	6,3	6,7	7,5	3,8	2,7	7,7	الكيمياء
-0,8	-0,3	-0,5	-0,6	-0,1	-1,7	-1,3	-1,5	الكهرباء
-1,2	-0,1	-0,5	-0,9	-1,3	-1,0	-0,8	-1,0	الصناعات غير الحديدية
-5,1	-5,2	-4,6	-1,9	-4,0	-3,2	-4,9	-5,6	الخشب والورق
-5,5	-3,6	-4,0	-3,6	-5,6	-4,6	-5,3	-6,7	الإلكترونيك
-5,9	-5,9	-6,2	-8,3	-13,0	-7,3	-7,9	-7,0	الصناعات الحديدية
-10,0	-8,4	-7,4	-8,3	-9,9	-8,9	-10,0	-9,3	النقل
-14,3	-15,9	-7,1	-4,1	-3,2	1,2	-11,1	-16,8	الصناعات الغذائية
-27,0	-24,9	-30,7	-29,6	-32,8	-30,6	-31,4	-25,9	الميكانيك

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ولتحليل أكثر دقة، سنقوم بعرض هذه النتائج من خلال الشكل الموالي، والذي يبين تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لنفس الفترة.

الشكل رقم: -17.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط للاقتصاد التونسي خارج المحروقات من 1989 إلى 1996



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق

من خلال الشكل السابق، فإن الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل تمثلت في: فرعي النسيج والكيمياء، كون قيمة المؤشر أكبر من الواحد على طول الفترة الممتدة من 1989 إلى 1996.

ثانيا: الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل وتطور الطلب العالمي عليها خارج المحروقات

من خلال الشكل رقم (6.3) الموجود في المبحث الثاني من هذا الفصل، فإن الفروع التي تم اختيارها حسب قيمة المؤشر المحسوب بالصيغة الثانية، والمتمثلة في فرعي النسيج والكيمياء، يمتاز الطلب العالمي عليهما إما بالتطور أو الاستقرار.

ففرع الكيمياء حسب هذا المؤشر في حالة تطور من سنة 1989 إلى 1996، وهو ما يفسره منحى الطلب العالمي على الكيمياء الذي نجده في حالة صعود، أما فرع النسيج فهو في حالة استقرار خلال نفس الفترة. وبالتالي فإن الفروع المحددة سابقا تعتبر فروعاً تنافسية، وباقي الفروع الأخرى تعتبر غير تنافسية.

ثالثا: تحديد النواة الاستراتيجية للفروع التنافسية المكونة للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل للفترة من 1989 إلى 1996

انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها سابقاً، سنقوم بتحديد النواة الاستراتيجية ونقاط القوة والضعف للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل، من خلال تحديد المنتجات التنافسية التي يتكون منها كل فرع تنافسي، والتي يكون فيها مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية أكبر تماماً من الواحد ($ACR2 > 1$).

1. تعيين نقاط القوة والضعف للاقتصاد التونسي

إنطلاقاً من الجدول الموجود في الملحق رقم 02، والذي يبين لنا تطور قيمة المؤشر ($ACR2$) لجميع المنتجات المكونة لفروع النشاط الاقتصادي، سنعين نقاط القوة للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل، والمتمثلة في المنتجات التي يملك فيها ميزة تنافسية، هذه المنتجات هي التي يجب أن تلقى العناية والتأهيل والدعم حتى تحافظ على تنافسيتها لتصبح منتجات تنافسية، وتحديد نقاط الضعف للاقتصاد ككل والمتمثلة في جميع المنتجات التي لا تملك ميزة تنافسية، والتي يأخذ فيها المؤشر أقل قيمة من بين جميع المنتجات المكونة للاقتصاد، وستكون المقارنة بين سنة الأساس 1989 وسنة 1996.

الجدول رقم: -18.3- نقاط القوة والضعف للاقتصاد التونسي لسنتي 1989 و1996

1989			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-22.7	الخيوط والأقمشة	30.0	الملابس الجاهزة
-13.1	الحبوب	13.28	الأسمدة
-9.4	الآلات الخاصة	9.2	المواد الأولية الكيميائية
-6	المحركات	3.9	الإسمنت
-6	الحديد والصلب	3.8	الأسماك واللحوم
-5.2	المواد الزراعية غير الاستهلاكية	5.2	الملابس المنسوجة
-4.9	مواد صيدلانية	1.5	خامات غير حديدية
-4.3	المعادن الأخرى	1.3	الجلود
-4.1	الأدوات الحديدية	1.3	مواد زراعية أخرى
1996			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-33	الخيوط والأقمشة	47.5	الملابس الجاهزة
-9.5	الحبوب	9.4	الأسمدة
-8.1	الآلات الخاصة	8.9	الملابس المنسوجة
-5.9	المحركات	8.4	المواد الأولية الكيميائية
-5.2	الحديد والصلب	3	الجلود
-5	المواد الزراعية غير الاستهلاكية	2.7	الأسماك واللحوم
		1.6	الخامات غير الحديدية
		1.6	الإسمنت

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الملحق رقم 02.

من خلال هذا الجدول نستنتج أن معظم المنتجات المكونة لفروع الاقتصاد التونسي، هي منتجات تابعة للفروع التنافسية كالملابس الجاهزة والمنسوجة والجلود والإسمنت.... الخ. فخلال سنة 1989، كانت نقاط القوة تتمثل في المنتجات التالية: الملابس الجاهزة، الأسمدة، المواد الكيميائية، الإسمنت، الأسماك واللحوم، الملابس المنسوجة، خامات غير حديدية، الجلود، مواد زراعية أخرى، وهي المنتجات التي تأخذ أكبر قيمة للمؤشر ACR2، وهي مرتبة من أكبر إلى أصغر قيمة. أما سنة 1996، فقد تمثلت نقاط القوة للاقتصاد التونسي قبل تبني هذا البرنامج، في: الملابس الجاهزة، الأسمدة، الملابس المنسوجة، المواد الأولية الكيميائية، الجلود، الأسماك واللحوم، خامات غير حديدية، الإسمنت.

بينما نقاط الضعف، والتي تمثل المنتجات التي تحمل أقل قيمة للمؤشر، فتمثلت سنة 1989 في المنتجات التالية: الخيوط والأقمشة، الحبوب، الآلات الخاصة، المحركات، الحديد والصلب، مواد زراعية غير استهلاكية، مواد صيدلانية، المعادن الأخرى، الأدوات الحديدية، بينما في سنة 1996 سجلت المنتجات: الخيوط والأقمشة، الحبوب، الآلات الخاصة، المحركات، الحديد والصلب، المواد الزراعية غير الاستهلاكية، أقل قيمة للمؤشر. وبالتالي فإن الخيوط والأقمشة حافظت على المرتبة الأخيرة في ترتيب جميع المنتجات بتحصلها على أدنى قيمة للمؤشر ACR2 لسنتي 1989 و1996.

2. تحديد المنتجات المكونة للفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل للفترة من 1989 إلى 1996

يبين لنا الجدول الموالي المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي والتي حددناها سابقا بالنسبة للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل.

الجدول رقم: -19.3- المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي للاقتصاد التونسي

الكيمياء	النسيج	الفروع التنافسية
الإسمنت	الخيوط والأقمشة	المنتجات
السيراميك	الملابس الجاهزة	
الزجاج	الملابس المنسوجة	
المواد الأولية الكيميائية	الزراعي	
الأسمدة	الجلود	
الكيمياء العضوية الأساسية		
الدهانات		
مواد المراحيض		
المواد الصيدلانية		
البلاستيك		
المواد المصنعة من البلاستيك		
المواد المصنعة من المطاط		
المعادن الأخرى غير المحددة		

Source : Fouquin Michel, Guimbarde Houssien, Herzog Colette et Ünal Deniz, Panorama de l'économie mondiale, centre d'études prospectives et d'informations internationales, CEPII, décembre 2012, pp 101-102.

3. تحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل

هناك فرعان تنافسيان للاقتصاد التونسي قبل تبني هذا البرنامج، كما تم تبيانهم من خلال دراسة تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية ومؤشر الطلب العالمي وهما: فرع النسيج وفرع الكيمياء. وعليه سنقوم بتحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى.

1.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء

سنحاول الآن تعيين النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء الذي بينت النتائج السابقة أنه أحد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل، عن طريق تحليل لتطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية من سنة 1989 إلى سنة 1996. والجدول التالي يبين لنا ذلك.

الجدول رقم: -20.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لفرع الكيمياء المكون للاقتصاد التونسي

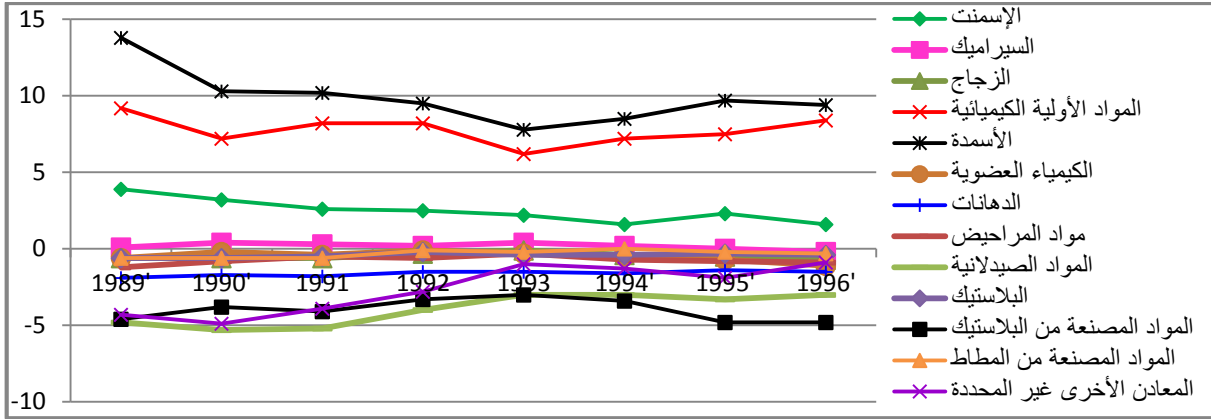
قبل تبني برنامج التأهيل من 1989 إلى 1996

الفرع	السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
الإسمنت		3,9	3,2	2,6	2,5	2,2	1,6	2,3	1,6
السيراميك		0,1	0,4	0,3	0,2	0,4	0,2	0,0	-0,2
الزجاج		-0,6	-0,6	-0,6	-0,3	-0,1	-0,4	-0,5	-0,7
المواد الأولية الكيميائية		9,2	7,2	8,2	8,2	6,2	7,2	7,5	8,4
الأسمدة		13,8	10,3	10,2	9,5	7,8	8,5	9,7	9,4
الكيمياء العضوية		-0,6	-0,2	-0,4	-0,1	-0,3	-0,5	-0,7	-1,1
الدهانات		-1,9	-1,7	-1,8	-1,5	-1,5	-1,6	-1,4	-1,5
مواد المراحيض		-1,2	-0,8	-0,5	-0,6	-0,3	-0,7	-0,8	-0,9
المواد الصيدلانية		-4,8	-5,3	-5,2	-4,0	-3,0	-3,0	-3,3	-3,0
البلاستيك		-0,6	-0,6	-0,5	-0,2	-0,4	-0,4	-0,3	-0,4
المواد المصنعة من البلاستيك		-4,6	-3,8	-4,1	-3,3	-3,0	-3,4	-4,8	-4,8
المواد المصنعة من المطاط		-0,6	-0,6	-0,6	-0,1	-0,2	0,0	-0,2	-0,3
المعادن الأخرى غير المحددة		-4,3	-4,9	-3,9	-2,8	-1,0	-1,3	-1,9	-0,9

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ولتوضيح الدراسة تم إسقاط معطيات الجدول السابق في الشكل التالي:

الشكل رقم: -18.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لفرع الكيمياء المكون للاقتصاد التونسي من 1989 إلى 1996



المصدر: من إعداد الطالبة حسب الجدول السابق

من خلال هذا الشكل، يتبين لنا أن المنتجات الاستراتيجية لفرع الكيمياء هي: الأسمدة والإسمنت والمواد الأولية الكيميائية، والتي سجل فيها مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية معدلات أكبر من الواحد. وباقي المنتجات لا تعتبر تنافسية كون قيمة المؤشر بها أقل من الواحد.

2.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج

سنحاول هنا تحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج من خلال تحديد المنتجات الأكثر تنافسية والتي تمثل جوهر هذا الفرع عن طريق تحليل لقيمة المؤشر $ACR2$ خلال الفترة الممتدة من 1989 إلى 1996.

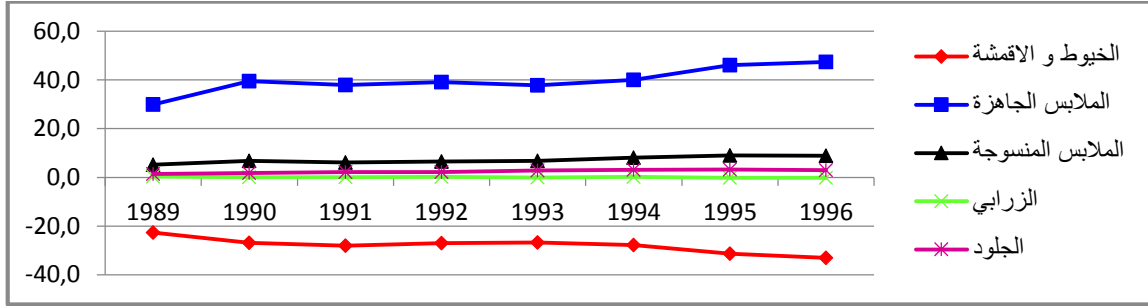
الجدول رقم: -21.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد التونسي للفترة الممتدة من 1989 إلى 1996

المنتجات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
الخيوط والأقمشة	-22,7	-26,9	-28,0	-27,0	-26,7	-27,8	-31,4	-33,0
الملابس الجاهزة	30,0	39,6	37,9	39,2	37,8	40,1	46,1	47,5
الملابس المنسوجة	5,2	6,8	6,2	6,6	6,8	8,1	9,0	8,9
الزرابي	0,4	0,0	0,0	0,2	0,0	0,3	-0,1	-0,2
الجلود	1,3	1,8	2,2	2,2	2,8	3,1	3,2	3,0

المصدر: حسب قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

والشكل التالي يلخص ما جاء في الجدول السابق.

الشكل رقم: -19.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد التونسي من 1989 إلى 1996



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول السابق.

يتبين لنا من خلال الشكل السابق، أن المنتجات التنافسية المكونة لفرع النسيج والتي سجل فيها مؤشر الميزة النسبية الظاهرة معدل أكبر تماما من الواحد، هي: الملابس الجاهزة والملابس المنسوجة والجلود، وباقي المنتجات الأخرى لا تعتبر تنافسية.

4. تحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي

من خلال دراستنا للنواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى، نستنتج أن النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي خلال الفترة من 1989 إلى 1996، تمثلت في المنتجات التالية:

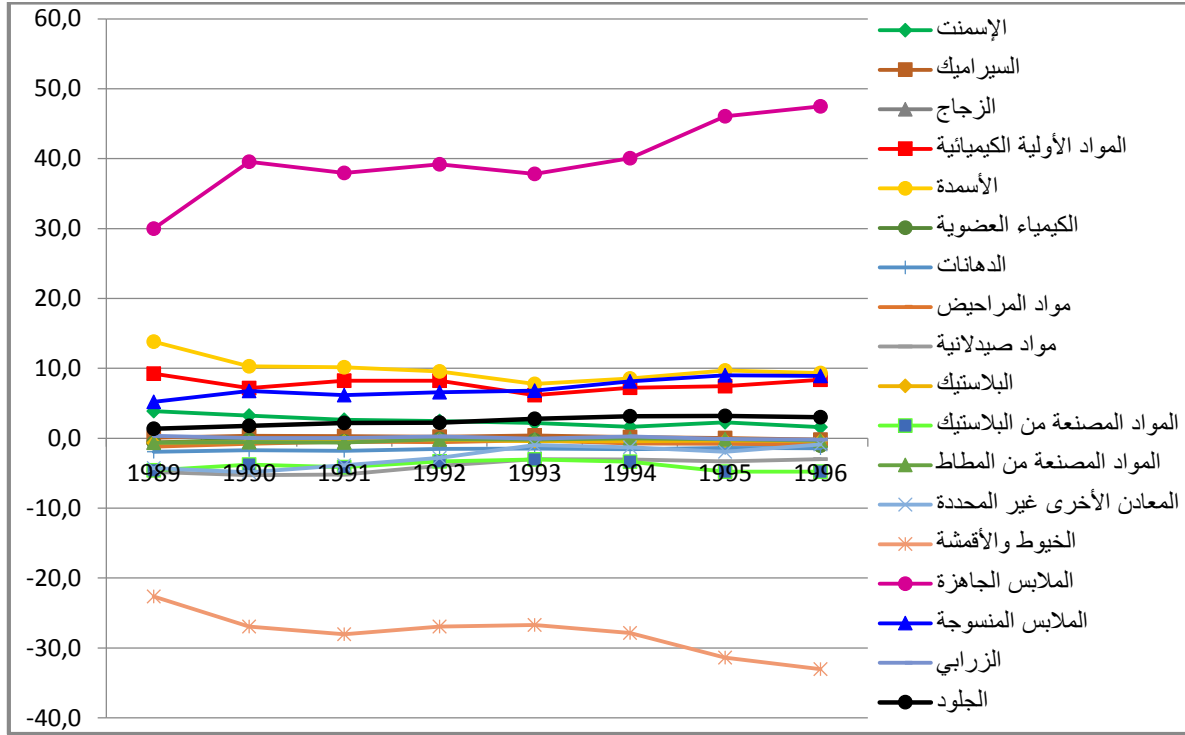
الجدول رقم: -22.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل

فرع النسيج	فرع الكيمياء
الملابس الجاهزة	الأسمدة
الملابس المنسوجة	الإسمنت
الجلود	المواد الأولية الكيميائية

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على النتائج المتحصل عليها سابقا.

حسب الجدول السابق، والذي تم استنتاجه من التحاليل السابقة للفروع التنافسية، فإن المنتجات التنافسية والتي تمثل النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل هي: الملابس الجاهزة، الملابس المنسوجة، الجلود، الأسمدة، الإسمنت، المواد الأولية الكيميائية. ويمكن أن نبين هذه النواة من خلال الشكل الموالي، والذي يظهر لنا جميع المنتجات المكونة للفروع التنافسية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل.

الشكل رقم: 20.3 - النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي قبل تبني برنامج التأهيل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجداول السابقة المكونة للفروع التنافسية.

حسب هذا الشكل، فإن الملابس الجاهزة تحتل المرتبة الأولى بين جميع المنتجات التنافسية؛ إذ تملك فيها تونس ميزة نسبية ظاهرة مرتفعة، يمكن لها أن تنافس بها المنتجات الأجنبية الآتية من الاتحاد الأوروبي في إطار اتفاق منطقة التجارة الحرة، بالإضافة إلى المنتجات التنافسية الأخرى التي يجب تحسينها أكثر كي تصبح أكثر تنافسية عما هي عليه الآن. وعليه فإن هذه النواة، هي التي يجب أن تحظى بالرعاية والعناية من قبل السلطات التونسية في إطار برنامج التأهيل حتى تحافظ على ميزتها التنافسية، أما المنتجات غير التنافسية فيجب أن تعمل على تطويرها كي تصبح تنافسية وتستطيع منافسة المنتجات الأوروبية وحتى العالمية.

المطلب الثاني: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل

بعد دراستنا للنسيج الاقتصادي التونسي قبل تبني هذا البرنامج، سنحاول فيما يلي دراسة التغيرات التي حصلت فيه بعد تبني هذا البرنامج.

أولاً: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2)

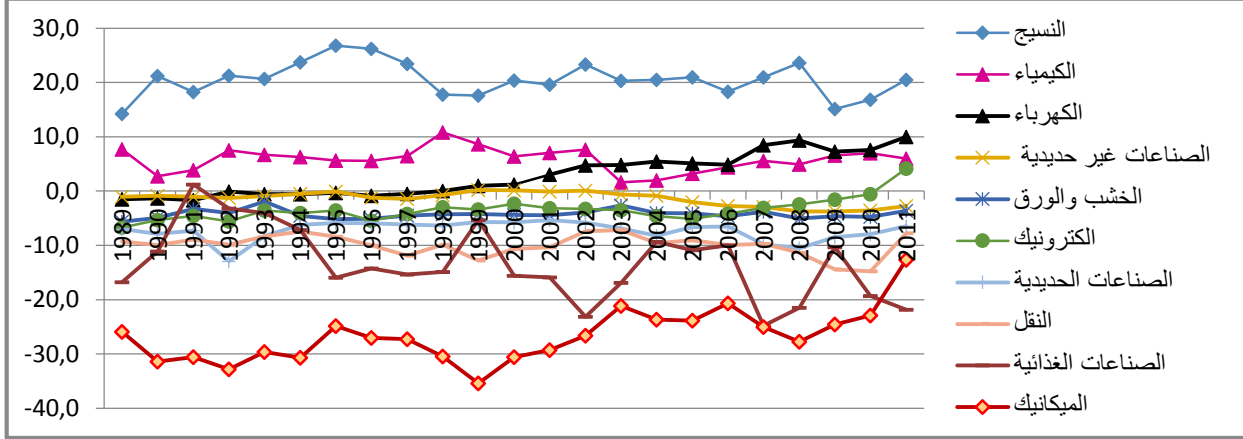
لتحديد الفروع التنافسية بعد تبني هذا البرنامج، سنقوم بتحليل تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) بالنسبة لكل فروع النشاط خارج قطاع المحروقات والتي يتكون منها الاقتصاد التونسي خلال الفترة الممتدة من 1997 إلى 2011.

الجدول رقم: -23.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط للاقتصاد التونسي من 1997 إلى 2011

الفروع	السنوات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
النسيج		23,5	17,8	17,6	20,4	19,6	23,3	20,3	20,5	20,9	18,3	20,9	23,6	15,1	16,8	20,5
الكيمياء		6,5	10,8	8,7	6,4	7,1	7,6	1,6	2,0	3,2	4,4	5,6	4,9	6,6	7,0	6,0
الكهرباء		-0,5	0,1	0,9	1,2	3,0	4,7	4,8	5,5	5,1	4,9	8,5	9,4	7,3	7,6	10,0
الصناعات غير الحديدية		-1,4	-0,8	0,2	0,1	-0,1	0,1	-0,6	-0,9	-2,1	-2,7	-2,9	-3,7	-3,7	-3,5	-2,8
الخشب والورق		-4,5	-4,3	-4,2	-4,4	-4,4	-3,9	-2,6	-4,0	-4,1	-4,6	-3,8	-5,0	-4,6	-4,7	-3,6
الإلكترونيك		-4,2	-3,0	-3,4	-2,4	-3,1	-3,3	-3,5	-4,6	-5,1	-4,2	-3,1	-2,5	-1,6	-0,6	4,2
الصناعات الحديدية		-6,2	-6,3	-5,7	-5,8	-5,3	-5,8	-6,8	-8,2	-6,6	-6,5	-9,8	-10,6	-8,4	-7,9	-6,5
النقل		-11,9	-9,9	-12,8	-10,7	-10,4	-7,4	-7,1	-9,6	-9,0	-9,9	-9,7	-11,3	-14,4	-14,8	-7,8
الصناعات الغذائية		-15,4	-14,9	-5,4	-15,6	-15,9	-23,2	-16,9	-9,3	-10,9	-10,0	-24,8	-21,5	-10,3	-19,3	-21,8
الميكانيك		-27,3	-30,5	-35,4	-30,6	-29,3	-26,6	-21,2	-23,7	-23,9	-20,7	-25,0	-27,8	-24,6	-22,9	-12,6

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولتحليل أكثر دقة، سنقوم بمقارنة نتائج الجدول السابق ونتائج الجدول رقم -17.3- في الشكل التالي:
 الشكل رقم: -21.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط للاقتصاد التونسي خارج المحروقات من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول (23.3) والجدول رقم (17.3)

من خلال الشكل السابق، نستنتج أن الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل؛ تمثلت في: فرعي النسيج والكيمياء، حيث عرف هذا الأخير تقلبات عديدة من 1989 إلى 2011، إلا أنه حافظ على تنافسيته بعد تبني هذا البرنامج. أما الفرع الثالث التنافسي فهو فرع الكهرباء، الذي شهد قفزة نوعية؛ فبعدما كانت قيمة المؤشر سالبة قبل تبني هذا البرنامج، أصبحت أكبر من الواحد وبذلك أصبح يملك ميزة تنافسية، وواصل في التطور حتى سنة 2011، أما باقي الفروع الأخرى خارج المحروقات، فهي لا تعتبر فروعاً تنافسية.

ثانياً: الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي وتطور الطلب العالمي عليها خارج المحروقات

من خلال الشكل رقم (6.3) الموجود في المبحث الثاني من هذا الفصل، فإن الفروع التنافسية التي تم اختيارها حسب قيمة المؤشر المحسوب بالصيغة الثانية هي: النسيج والكيمياء والكهرباء، ففرع الكيمياء حسب هذا المؤشر يبدو في حالة تطور من سنة 1967 إلى 2009، وهو ما يفسره منحني الطلب العالمي على الكيمياء الذي نجده في حالة صعود، أما فرع الكهرباء والنسيج، فهما في حالة استقرار خلال نفس الفترة. وبالتالي فإن الفروع التنافسية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل، هي: الكيمياء والنسيج والكهرباء، أما باقي الفروع الأخرى فقد بقيت غير تنافسية.

ثالثاً: تحديد النواة الاستراتيجية للفروع التنافسية المكونة للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل

سنقوم فيما يلي بتحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل، والتي تمثل جميع المنتجات التنافسية المكونة للفروع التنافسية.

1. تعيين نقاط القوة والضعف للاقتصاد التونسي بين 1996 و 2011

من خلال الجدول الموجود في الملحق رقم: 02، سنعين نقاط القوة والضعف للاقتصاد التونسي لسنتي 1996 و 2011، لنبين مدى تطوره بعد تبني برنامج التأهيل.

الجدول رقم: -24.3- نقاط القوة والضعف للاقتصاد التونسي من 1996 إلى 2011

1996			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-33	الخيوط والأقمشة	47.5	الملابس الجاهزة
-9.5	الحبوب	9.4	الأسمدة
-8.1	الآلات الخاصة	8.9	الملابس المنسوجة
-5.9	المحركات	8.4	المواد الأولية الكيميائية
-5.2	الحديد والصلب	3	الجلود
-5	المواد الزراعية غير الاستهلاكية	2.7	الأسماك واللحوم
		1.6	الخامات غير الحديدية
		1.6	الإسمنت
2011			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-36.6	الخيوط والأقمشة	37	الملابس الجاهزة
-16.9	الحبوب	11.6	الملابس المنسوجة
-7.3	الآلات الخاصة	9.6	إمدادات الطاقة
-5.5	المواد المصنعة من البلاستيك	8.9	الأسمدة
-5.3	السيارات الخاصة	7.3	الجلود
-3.5	المركبات التجارية	7.2	الإلكترونيك العامة
		7,1	المواد الأولية الكيميائية
		2.8	الخامات غير الحديدية
		2.7	الأسماك واللحوم
		2.4	السفن
		1.7	الاسمنت
		1.2	الزراعي

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الملحق رقم: 02.

يتبين لنا من خلال هذا الجدول، أن نقاط القوة للاقتصاد التونسي تتمثل في المنتجات المنتمية للفروع التنافسية، ففي سنة 1996، تمثلت هذه نقاط في: الملابس الجاهزة، الأسمدة، الملابس المنسوجة، المواد الأولية الكيميائية، الجلود، الأسماك واللحوم، خامات غير حديدية، الإسمنت.

أما سنة 2011، فتمثلت نقاط القوة في: الملابس الجاهزة، الملابس المنسوجة، إمدادات الطاقة، الأسمدة، الجلود، الإلكترونيك العامة، المواد الأولية الكيميائية، خامات غير حديدية، الأسماك واللحوم، السفن، الإسمنت، الزرابي.

من خلال مقارنة لسنة 1996 و 2011، يتبين لنا أن الملابس الجاهزة حافظت على ترتيبها الأول كمنتوج أكثر تنافسية في الاقتصاد التونسي، وظهرت منتجات أخرى كالزرابي والإلكترونيك العامة وإمدادات الطاقة. في حين نجد نقاط الضعف لسنة 1996 تمثلت في المنتجات التالية: الخيوط والأقمشة، الحبوب، الآلات الخاصة، المحركات، الحديد والصلب، المواد الزراعية غير الاستهلاكية. وفي سنة 2011، سجلت المنتجات التالية أقل قيمة للمؤشر: الخيوط والأقمشة، الحبوب، الآلات الخاصة، المواد المصنعة من البلاستيك، السيارات الخاصة، المركبات التجارية.

2. تحديد المنتجات المكونة للفروع التنافسية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل

من خلال النتائج المحددة سابقا للفروع التنافسية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل، نستنتج أن المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي تمثلت في المنتجات التالية:

الجدول رقم: -25.3- المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل

الكهرباء	الكيمياء	النسيج	الفروع التنافسية
الأجهزة الكهرومنزلية	الإسمنت	الخيوط والأقمشة	المنتجات
المعدات الكهربائية	السيراميك	الملابس الجاهزة	
إمدادات الطاقة	الزجاج	الملابس المنسوجة	
	المواد الأولية الكيميائية	الزرابي	
	الأسمدة	الجلود	
	الكيمياء العضوية الأساسية		
	الدهانات		
	مواد المراحيض		
	المواد الصيدلانية		
	البلاستيك		
	المواد المصنعة من البلاستيك		
	المواد المصنعة من المطاط		
	معادن أخرى غير محددة		

Source : Fouquin Michel, Guimbard Houssien, Herzog Colette et Ünal Deniz, Panorama de l'économie mondiale, centre d'études prospectives et d'informations internationales, CEPII, décembre 2012, pp 101-102.

3. تحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل

بعد تبني برنامج التأهيل أصبح الاقتصاد التونسي يحتوي على ثلاث فروع تنافسية كما تم تبيانها سابقا وهي: فرع النسيج وفرع الكيمياء وفرع الكهرباء.

1.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكيمياء، سنقوم بتحليل تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية من سنة 1997 إلى سنة 2011. والجدول التالي يبين ذلك:

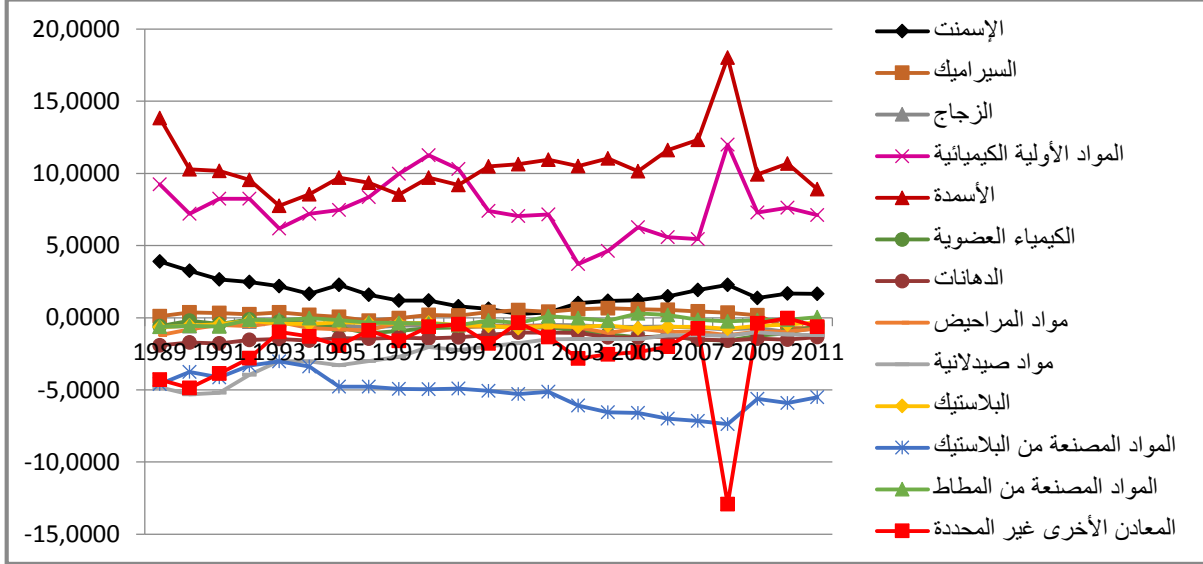
الجدول رقم: -26.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكيمياء المكون للاقتصاد التونسي من 1997 إلى 2011

المنتجات / السنوات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الإسمنت	1,2	1,2	0,8	0,6	0,3	0,4	1,0	1,2	1,2	1,5	1,9	2,3	1,4	1,7	1,7
السيراميك	0,0	0,2	0,2	0,4	0,5	0,4	0,6	0,6	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2	-0,7	-0,7
الزجاج	-0,5	-0,5	-0,5	-0,5	-0,6	-0,5	-0,5	-0,6	-0,6	-0,6	-0,7	-0,8	-0,7	-1,0	-0,7
المواد الأولية الكيميائية	10,0	11,3	10,3	7,4	7,0	7,2	3,7	4,6	6,3	5,6	5,4	12,0	7,3	7,6	7,1
الأسمدة	8,5	9,7	9,2	10,5	10,7	10,9	10,5	11,0	10,2	11,6	12,3	18,0	9,9	10,7	8,9
الكيمياء العضوية	-0,9	-0,7	-0,7	-0,6	-0,7	-0,7	-0,9	-1,1	-1,4	-1,3	-1,5	-1,6	-1,2	-1,1	-0,5
الدهانات	-1,4	-1,4	-1,4	-1,2	-1,0	-1,0	-1,0	-1,4	-1,4	-1,3	-1,5	-1,6	-1,5	-1,5	-1,3
مواد المراحيض	-0,3	-0,5	-0,6	-0,6	-0,6	-0,6	-0,7	-1,0	-0,7	-1,0	-1,0	-1,2	-1,0	-1,0	-0,7
المواد الصيدلانية	-2,7	-2,0	-2,2	-2,0	-1,8	-1,5	-1,5	-1,5	-1,5	-1,2	-1,2	-1,2	-1,0	-1,2	-1,2
البلاستيك	-0,4	-0,3	-0,5	-0,6	-0,7	-0,6	-0,6	-0,5	-0,7	-0,6	-0,6	-0,8	-0,6	-0,5	-0,3
المواد المصنعة من البلاستيك	-4,9	-5,0	-4,9	-5,1	-5,3	-5,1	-6,1	-6,6	-6,6	-7,0	-7,1	-7,4	-5,6	-5,9	-5,5
المواد المصنعة من المطاط	-0,4	-0,4	-0,5	-0,2	-0,4	0,1	0,0	-0,2	0,3	0,2	-0,1	-0,2	-0,2	-0,1	0,0
معادن أخرى غير محددة	-1,6	-0,6	-0,4	-1,8	-0,3	-1,3	-2,8	-2,5	-2,4	-2,0	-0,7	-12,9	-0,4	0,0	-0,6

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولمعرفة تطور الاقتصاد التونسي قبل وبعد عملية التأهيل سنقوم ببلورة الجدول السابق والجدول رقم 17.3 في الشكل التالي:

الشكل رقم: -22.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكيمياء المكون للاقتصاد التونسي من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة حسب الجدول (26.3) والجدول رقم: (17.3).

يبين لنا هذا الشكل، أن المنتجات المكونة لفرع الكيمياء بعد تبني برنامج التأهيل تمثلت في: الأسمدة والإسمنت والمواد الأولية الكيميائية، حيث نلاحظ أن منتج الأسمدة تحسن كثيرا بعد تبني هذا البرنامج، أما المواد الأولية الكيميائية فقد تأرجحت بين التحسن والتذبذب، إلا أنها حافظت على ميزتها التنافسية. في حين نجد أن منتج الإسمنت تدهور على طول الفترة الممتدة من 1989 إلى 2001، وبعد تبني برنامج التأهيل وظهر نتائجه بدأ في التحسن. أما باقي المنتجات فلم يطرأ عليها أي تغيير. وعليه نستنتج أن فرع الكيمياء حافظ على نفس نواته الاستراتيجية بعد تبني برنامج التأهيل.

2.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج بعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحليل مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لهذا الفرع، لمعرفة التغيرات التي حدثت فيه بعد تبني هذا البرنامج. وذلك من خلال تحديد المنتجات الأكثر تنافسية والتي تمثل جوهر هذا الفرع.

الجدول رقم: -27.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد التونسي للفترة الممتدة

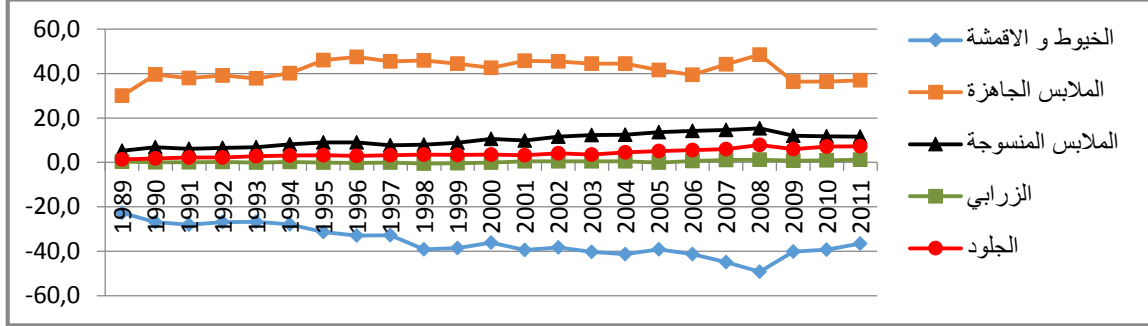
من 1997 إلى 2011

المنتجات / السنوات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الخيوط والأقمشة	-32,8	-39,2	-38,6	-36,1	-39,5	-38,3	-40,3	-41,4	-39,2	-41,3	-44,9	-49,2	-40,2	-39,4	-36,6
الملابس الجاهزة	45,4	45,9	44,4	42,5	45,7	45,4	44,4	44,4	41,5	39,4	44,2	48,5	36,4	36,4	37,0
الملابس المنسوجة	7,6	8,0	8,9	10,5	9,8	11,6	12,3	12,5	13,6	14,2	14,6	15,4	12,0	11,7	11,6
الزراحي	-0,1	-0,5	-0,4	-0,1	0,4	0,4	0,4	0,5	-0,1	0,6	1,1	1,1	0,8	0,9	1,2
الجلود	3,3	3,5	3,3	3,6	3,2	4,2	3,5	4,5	5,1	5,5	6,0	7,8	6,0	7,2	7,3

المصدر: حسب قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولتحديد الفرق الموجود في نواة فرع النسيج قبل وبعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بعرض بيانات الجدول (27.3) والجدول (21.3) في الشكل التالي:

الشكل رقم: -23.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد التونسي من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول (27.3) والجدول رقم (21.3).

من خلال هذا الشكل، يتبين لنا أن المنتجات الاستراتيجية المكونة لفرع النسيج بعد تبني برنامج التأهيل، والتي كان فيها مؤشر الميزة النسبية الظاهرة أكبر تماما من الواحد، تمثلت في: الملابس الجاهزة والملابس المنسوجة والجلود والزرابي. فبعد تبني برنامج التأهيل شهد منتج الزرابي تطورا ملحوظا من 1996 إلى 2011، وعليه نستنتج أن النواة الاستراتيجية لفرع النسيج تطورت لتصبح أربعة منتجات.

3.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكهرياء

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكهرياء بعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحليل تطور قيمة مؤشر ACR2 من 1997 إلى 2011.

الجدول رقم: -28.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكهرباء المكون للاقتصاد التونسي

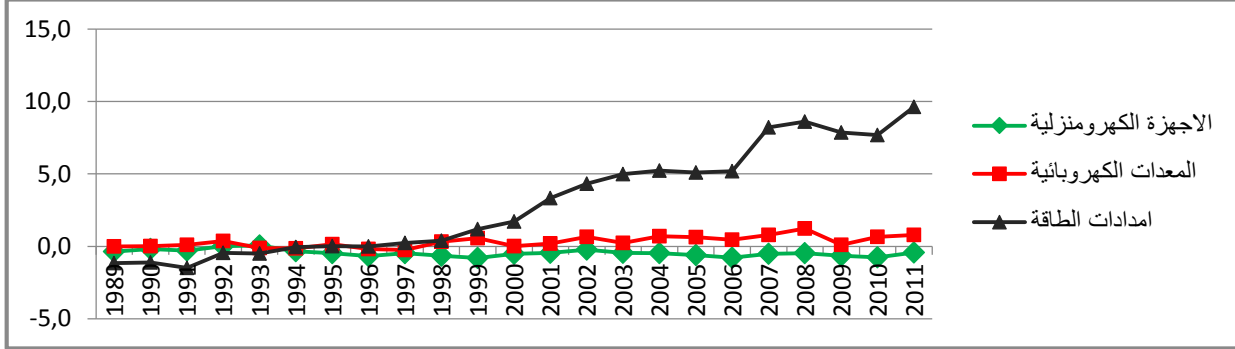
من 1997 إلى 2011

المنتجات / السنوات	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الأجهزة الكهرومنزلية	-0,5	-0,7	-0,8	-0,5	-0,5	-0,2	-0,4	-0,5	-0,6	-0,8	-0,5	-0,5	-0,7	-0,8	-0,4
المعدات الكهربائية	-0,2	0,3	0,6	0,0	0,2	0,7	0,2	0,7	0,6	0,5	0,8	1,2	0,1	0,7	0,8
إمدادات الطاقة	0,2	0,4	1,2	1,7	3,3	4,3	5,0	5,2	5,1	5,2	8,2	8,6	7,9	7,7	9,6

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولمعرفة تطور هذا المؤشر قبل وبعد تبني برنامج التأهيل، قمنا ببلورة نتائج الجدول السابق والجدول الموجود في الملحق رقم: 02، في الشكل التالي:

الشكل رقم: -24.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكهرباء المكون للاقتصاد التونسي للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول السابق

نلاحظ من خلال الشكل السابق، أن النواة الاستراتيجية لهذا الفرع تمثلت في: إمدادات الطاقة، بحيث لم تكن تملك فيه تونس ميزة تنافسية، كون قيمة المؤشر كانت أقل من الواحد منذ سنة 1989 إلى 1996. لكن بعد تبني برنامج التأهيل شهد هذا المنتج تطورا كبيرا منذ سنة 1999. أما المعدات الكهربائية، فلا تملك فيها تونس أي ميزة تنافسية، كون قيمة المؤشر أقل من الواحد لكنها أكبر من الصفر، ويمكن لتونس أن تعمل على تطويرها أكثر حتى يكتسب هذا المنتج ميزة تنافسية. والمنتج الأخير والمتمثل في المعدات الكهرومنزلية فيعتبر منتج غير تنافسي.

4. تحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل

من خلال دراستنا للنواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى نستنتج أن النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي تتمثل في المنتجات المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم: -29.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل

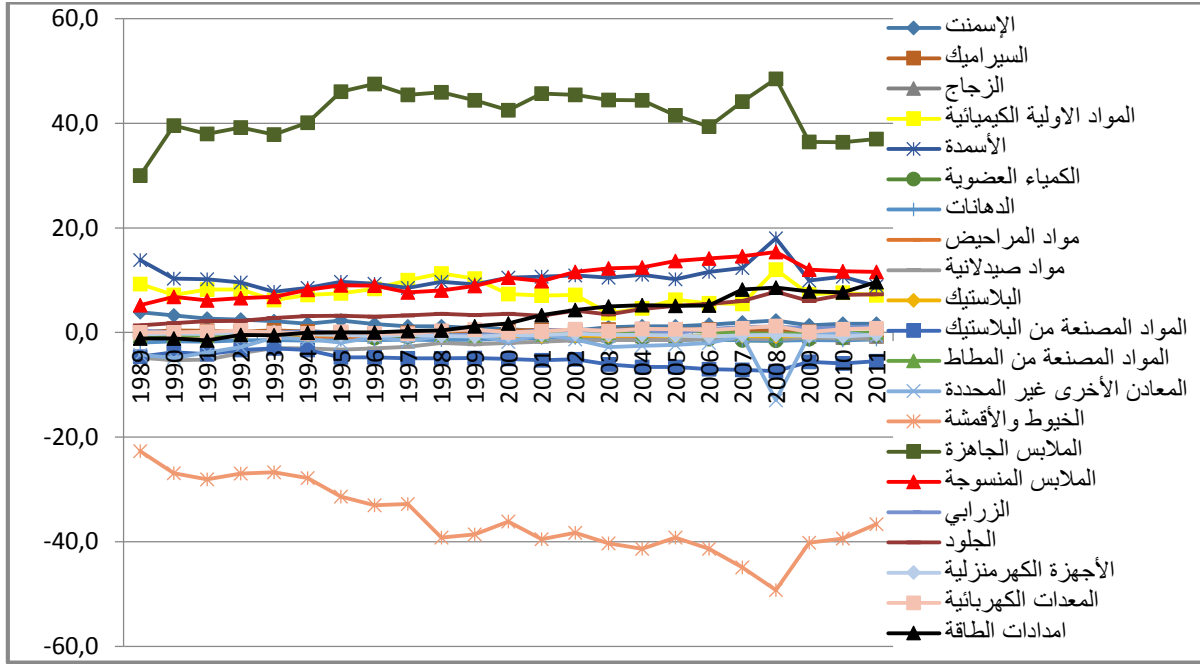
فرع النسيج	فرع الكيمياء	الكهرباء
الملابس الجاهزة	الأسمدة	إمدادات الطاقة
الملابس المنسوجة	الإسمنت	
الجلود	المواد الأولية الكيميائية	
الزراحي		

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على النتائج المتحصل عليها من الدراسات السابقة.

حسب الجدول السابق، والذي تم استنتاجه من التحاليل السابقة للفروع التنافسية، فإن المنتجات التنافسية والتي تمثل النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل، هي: الملابس الجاهزة،

الملابس المنسوجة، الجلود، الزرابي، الأسمدة، الإسمنت، المواد الأولية الكيميائية، إمدادات الطاقة. وعليه تغيرت النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي، من خلال ظهور منتجات جديدة كالزرابي وإمدادات الطاقة. والشكل التالي يبين لنا ذلك.

الشكل رقم: -25.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد التونسي بعد تبني برنامج التأهيل



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على الأشكال (22.3)، (23.3)، (24.3).

حسب الشكل السابق، فإن الملابس الجاهزة تحتل المرتبة الأولى بين جميع المنتجات التنافسية، إذ تملك فيها تونس ميزة نسبية ظاهرة مرتفعة، يمكن لها أن تنافس بها المنتجات الأجنبية الآتية من الاتحاد الأوروبي في إطار اتفاق منطقة التجارة الحرة، بالإضافة إلى المنتجات التنافسية الأخرى التي يجب تطويرها كي تصبح أكثر تنافسية عما هي عليه الآن.

المطلب الثالث: مدى استعمال سياسة تحديد الفروع التنافسية في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التونسية

سنحاول فيما يلي معرفة مدى قيام تونس بتأهيل الفروع التي تملك فيها ميزة نسبية، أم كانت عملية التأهيل شاملة دون دراسة للاقتصاد، وهل نجحت سياسة التأهيل على أساس الفروع التنافسية في اكتساب تونس لميزة تنافسية في اقتصادها.

يبين لنا الجدول التالي، العلاقة الموجودة بين الفروع الاقتصادية التونسية المستعملة في قاعدة البيانات CHELEM وبرامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المطبقة في الاقتصاد التونسي.

الجدول رقم: -30.3- توزيع نتائج برنامج التأهيل التونسي حسب فروع نشاط قاعدة البيانات CHELEM

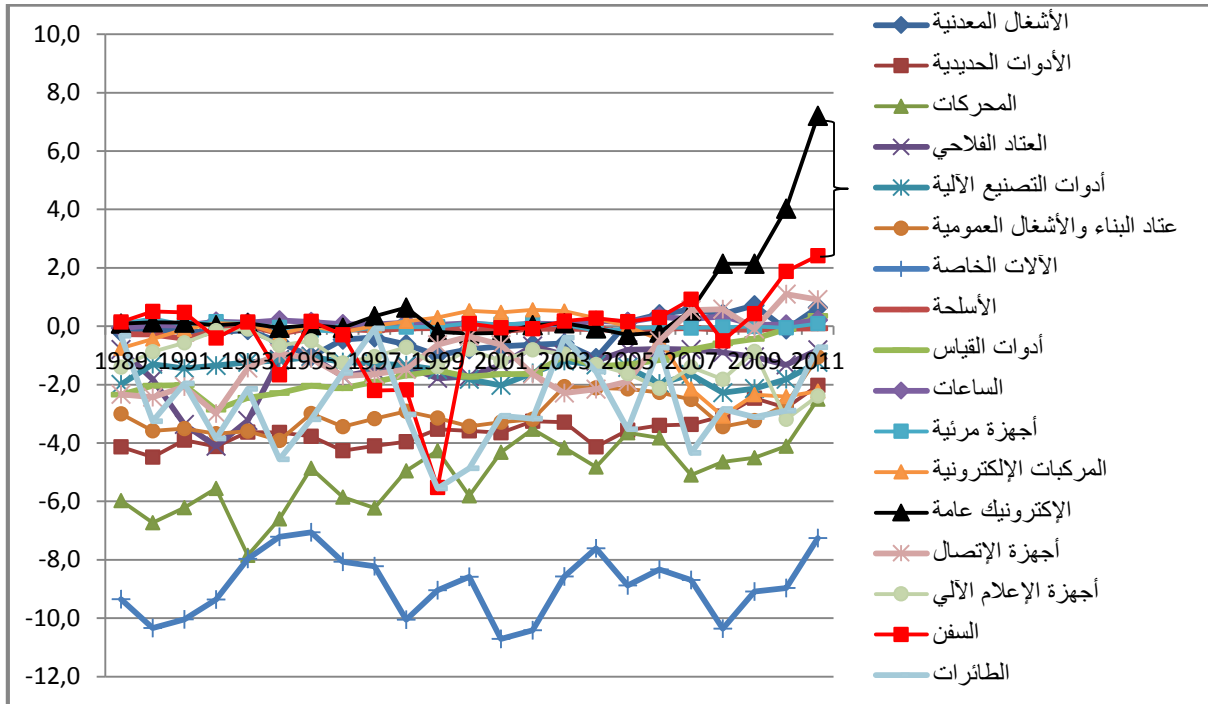
عدد المؤسسات المنضمة إلى برنامج التأهيل الصناعي حتى جويلية 2014	عدد المؤسسات المنضمة لبرنامج الاستثمارات التكنولوجية ذات الأولوية حتى جويلية 2014	الفروع الاقتصادية
2352	3035	فرع النسيج
-	-	فرع الخشب والورق
-	-	الكهرباء
492	722	فرع الكيمياء
589	1200	فرع الميكانيك والإلكترونيك
549	786	فرع الصناعة الغذائية
-	-	فرع وسائل النقل

المصدر : من إعداد الطالبة حسب الجدول رقم (10.2) و (11.2) من الفصل الثاني.

عند مطابقة النتائج المتوصل إليها وجدنا أن تقسيم الفروع في الاقتصاد التونسي يختلف عن التقسيم الموجود في قاعدة البيانات CHELEM؛ لهذا حاولنا المطابقة بينها، فقمنا بجمع فرع النسيج والملابس مع فرع الأحذية والجلود، كون الجلود هي جزء من فرع النسيج حسب تقسيم CHELEM، كما قمنا بجمع فرع الكيمياء مع مواد البناء والخزف والزجاج، كون الزجاج والخزف (السيراميك) متواجدة في فرع الكيمياء حسب تقسيم CHELEM. وبعض الفروع لم نستطع أن نطابقها، لعدم وجودها في تقسيم CHELEM.

وعليه حسب هذه النتائج، فإن فرع النسيج تحصل على أكبر عدد من المؤسسات ضمن عملية التأهيل، فالملفات المقبولة إلى غاية جويلية 2014 بلغت 2352 ملف بالنسبة للتأهيل الصناعي و3035 بالنسبة لبرنامج الاستثمارات التكنولوجية ذات الأولوية، وهذا يتماشى مع النتائج المتحصل عليها من دراستنا السابقة، والتي بينا فيها أن هذا الفرع هو فرع تنافسي. أما بالنسبة لفرع الكيمياء فقد تم قبول عدد كبير من الملفات في إطار برنامج التأهيل، حيث بلغت 492 بالنسبة للتأهيل الصناعي و722 بالنسبة لبرنامج الاستثمارات التكنولوجية ذات الأولوية. أما فرعا الميكانيك والإلكترونيك المجتمعين معا، وحسب قاعدة البيانات CHELEM فإن هذين الفرعين منفصلين، ولا تملك فيهما تونس ميزة تنافسية إلا في الآونة الأخيرة أين بدأت بعض المنتجات المكونة لهما في الظهور، كالإلكترونيك العامة التي حققت نتائج موجبة منذ 2008، وصناعة السفن التي حقق المؤشر فيها قيما مرتفعة منذ سنة 2010. والشكل التالي يبين لنا ذلك:

الشكل رقم: -26.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الميكانيك والإلكترونيك للاقتصاد التونسي للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM.

إذا لاحظنا فرع الصناعات الغذائية، فإننا نجد أن السلطات التونسية قامت بكل مجهوداتها لتطويره، وهذا ما يبينه عدد الملفات المقبولة والتي وصلت حتى جويلية 2014 إلى 786 ملف مقبول بالنسبة لبرنامج التأهيل الصناعي، و549 ملف مقبول بالنسبة لبرنامج الاستثمارات التكنولوجية ذات الأولوية، إلا أن هذا الفرع لم يحقق النتائج المرجوة منه. وحسب النتائج السابقة فإن فرع الصناعات الغذائية لا يعتبر فرع تنافسي، كون قيمة المؤشر به أقل من الواحد، لكن توجد بعض المنتجات المكونة لهذا الفرع تملك ميزة تنافسية، وبالتالي يجب على السلطات التونسية أن تعمل على تطوير هذا القطاع أكثر وتوليه أهمية أكبر، والشكل التالي يبين لنا المنتجات التنافسية لهذا القطاع:

الجدول رقم: -31.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الصناعات الغذائية المكون للاقتصاد التونسي للفترة من 1989 إلى

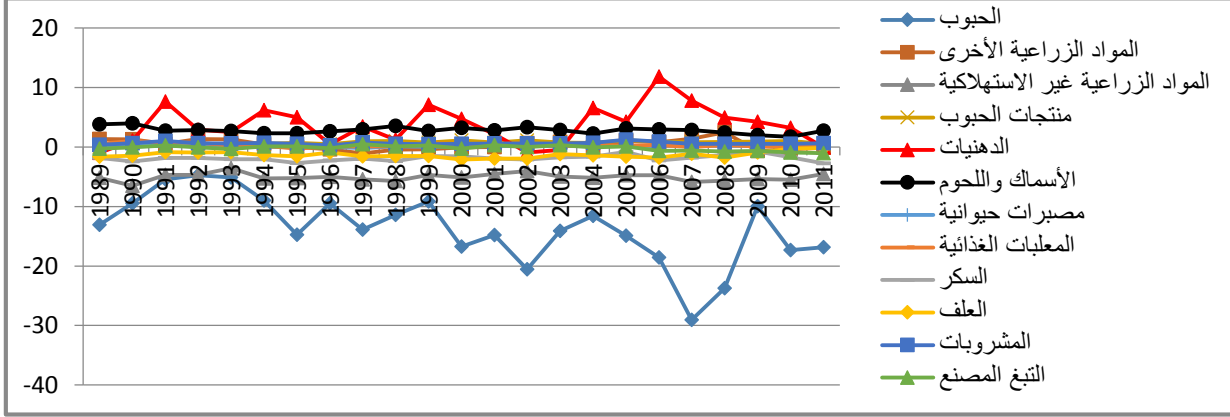
2011

المنتجات/السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الحبوب	-13,1	-9,5	-5,4	-4,7	-5,1	-9,0	-14,8	-9,5	-13,9	-11,4	-9,1	-16,7	-14,8	-20,5	-14,1	-11,6	-14,9	-18,6	-29,1	-23,7	-10,0	-17,3	-16,9
المواد الزراعية الأخرى	1,3	1,3	0,5	1,3	1,3	0,4	0,0	-0,4	-1,1	-0,4	-0,4	0,0	0,0	0,6	0,9	0,0	1,0	0,8	1,4	2,5	-0,7	-0,4	-0,1
المواد الزراعية غير الاستهلاكية	-5,2	-6,5	-4,7	-4,7	-3,6	-5,3	-5,2	-5,0	-5,4	-5,7	-4,7	-5,1	-4,5	-4,0	-5,0	-5,2	-4,8	-4,7	-5,9	-5,6	-5,4	-5,5	-4,5
منتجات الحبوب	0,0	0,6	0,9	0,4	0,3	0,5	0,7	0,5	0,9	1,0	0,8	1,2	0,8	1,1	0,7	0,7	1,1	0,9	0,8	0,9	0,9	1,0	0,5
الدهنيات	-1,0	1,1	7,7	2,9	2,5	6,2	5,0	0,5	3,4	1,2	7,1	4,7	2,2	-0,9	-0,5	6,6	4,3	11,8	7,8	5,0	4,2	3,2	0,0
الأسماك واللحوم	3,8	4,0	2,7	2,8	2,7	2,3	2,3	2,7	3,0	3,6	2,7	3,2	2,8	3,3	2,8	2,2	3,1	3,0	2,8	2,4	2,0	1,7	2,7
مصبرات حيوانية	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	-0,1	0,0	-0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	-0,3
المعلبات الغذائية	0,5	1,0	0,7	0,7	0,2	0,2	-0,3	0,1	0,1	0,1	0,6	0,5	0,5	0,6	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0
السكر	-1,9	-2,4	-1,8	-1,9	-2,0	-2,0	-2,7	-2,3	-2,0	-2,4	-1,5	-1,6	-1,9	-2,1	-1,7	-1,6	-0,8	-2,3	-1,8	-1,3	-0,7	-1,7	-2,8
العلف	-1,6	-1,4	-0,9	-0,9	-0,9	-1,4	-1,6	-0,9	-1,5	-1,5	-1,5	-2,1	-2,0	-2,0	-1,2	-1,4	-1,6	-1,8	-1,2	-1,8	-0,9	-0,3	-0,2
المشروبات	0,4	0,6	1,0	0,7	0,6	0,7	0,5	0,3	0,7	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	1,2	0,9	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6
التبغ المصنع	-0,3	0,0	0,3	0,0	-0,3	0,1	0,1	-0,2	0,5	0,1	0,2	-0,2	0,3	0,0	0,3	0,0	0,1	-0,7	-0,6	-0,7	-0,6	-0,9	-1,0

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولبيان أفضل لمعطيات الجدول السابق، يمكن بلورة معطياته في الشكل التالي:

الشكل رقم: -27.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الصناعات الغذائية المكون للاقتصاد التونسي للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر : من اعداد الطالبة حسب الجدول السابق

رغم أن فرع الصناعات الغذائية غير تنافسي، إلا أن هناك بعض المنتجات التنافسية فيه كالدهنيات، حيث عرف هذا المنتج تذبذبا كبيرا، فتارة يسجل معدلات كبيرة لمؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية، وتارة أخرى يسجل مستويات متدنية جدا كسنتي 2002 و 2003، إلا أنه عموما يعتبر مؤشرا يحمل ميزة تنافسية. والمنتج الثاني الذي تملك فيه تونس ميزة نسبية هو الأسماك واللحوم، حيث عرف هذا المنتج استقرارا من 1989 إلى 2011. في حين منتج الحبوب يمكن أن يصبح منتوجا تنافسيا إذا لقي العناية اللازمة من قبل الحكومة التونسية، أما باقي المنتجات المكونة لهذا الفرع فهي غير تنافسية.

المبحث الرابع: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري ومدى استعمالها ضمن استراتيجية التأهيل التي تبنتها الجزائر

سنحاول من خلال هذا المبحث تحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري قبل عملية التأهيل وبعدها لمعرفة التغيرات الحاصلة في الاقتصاد الجزائري. فقد تأخر تطبيق هذا البرنامج في الجزائر عن نظيرتها تونس والمغرب، بسبب عوامل داخلية وأخرى خارجية. فالأسباب الداخلية تمثلت في الأحداث التي عاشتها الجزائر في التسعينات من القرن الماضي، أما الخارجية فتمثلت في رغبة الجزائر في الحصول على امتيازات خاصة من الاتحاد الأوروبي، نظرا للعلاقات الاقتصادية والجيوسياسية التي تربطها معه. وقد تم بدء برنامج التأهيل سنة 2000 مع إنطلاق برنامج ميذا.

المطلب الأول: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل

لتحديد الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل سنتبع نفس الخطوات السابقة بالنسبة للمغرب وتونس.

أولاً: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري على أساس مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) قبل تبني برنامج التأهيل

يبين الجدول التالي، تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) لكل فروع النشاط للاقتصاد الجزائري خلال الفترة (1989-1999).

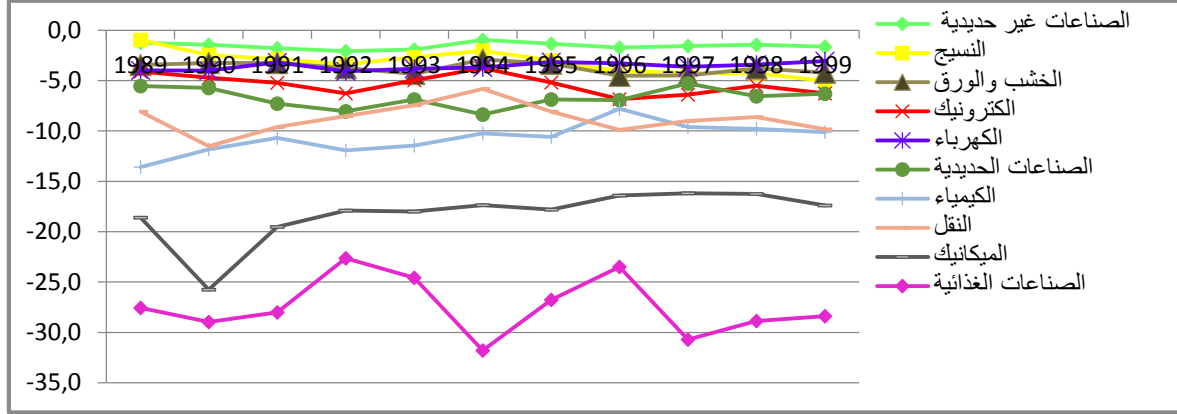
الجدول رقم: -32.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط الاقتصادي الجزائري خارج قطاع المحروقات للفترة من 1989 إلى 1999

الفروع / السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
المحروقات	94,6	109,4	101,9	102,1	99,2	97,5	100,2	103,8	110,7	105,4	114,6
صناعات غير حديدية	-1,3	-1,4	-1,8	-2,1	-1,9	-0,9	-1,3	-1,7	-1,6	-1,4	-1,6
النسيج	-0,9	-2,5	-2,9	-3,4	-2,7	-2,1	-3,0	-4,1	-4,2	-4,3	-5,0
الخشب والورق	-3,4	-3,2	-3,3	-3,7	-4,3	-2,9	-3,3	-4,5	-4,5	-3,8	-4,2
إلكترونيك	-4,1	-4,7	-5,2	-6,3	-5,0	-3,8	-5,2	-6,8	-6,4	-5,5	-6,3
الكهرباء	-4,0	-4,0	-3,2	-4,1	-3,8	-3,7	-3,1	-3,3	-3,6	-3,4	-3,1
الصناعات الحديدية	-5,5	-5,7	-7,3	-8,1	-6,9	-8,4	-6,9	-6,9	-5,3	-6,6	-6,3
الكيمياء	-13,6	-11,8	-10,7	-11,9	-11,4	-10,2	-10,6	-7,8	-9,6	-9,8	-10,1
النقل	-8,1	-11,5	-9,6	-8,5	-7,4	-5,8	-8,1	-9,9	-9,0	-8,6	-9,8
الميكانيك	-18,6	-25,8	-19,5	-17,9	-18,0	-17,4	-17,8	-16,4	-16,2	-16,2	-17,4
الصناعات الغذائية	-27,6	-29,0	-28,0	-22,6	-24,6	-31,8	-26,8	-23,5	-30,7	-28,9	-28,4

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ويمكن بلورة معطيات الجدول السابق في الشكل التالي:

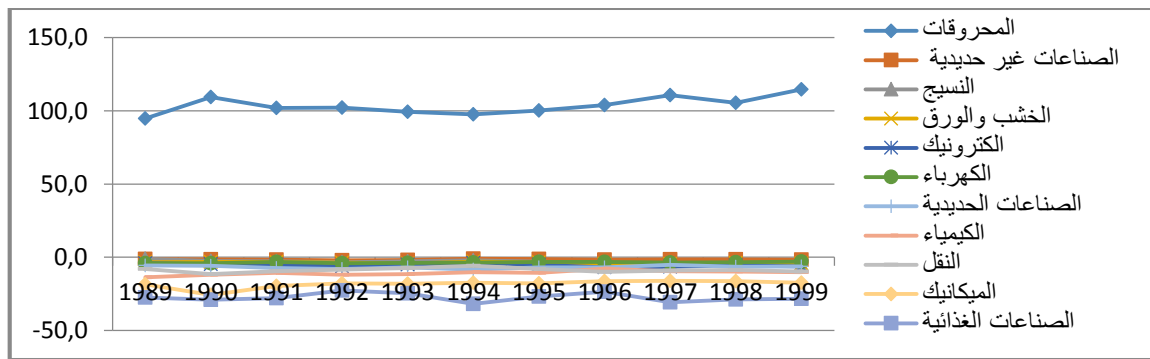
الشكل رقم: -28.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط الاقتصادي الجزائري خارج قطاع المحروقات للفترة من 1989 إلى 1999



المصدر: من إعداد الطالبة حسب معطيات الجدول السابق.

نلاحظ من خلال الشكل السابق، أن كل الفروع الاقتصادية المكونة للاقتصاد الجزائري غير تنافسية قبل تبني برنامج التأهيل، كون قيمة المؤشر فيها أقل من الواحد وسالبة. وبالتالي فإن الاقتصاد الجزائري غير تنافسي إذا ما استثنينا المحروقات؛ التي تمثل 98% من الصادرات الجزائرية، والتي تسجل قيما عالية جدا بالنسبة لمؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية، كما هو مبين في الشكل التالي :

الشكل رقم: -29.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط الاقتصادي الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

يتجلى لنا من الشكل السابق، الفرق الكبير بين فرع المحروقات والفروع الأخرى في الاقتصاد الجزائري، فقيمة المؤشر سجلت نسبا عالية جدا بالنسبة لفرع المحروقات، بالمقابل سُجلت قيم جد متدنية لباقي فروع النشاط الاقتصادي.

ومن أجل إتمام الدراسة سنختار الفروع التي تكون نسبة المؤشر بها قريبة من الصفر، والتي يمكن أن تكون فروعاً تنافسية، إذا ما لاقت الرعاية والدعم الكافي من قبل السلطات العمومية الجزائرية، وهذه الفروع هي: الصناعات غير الحديدية، النسيج، الخشب والورق، الكهرباء. لهذا سنعتبر هذه الفروع تنافسية وسنحاول تطبيق نفس ما طبقناه على تونس والمغرب لاستنتاج النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري.

ثانياً: الفروع التنافسية وتطور الطلب العالمي عليها خارج المحروقات قبل تبني برنامج التأهيل

من خلال الشكل رقم (6.3)، والذي يبين تطور الطلب العالمي على الفروع التنافسية في التجارة الدولية خارج قطاع المحروقات خلال الفترة الممتدة من 1967 إلى 2009، سنحاول تأكيد النتائج المتحصل عليها سابقاً بالنسبة للفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري خارج هذا القطاع. بالنسبة لفروع الصناعات غير الحديدية؛ النسيج والخشب والورق والكهرباء، فهي في حالة استقرار إذا أخذنا سنة الأساس 1989، ومنه يمكن اعتبارها فروعاً تنافسية. وعليه فإن الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (*ACR2*) ومؤشر الطلب العالمي عليها هي: فرع النسيج وفرع الخشب والورق، وفرع الصناعات غير الحديدية والكهرباء.

ثالثاً: تحديد النواة الاستراتيجية للفروع التنافسية المكونة للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل للفترة من 1989 إلى 1999

لتحديد النواة الاستراتيجية قبل تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع على حدى.

1. تعيين نقاط القوة والضعف للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل:

من خلال الجدول الموجود في الملحق رقم 03، والذي يبين مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع المنتجات المكونة لجميع الفروع الاقتصادية الجزائرية، سنقوم بتحديد نقاط القوة والتي تمثل أكبر قيمة لمؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية *ACR2* لسنتي 1989 و1999، ونقاط الضعف التي تمثل أدنى قيمة يسجلها مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية *ACR2* لنفس الفترة.

الجدول رقم: -33.3- نقاط القوة والضعف للاقتصاد الجزائري لسنتي 1989 و 1999

1989			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-7	الحبوب	0,35	المشروبات
-6.90	المحركات	0.14	خام الحديد
-5.88	الدهنيات	0.05	الطائرات
-4.81	الحديد والصلب	0,02	الملابس الجاهزة
-4.19	المواد الصيدلانية	0.02	الملابس المنسوجة
-3.89	السيارات الخاصة	0	الجلود
-3.44	مواد غير زراعية	0	المصبرات الحيوانية
-3.31	مواد زراعية أخرى		
1999			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-12.2	الحبوب	0.2	المواد الأولية الكيميائية
-4.9	السيارات الخاصة	0.2	معادن أخرى غير حديدية
-4.5	المحركات	0.0	خام الحديد
-4.2	المواد الزراعية الأخرى	0.0	الكهرباء
-4	الآلات الخاصة		
-3.4	المركبات التجارية		

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على جدول المنتجات المكونة للفروع في الملحق رقم: 03.

يبين لنا الجدول السابق أن المنتجات التنافسية لسنة الأساس 1989 هي: المشروبات، خام الحديد، الطائرات، الملابس الجاهزة، الملابس المنسوجة، الجلود، المصبرات الحيوانية. وهي المنتجات التي بلغت فيها قيمة المؤشر صفرا فما فوق. أما سنة 1999، فتشكلت نقاط القوة من المنتجات التالية: المواد الأولية الكيميائية، المعادن الأخرى غير الحديدية، خام الحديد، الكهرباء. وبالتالي نلاحظ ظهور منتجات جديدة واختفاء أخرى لم تعد تشكل نقاط قوة للاقتصاد الجزائري، كالتائرات، الملابس المنسوجة، الملابس الجاهزة، الجلود، المصبرات الحيوانية. وظهرت منتجات جديدة يمكن أن تصبح تنافسية، كمعادن أخرى غير حديدية، الكهرباء.

أما بالنسبة لنقاط الضعف، فتمثلت في سنة 1989 في المنتجات التالية: الحبوب، المحركات، الدهنيات، الحديد والصلب، المواد الصيدلانية، السيارات الخاصة، المواد غير الزراعية، مواد زراعية أخرى. وفي سنة 1999، بقي منتج الحبوب محافظا على الصدارة كأسوأ منتج، حيث انخفضت قيمة المؤشر فيه من -7 إلى -22، كما نلاحظ تحسن منتجات وتدهور أخرى كالمواد الصيدلانية والمواد غير الزراعية.

2. تحديد المنتجات المكونة للفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل للفترة من 1989 إلى 1999

بعد تحديد الفروع التي يمكن أن تكون تنافسية للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحديد النواة الاستراتيجية التي هي عبارة عن المنتجات التي يمكن أن تملك الجزائر فيها ميزة تنافسية. الجدول الموالي يبين لنا المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي قبل تبني برنامج التأهيل:

الجدول رقم: -34.3- المنتجات المكونة لكل فرع تنافسي للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل

الفروع التنافسية	النسيج	الصناعات غير الحديدية	الخشب والورق	الكهرباء
المنتجات	الخيوط والأقمشة الملابس الجاهزة الملابس المنسوجة الزراي الجلود	المعادن غير الحديدية خامات غير حديدية	المنتجات الخشبية الأثاث الورق المطبوعات منتجات مصنعة خشبية	الأجهزة الكهرومنزلية المعدات الكهربائية إمدادات الطاقة

Source : Fouquin Michel, Guimbard Houssien, Herzog Colette et Ünal Deniz, Panorama de l'économie mondiale, centre d'études prospectives et d'informations internationales, CEPII, décembre 2012, pp 101 - 102.

3. تحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل

هناك أربعة فروع اعتبرناها تنافسية، وهي: الصناعات غير الحديدية، النسيج، الكهرباء، الخشب والورق. وبالتالي سنقوم بتحديد النواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى، ونعتبر أن المنتجات التي يكون فيها مؤشر الميزة النسبية أكبر من 1- تنافسية ($ACR2 > -1$).

1.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع النسيج

سنحاول الآن تعيين النواة الاستراتيجية لفرع النسيج، الذي بينت النتائج السابقة أنه أحد الفروع التي يمكن أن تكون تنافسية للاقتصاد الجزائري. عن طريق تحليل تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية من سنة 1989 إلى سنة 1999 وتطور الطلب العالمي عليه، والجدول التالي يبين ذلك:

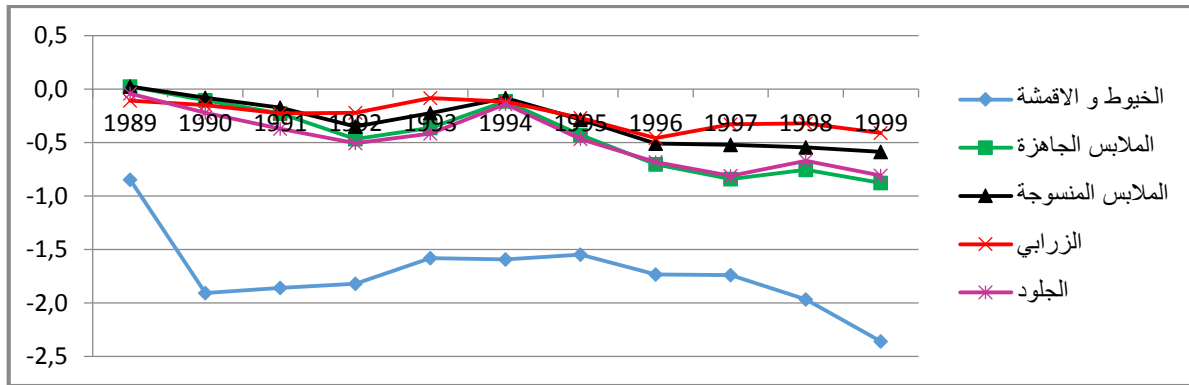
الجدول رقم: -35.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد الجزائري من 1989 إلى 1999

الفرع / السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
الخيوط والأقمشة	-0,8	-1,9	-1,9	-1,8	-1,6	-1,6	-1,5	-1,7	-1,7	-2,0	-2,4
الملابس الجاهزة	0,0	-0,1	-0,2	-0,5	-0,4	-0,1	-0,4	-0,7	-0,8	-0,8	-0,9
الملابس المنسوجة	0,0	-0,1	-0,2	-0,4	-0,2	-0,1	-0,3	-0,5	-0,5	-0,5	-0,6
الزرابي	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	-0,1	-0,1	-0,3	-0,5	-0,3	-0,3	-0,4
الجلود	0,0	-0,2	-0,4	-0,5	-0,4	-0,1	-0,5	-0,7	-0,8	-0,7	-0,8

المصدر: حسب قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

يمكن تمثيل معطيات الجدول السابق من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم: -30.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999.



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول السابق.

من خلال الشكل السابق، يتبين لنا أن المنتجات التنافسية حسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج قبل تبني برنامج التأهيل، هي: الملابس المنسوجة، الزرابي، الجلود، الملابس الجاهزة، والتي يقدر قيمة المؤشر بها أكبر من (-1) ($ACR2 > -1$)، وباقي المنتجات تعتبر غير تنافسية.

2.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية سنقوم بتحليل تطور قيمة مؤشر $ACR2$ للفترة من 1989 إلى 1999، والجدول التالي يبين ذلك:

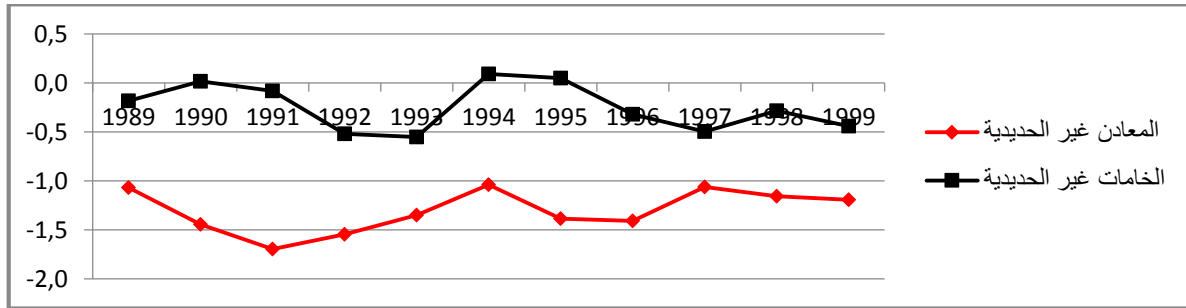
الجدول رقم: -36.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الصناعات غير الحديدية المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999

1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990	1989	فروع النشاط / السنوات
-1,2	-1,2	-1,1	-1,4	-1,4	-1,0	-1,4	-1,5	-1,7	-1,4	-1,1	المعادن غير الحديدية
-0,4	-0,3	-0,5	-0,3	0,0	0,1	-0,6	-0,5	-0,1	0,0	-0,2	الخامات غير الحديدية

المصدر: حسب قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

من خلال الشكل التالي سنقوم بتحليل النواة الاستراتيجية لهذا الفرع:

الشكل رقم: -31.3- النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999



المصدر: من إعداد الطالبة حسب الجدول السابق.

من خلال الشكل السابق، يتبين لنا أن المنتج التنافسي لفرع الصناعات الحديدية قبل تبني برنامج التأهيل، هو: الخامات غير الحديدية، والمنتج الآخر المكون لهذا الفرع يعتبر غير تنافسي كون قيمة المؤشر أقل من (-1).

3.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الخشب والورق

يمثل الشكل الموالي تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الخشب والورق، والذي نستعمله لاستنتاج النواة الاستراتيجية لهذا الفرع قبل تبني برنامج التأهيل.

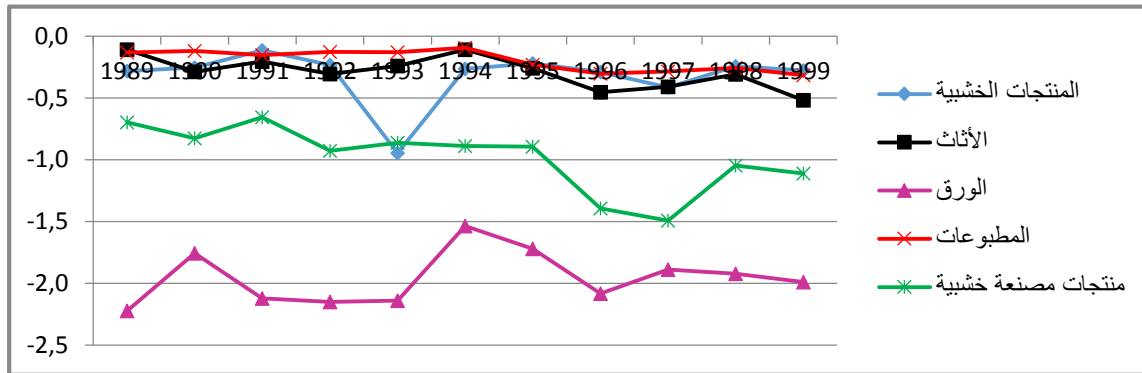
الجدول رقم: -37.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الخشب والورق المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999

المنتجات/ السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
المنتجات الخشبية	-0,3	-0,3	-0,1	-0,2	-0,9	-0,3	-0,2	-0,3	-0,4	-0,2	-0,3
الأثاث	-0,1	-0,3	-0,2	-0,3	-0,2	-0,1	-0,3	-0,5	-0,4	-0,3	-0,5
الورق	-2,2	-1,8	-2,1	-2,2	-2,1	-1,5	-1,7	-2,1	-1,9	-1,9	-2,0
المطبوعات	-0,1	-0,1	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3	-0,3
منتجات مصنعة خشبية	-0,7	-0,8	-0,7	-0,9	-0,9	-0,9	-0,9	-1,4	-1,5	-1,0	-1,1

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ولتوضيح الدراسة أكثر سنحلل نتائج الجدول السابق من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم: -32.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الخشب والورق المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

من خلال الشكل السابق، فإن المنتجات التي يمكن اعتبارها تنافسية لهذا الفرع، هي: المطبوعات والأثاث والمنتجات الخشبية، كون قيمة المؤشر أكبر من (-1) ($ACR2 > 1$)، وباقي المنتجات المكونة لهذا الفرع فهي غير تنافسية.

4.3. تحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكهرباء

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع الكهرباء للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحليل تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية للفترة الممتدة من 1989 إلى 1999. والجدول التالي يبين لنا ذلك:

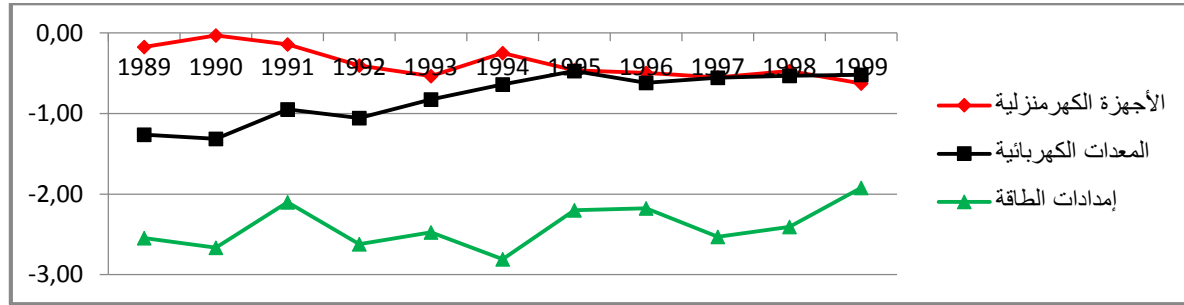
الجدول رقم: -38.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكهرباء المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999

المنتجات / السنوات	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
الأجهزة الكهرومنزلية	-0,18	-0,03	-0,14	-0,41	-0,54	-0,25	-0,47	-0,50	-0,55	-0,47	-0,63
المعدات الكهربائية	-1,26	-1,32	-0,95	-1,06	-0,83	-0,64	-0,47	-0,62	-0,56	-0,53	-0,52
إمدادات الطاقة	-2,54	-2,66	-2,10	-2,62	-2,47	-2,81	-2,20	-2,18	-2,53	-2,41	-1,92

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 20/01/2014.

ولتوضيح الدراسة أكثر، سنحلل نتائج الجدول السابق من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم: -33.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الخشب والورق المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 1999



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

يبين لنا الشكل السابق، أن المنتجات التنافسية لفرع الكهرباء قبل تبني برنامج التأهيل، هي : الأجهزة الكهرومنزلية، المعدات الكهربائية، كون قيمة المؤشر أكبر من (-1)، وباقي المنتجات المكونة لهذا الفرع فهي غير تنافسية.

4. تحديد النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل:

من خلال دراستنا للنواة الاستراتيجية لكل فرع تنافسي على حدى للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل، نستنتج أن النواة الاستراتيجية تتمثل في المنتجات التالية:

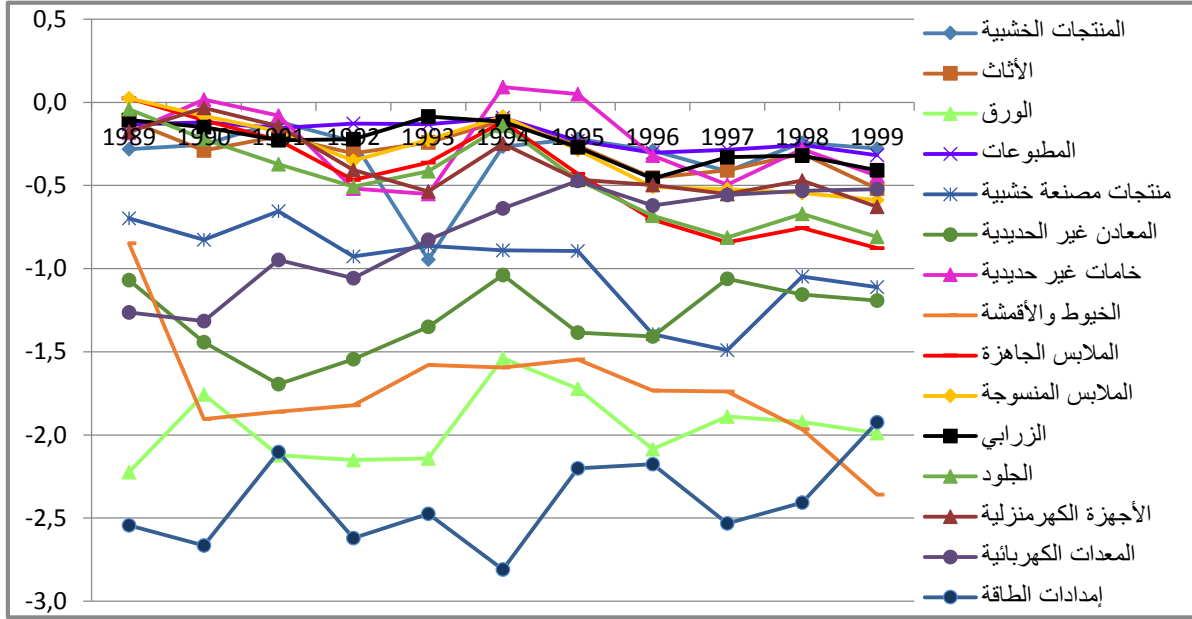
الجدول رقم: -39.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري

فرع النسيج	فرع الخشب والورق	فرع الصناعات غير الحديدية	الكهرباء
الزراحي	المطبوعات	خامات غير حديدية	الأجهزة الكهرومنزلية
الملابس المنسوجة	الأثاث		المعدات الكهربائية
الجلود	المنتجات الخشبية		

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على النتائج المتحصل عليها من الدراسات السابقة.

ويمكن أن نبين هذه النواة من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم: -34.3- النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على المعطيات السابقة.

وعليه فإن النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل كما بينا سابقا، هي: الملابس المنسوجة، الزرابي، الجلود، المطبوعات، الأثاث، المنتجات الخشبية، الخامات غير الحديدية الأجهزة الكهرومنزلية، المعدات الكهربائية. والتي كان من المفترض أن تلقى العناية والاهتمام والتطوير والدعم حتى تكتسب ميزة تنافسية قبل المنتجات الأخرى، كونها تمثل نواة الاقتصاد الجزائري، لتستطيع منافسة المنتجات الأجنبية. كما يجب أن تهتم الدولة الجزائرية بالمنتجات الأخرى حتى تصبح تنافسية.

المطلب الثاني: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري بعد تبني برنامج التأهيل

سنحاول من خلال هذا المطلب معرفة التغيرات التي حصلت في النسيج الاقتصادي الجزائري بعد تبني هذا البرنامج.

أولا: تحديد الفروع التنافسية للاقتصاد الجزائري على أساس مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) بعد تبني برنامج التأهيل:

يبين الجدول التالي تطور قيم مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2) بالنسبة لكل فروع النشاط خارج قطاع المحروقات، التي يتكون منها الاقتصاد الجزائري خلال الفترة (2000-2011).

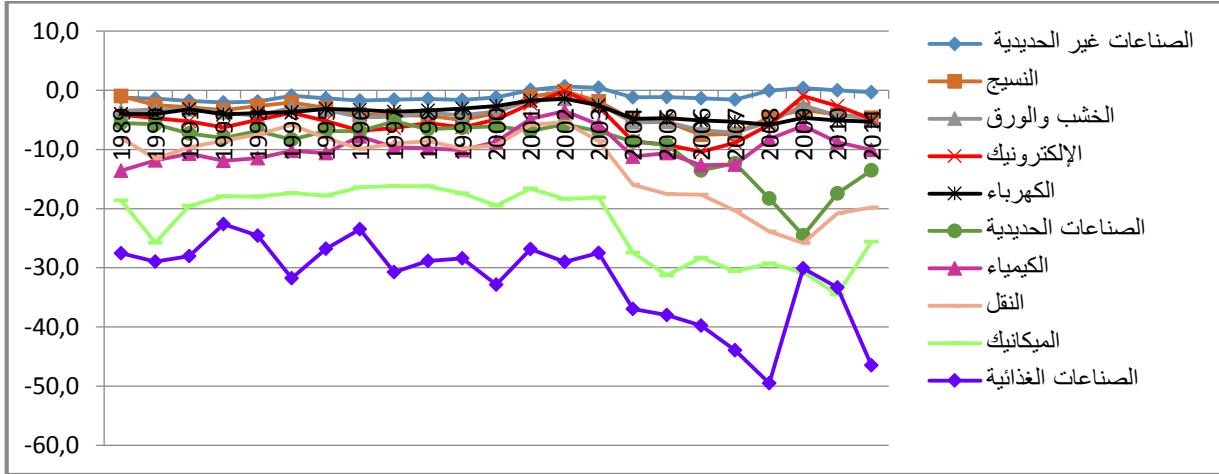
الجدول رقم: -40.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط الاقتصادي الجزائري خارج قطاع المحروقات للفترة من 2000 إلى 2011

2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	السنوات / الفروع
-0,4	0,0	0,4	0,0	-1,6	-1,4	-1,2	-1,2	0,4	0,6	0,1	-1,2	الصناعات غير الحديدية
-4,6	-4,1	-3,3	-4,6	-7,4	-7,5	-5,3	-5,0	-1,9	-0,2	-1,1	-3,9	النسيج
-4,7	-4,3	-2,6	-5,3	-7,2	-6,7	-5,4	-5,4	-2,3	-1,4	-1,7	-3,6	الخشب والورق
-4,8	-2,7	-1,0	-5,9	-8,9	-10,4	-9,2	-8,6	-2,7	-0,1	-2,3	-4,9	الإلكترونيك
-5,3	-5,1	-4,7	-5,8	-5,3	-5,1	-4,7	-4,8	-2,6	-1,4	-1,7	-2,7	الكهرباء
-13,5	-17,4	-24,5	-18,3	-12,3	-13,5	-9,3	-8,7	-6,9	-5,8	-6,9	-6,1	الصناعات الحديدية
-10,0	-8,8	-6,0	-8,2	-12,5	-12,7	-10,6	-11,2	-5,8	-3,5	-4,8	-8,7	الكيمياء
-19,8	-20,8	-25,8	-23,9	-20,4	-17,6	-17,6	-16,0	-8,6	-5,4	-5,9	-9,2	النقل
-25,6	-34,5	-30,7	-29,3	-30,6	-28,3	-31,3	-27,5	-18,1	-18,4	-16,6	-19,5	الميكانيك
-46,5	-33,3	-30,1	-49,5	-43,9	-39,8	-38,0	-37,0	-27,5	-29,0	-26,9	-32,9	الصناعات الغذائية

المصدر: حسب معطيات قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولتحديد الفرق بين الاقتصاد الجزائري قبل وبعد تبني برنامج التأهيل سنقوم ببلورة معطيات الجدول السابق والجدول رقم 32.3 في الشكل التالي:

الشكل رقم: -35.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لجميع فروع النشاط الاقتصادي الجزائري خارج قطاع المحروقات للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة حسب معطيات الجدول (40.3) والجدول رقم (32.3).

يتبين لنا من خلال هذا الشكل، أن جميع الفروع الاقتصادية المكونة للاقتصاد الجزائري غير تنافسية منذ 1989 إلى 2011، وبالتالي لم يحصل فيه أي تغيير بعد تبني برنامج التأهيل. وفيما يلي سنبين إذا ما قامت السلطات الجزائرية بتطوير الفروع التي اعتبرناها سابقا فروعاً تنافسية.

ثانياً: التغييرات الحاصلة في النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري بعد تبني برنامج التأهيل

سنقوم فيما يلي بدراسة التغييرات التي حصلت في النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري عن طريق تحليل التغييرات الحاصلة في الفروع التنافسية.

1. نقاط القوة والضعف في الاقتصاد الجزائري بعد تبني برنامج التأهيل

من خلال الملحق رقم 03 فإن نقاط القوة والضعف للاقتصاد الجزائري خلال السنتين 1999 و2011 تمثلت في المنتجات التالية:

الجدول رقم: -41.3- نقاط القوة والضعف للاقتصاد الجزائري بين 1999 و 2011

1999			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-12.2	الحبوب	0.2	المواد الأولية الكيميائية
-4.9	السيارات الخاصة	0.2	المعادن الأخرى غير الحديدية
-4.5	المحركات	0.0	خام الحديد
-4.2	المواد الزراعية الأخرى	0.0	الكهرباء
-4	الآلات الخاصة		
-3.4	المركبات التجارية		
2011			
ACR2	نقاط الضعف	ACR2	نقاط القوة
-22.39	الحبوب	1.3	المواد الأولية الكيميائية
-9.65	المركبات التجارية	0.6	المركبات الإلكترونية
-9.59	الحديد والصلب	0.6	المعادن الأخرى غير الحديدية
-9.26	السيارات الخاصة	0.44	الخامات غير الحديدية
-7.73	الدهنيات	0.34	خام الحديد
-7.49	المحركات	0.22	الكيمياء العضوية
-5.14	الآلات الخاصة	0.2	المركبات الإلكترونية
-5.09	المواد الزراعية الأخرى	0.2	الكهرباء
		0.1	الساعات
		0.1	المشروبات
		0.06	الأجهزة المرئية

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على جدول المنتجات المكونة للفروع في الملحق رقم 03

من خلال الجدول السابق، يتبين لنا أن المنتجات التنافسية لسنة 2011، والتي تمثل نقاط القوة هي: المواد الأولية الكيميائية، المركبات الإلكترونية، المعادن الأخرى غير الحديدية، الخامات غير الحديدية، خام الحديد، الكيمياء العضوية، المشروبات، الساعات. وبالتالي نلاحظ ظهور منتجات جديدة يمكن أن تصبح تنافسية كالمركبات الإلكترونية، المعادن الأخرى غير الحديدية، الكيمياء العضوية، الساعات، الخامات غير الحديدية، المشروبات، الأجهزة المرئية. وحسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة، فإن المواد الكيميائية الأولية هي المنتج الوحيد الذي يملك ميزة تنافسية كون قيمة المؤشر به هي (1.3).

2. التغييرات الحاصلة في النواة الاستراتيجية

سنحاول فيما يلي معرفة التغييرات الحاصلة في النواة الاستراتيجية التي حددناها سابقا للاقتصاد الجزائري قبل تبني برنامج التأهيل، لمعرفة إذا ما قامت السلطات الجزائرية بتطويرها.

1.2 النواة الاستراتيجية لفرع النسيج

لتعيين النواة الاستراتيجية لفرع النسيج بعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بدراسة تطور مؤشر الميزة النسبية المحسوب بالصيغة الثانية للفترة من 2000 إلى 2011. والجدول التالي يبين ذلك:

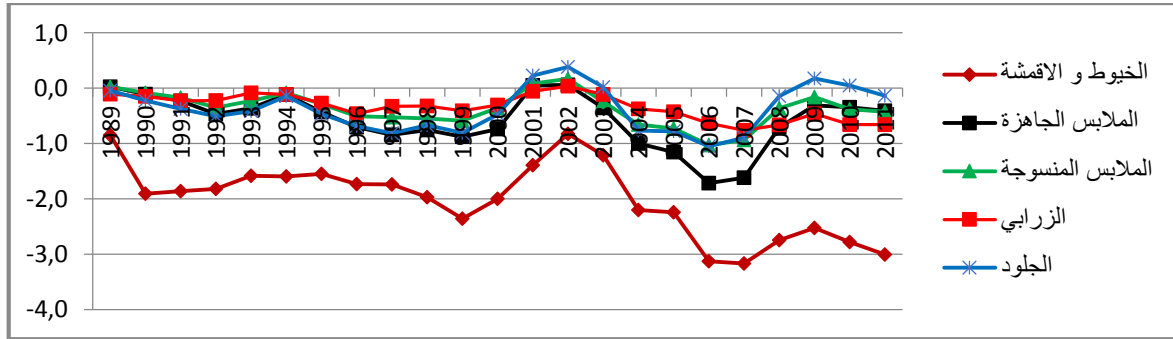
الجدول رقم: -42.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد الجزائري من 2000 إلى 2011

الفرع / السنوات	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
الخيوط والأقمشة	-3,0	-2,8	-2,5	-2,7	-3,2	-3,1	-2,2	-2,2	-1,2	-0,8	-1,4	-2,0
الملابس الجاهزة	-0,4	-0,3	-0,3	-0,7	-1,6	-1,7	-1,2	-1,0	-0,4	0,1	0,0	-0,7
الملابس المنسوجة	-0,4	-0,4	-0,2	-0,4	-0,9	-1,0	-0,7	-0,7	-0,2	0,2	0,1	-0,4
الزراي	-0,7	-0,7	-0,5	-0,7	-0,8	-0,6	-0,4	-0,4	-0,1	0,0	-0,1	-0,3
الجلود	-0,1	0,0	0,2	-0,1	-0,9	-1,0	-0,8	-0,8	0,0	0,4	0,2	-0,5

المصدر: حسب قاعدة البيانات CHELEM. تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

سنبين الفرق بين النواة الاستراتيجية لفرع النسيج قبل وبعد عملية التأهيل، عن طريق تحليل تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية من سنة 1989 إلى سنة 2011.

الشكل رقم: -36.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع النسيج المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 2011.



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول السابق والجدول رقم 30.3

يبين لنا الشكل السابق، أن جميع المنتجات المكونة لفرع النسيج غير تنافسية على طول الفترة من 1989 إلى 2011، كون قيمة المؤشر أقل من الواحد.

ورغم التحسن الطفيف في بعض المنتجات بعد تبني هذا البرنامج، إلا أنها لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب، وهذه المنتجات هي: الجلود والملابس الجاهزة والمنسوجة والزراي، التي شهدت تحسنا بين سنتي 2000 و 2003 ثم تدهورت من جديد، وعادت للتحسن بين 2008 و 2010. وبالتالي فإن هذا الفرع لم يطرأ عليه أي تغيير بعد تبني برنامج التأهيل.

2.2. النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية

لتحديد النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية بعد تبني برنامج التأهيل، سنقوم بتحليل تطور قيمة مؤشر *ACR2* للفترة من 2000 إلى 2011. والجدول التالي يبين ذلك:

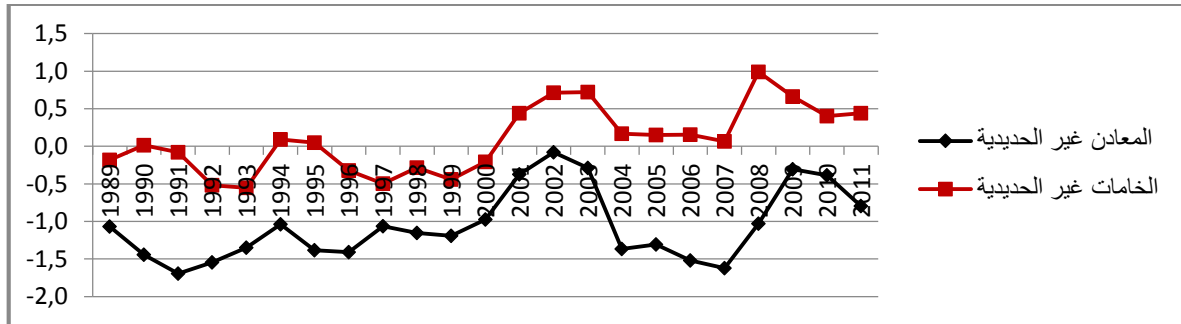
الجدول رقم: -43.3- تطور قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الصناعات غير الحديدية المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 2000 إلى 2011

المنتجات / السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
المعادن غير الحديدية	-1,0	-0,4	-0,1	-0,3	-1,4	-1,3	-1,5	-1,6	-1,0	-0,3	-0,4	-0,8
الخامات غير الحديدية	-0,2	0,4	0,7	0,7	0,2	0,1	0,2	0,1	1,0	0,7	0,4	0,4

المصدر: حسب قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

والشكل التالي يبين لنا الفرق الموجود بين النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية قبل تبني برنامج التأهيل وبعده.

الشكل رقم: -37.3- النواة الاستراتيجية لفرع الصناعات غير الحديدية المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول (43.3) والجدول رقم (31.3)

من خلال الجدول السابق، يتبين لنا أن المنتجات المكونة لفرع الصناعات غير الحديدية لم تتطور بعد تبني برنامج التأهيل، كون قيمة المؤشر بقيت أقل من الواحد.

3.2. النواة الاستراتيجية لفرع الخشب والورق

ولمعرفة التطور الحاصل في فرع الخشب والورق بعد تبني برنامج التأهيل، نقوم بتحليل تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوبة بالصيغة الثانية من 2000 إلى 2011.

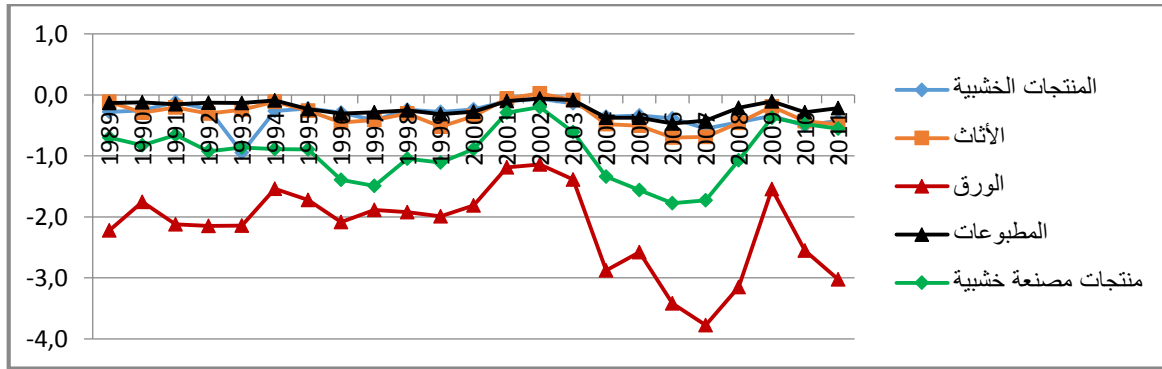
الجدول رقم: -44.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الخشب والورق المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 2000 إلى 2011

المنتجات / السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
المنتجات الخشبية	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,4	-0,3	-0,4	-0,6	-0,5	-0,3	-0,5	-0,4
الأثاث	-0,4	-0,1	0,0	-0,1	-0,5	-0,5	-0,7	-0,7	-0,5	-0,2	-0,4	-0,5
الورق	-1,8	-1,2	-1,1	-1,4	-2,9	-2,6	-3,4	-3,8	-3,2	-1,5	-2,6	-3,0
المطبوعات	-0,3	-0,1	-0,1	-0,1	-0,4	-0,4	-0,5	-0,4	-0,2	-0,1	-0,3	-0,2
منتجات مصنعة خشبية	-0,9	-0,3	-0,2	-0,6	-1,3	-1,6	-1,8	-1,7	-1,1	-0,4	-0,5	-0,6

المصدر: حسب قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولمعرفة الفرق بين النواة الاستراتيجية قبل تبني برنامج التأهيل وبعده، سنقوم ببلورة معطيات الجدول السابق والجدول رقم (32.3) في الشكل التالي:

الشكل رقم: -38.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الخشب والورق المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول (44.3) والجدول رقم 32.3.

من خلال الشكل السابق، نلاحظ أنه لم يحدث أي تغيير بعد تبني برنامج التأهيل، كون قيمة المؤشر بقيت أقل من الواحد لكل المنتجات المكونة لفرع الخشب والورق.

4.2 النواة الاستراتيجية لفرع الكهرباء

وبخصوص التطور الحاصل في فرع الكهرباء بعد تبني برنامج التأهيل، نجد ما يلي:

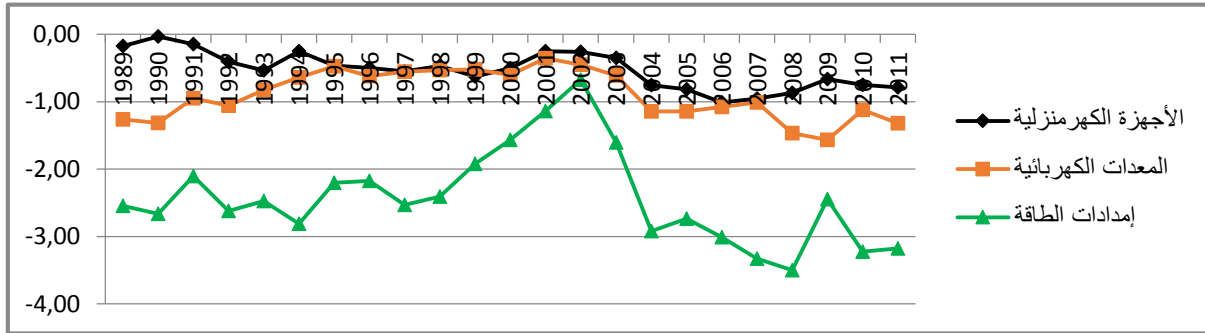
الجدول رقم: -45.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الكهرباء المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 2000 إلى 2011

المنتجات / السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الأجهزة الكهربائية المنزلية	-0,50	-0,25	-0,26	-0,35	-0,75	-0,82	-1,01	-0,95	-0,87	-0,66	-0,75	-0,79
المعدات الكهربائية	-0,60	-0,35	-0,45	-0,61	-1,15	-1,14	-1,08	-1,01	-1,47	-1,57	-1,12	-1,32
إمدادات الطاقة	-1,57	-1,14	-0,67	-1,61	-2,92	-2,73	-3,01	-3,33	-3,50	-2,44	-3,23	-3,18

المصدر : حسب قاعدة البيانات CHELEM، تاريخ الاطلاع 2014/01/20.

ولتحليل أكثر دقة سنقوم ببلورة معطيات الجدول السابق والجدول رقم(33.3) في الشكل التالي:

الشكل رقم: -39.3- تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية لفرع الخشب والورق المكون للاقتصاد الجزائري للفترة من 1989 إلى 2011



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول (46.3) والجدول رقم 33.3.

من خلال الشكل السابق، يتبين لنا أن النواة الاستراتيجية لفرع الكهرباء لم تتطور بعد تبني برنامج التأهيل، إذ أن قيمة المؤشر بقيت سالبة وأقل من الواحد. كما أن المنتجات المكونة لهذا الفرع شهدت تدهورا بعد تبني هذا البرنامج.

المطلب الثالث: مدى استعمال سياسة تحديد الفروع التنافسية في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

سنحاول معرفة إذا ما قامت الجزائر بتأهيل الفروع التي تملك فيها ميزة تنافسية، أم كانت عملية التأهيل شاملة دون دراسة لاقتصادها. ويتبين لنا ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم: -46.3- توزيع نتائج برنامج التأهيل الجزائري حسب فروع نشاط قاعدة البيانات CHELEM

عدد المؤسسات المنضمة لبرنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جزئه الثاني	عدد المؤسسات المنضمة لبرنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جزئه الأول	الفروع الاقتصادية	عدد المؤسسات المنضمة لبرنامج التأهيل الصناعي إلى غاية 2008	الفروع الاقتصادية
-	6	النسيج	22	النسيج
-	19	الخشب والورق	41	الخشب
-	4	الكهرباء	21	الكهرباء والإلكترونيك
2475	25	الكيمياء	32	الكيمياء والورق
	120	الميكانيك	56	الميكانيك والمعادن
197	65	الصناعات الغذائية	91	الصناعات الغذائية
92	11	وسائل النقل	-	وسائل النقل
-	15	الصناعات غير الحديدية	-	الصناعات غير الحديدية
-	-	الصناعات الحديدية	-	الصناعات الحديدية
	8	الإلكترونيك		

المصدر: من إعداد الطالبة حسب الجداول (15.2) (17.2) و (19.2) لنتائج التأهيل في الفصل الثاني

يتبين من خلال هذا الجدول، أن هناك تداخلا بين الفروع حسب التقسيم الجزائري وقاعدة البيانات CHELEM، ففرع الكيمياء والورق بالنسبة للتقسيم الجزائري يعتبران فرعا واحدا، أما CHELEM فتعتبرهما منفصلين، حيث الورق تابع لفرع الخشب والورق. وكذلك بالنسبة لفرع الكهرباء والميكانيك؛ فحسب CHELEM يعتبران فرعين منفصلين.

وحسب الجدول السابق، فإن الصناعات الغذائية استحوذت على عدد كبير من المؤسسات المؤهلة حسب برنامج التأهيل الصناعي بـ 91 ملف مقبول. ورغم أن هذا الفرع حظي باهتمام كبير من السلطات الجزائرية، إلا أن النتائج السابقة تظهره فرعا غير تنافسي. نفس الشيء بالنسبة لفرع الميكانيك والمعادن، حيث سجل 56 ملفا مقبولا، رغم أنه فرع غير تنافسي. أما الفروع التي اعتبرناها تنافسية، فنجد منها فرع الخشب الذي وصلت عدد الملفات المقبولة به 41 ملفا مقبولا، وبالنظر إلى العدد الكبير للملفات المقبولة إلا أنه لم يتطور، وهذا ما بينته الدراسة السابقة، وبالتالي فبرنامج التأهيل لم ينجح في هذا الفرع. أما فرع النسيج فسجل 22 ملفا مقبولا، رغم إمكانية تطويره بالاعتناء أكثر بنواته الاستراتيجية، إلا أنه لم يحظى بالاهتمام اللازم من قبل السلطات الجزائرية، وهذا ما يعكس عدم تطوره بعد عملية التأهيل. وعليه نجد أن السلطات الجزائرية لم تقم بالدراسات الكافية من أجل القيام بتأهيل منتجاتها، رغم أنها وقعت على اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وستواجه منافسة شديدة من قبل منتجاته.

أما بالنسبة لبرنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقد طابقنا نتائج حسب تقسيم الفروع لقاعدة البيانات CHELEM وتحصلنا على النتائج الموجودة في الجدول السابق.

وحسب هذا الجدول، فإن فرع الميكانيك هو الذي سجل أعلى نسبة مقارنة بعدد المؤسسات المنضمة إلى برنامج التأهيل لسنة 2008، يليه فرع الصناعات الغذائية، ثم فرع الكيمياء. وكل هذه الفروع اعتبرناها حسب الدراسة السابقة فروعاً غير تنافسية وبالتالي يلاحظ عدم تطابق النتائج التي توصلنا إليها مع نتائج برنامج التأهيل.

وبخصوص برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جزئه الثاني، نلاحظ غياب عدة فروع اقتصادية. وأهم القطاعات التي خضعت للتأهيل تابعة لفرع الخدمات، حيث أن أكبر حصة للتأهيل كانت من نصيب فرع البناء والأشغال العمومية، وبما أن فرع البناء والمنتجات المكونة له كالأسمدة والزجاج... إلخ، هو جزء من فرع الكيمياء حسب تقسيم CHELEM، فإن هذا الفرع هو الذي حظي بأكبر نصيب من عملية التأهيل بـ 2475 مؤسسة. أما فرع الصناعات الغذائية فقد تم فيه تأهيل 197 مؤسسة، وفرع النقل حظي بتأهيل 92 مؤسسة، وحسب النواة الاستراتيجية للاقتصاد الجزائري، فلا أحد من الفروع المؤهلة يعتبر فرع تنافسي.

وعليه نستنتج أن تطبيق برنامج التأهيل بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، لم يكن مبنياً على دراسات مسبقة، بل كان اعتباطياً. وهذا ما يفسر عدم نجاح هذا البرنامج في الجزائر.

خلاصة

في ظل الانفتاح الاقتصادي الذي شهده العالم في السنوات الأخيرة، فإنه يفترض على كل دولة أن تقوم بتقييم لاقتصادها، وذلك عن طريق دراسة الفروع التنافسية التي عن طريقها يتم تحديد النواة الاستراتيجية. ذلك أن تحديد هذه الأخيرة أصبح أمراً مهماً تنتهجه الدولة لمعرفة نقاط القوة والضعف لاقتصادها، وتكمن نقاط القوة في الفروع التنافسية التي تمتلك فيها الدولة ميزة تنافسية، أما نقاط الضعف فهي الفروع التي لا تملك فيها ميزة تنافسية، وإذا ما أرادت القيام بتطوير اقتصادها فلا مناص لها من محاولة تطوير الفروع التي لا تملك فيها ميزة تنافسية، وتدعيم الفروع التي تملك فيها ميزة تنافسية أكثر حتى يبقى اقتصادها دائماً قادراً على المنافسة الأجنبية الشرسة.

وقد حاولنا من خلال هذا الفصل بيان مدى اعتماد الفروع التنافسية ونواتها الاستراتيجية في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كل من المغرب وتونس والجزائر. عن طريق مقارنة تطورات الفروع التي تنتمي إليها هذه المؤسسات قبل عملية التأهيل وبعدها، من أجل معرفة إذا ما قامت السلطات المغربية والتونسية والجزائرية بدراسة لاقتصاداتها، وتحديد الفروع التي تملك فيها ميزة تنافسية لدعمها وتطويرها، حتى تحافظ على ميزتها التنافسية بعد تطبيق برنامج التأهيل، ومدى دعمها وتطويرها للفروع الأخرى غير التنافسية عند تطبيق هذا البرنامج لتمكينها من اكتساب ميزة تنافسية، لتستطيع منافسة المنتجات الآتية من الاتحاد الأوروبي في إطار اتفاق الشراكة الموقع بينه وبين هذه الدول.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على مؤشر الميزة النسبية الظاهرة المحسوب بالصيغة الثانية (ACR2)، ومؤشر الطلب العالمي عليها الذي حصلنا عليه من قاعدة البيانات CHELEM.

وقد أسفرت المقارنة بين النسيج الصناعي لكل من المغرب وتونس والجزائر على عدة نتائج أهمها، أن السلطات التونسية قامت بمجهودات كبيرة لإنجاح برنامج التأهيل عن طريق دعم نواتها الاستراتيجية، ومحاولتها تطوير الفروع الأخرى التي لم تكن تملك فيها ميزة تنافسية، كفرع الكهرباء الذي كان فرعاً غير تنافسي قبل تطبيق برنامج التأهيل وأصبح تنافسياً بعد تطبيقه.

كما خلصنا أن السلطات المغربية استطاعت أن تحافظ على فروعها التنافسية ونواتها الاستراتيجية، التي كانت تملكها قبل تبني برنامج التأهيل، رغم أن تطبيق هذا البرنامج في المغرب شهد عدة عوائق حالت دون نجاحه بالكامل.

أما الاقتصاد الجزائري، فقد وجدنا أنه لا يملك أي فرع تنافسي يستطيع به مواجهة المنافسة الآتية من الاتحاد الأوروبي، كما وجدنا أن السلطات الجزائرية لم تول أهمية لعملية التأهيل، وهذا ما نتج عنه عدم نجاحه. فمن خلال مقارنة النسيج الاقتصادي الجزائري قبل عملية التأهيل وبعدها، وجدنا أن الفروع الاقتصادية لم يطرأ عليها أي تغيير، إذ كانت جميعها غير تنافسية قبل تطبيق هذا البرنامج وبقيت كذلك بعد تطبيقه. لهذا وجب على السلطات الجزائرية أن تحذو حذو البلدان المجاورة لها وخاصة تونس، لتحليل

ودراسة كيفية تطبيقها لهذا البرنامج لتدارك ما فاتها، وحتى تتمكن من انقاذ اقتصادها الوطني من كارثة حتمية خاصة مع احتمالات انهيار أسعار البترول.