

خاتمة

من خلال بحثنا، توصلنا إلى أن التنافسية مرتبطة إلى حد كبير بإنشاء القيمة للعميل، فلا يمكن امتلاك ميزة تنافسية ما لم يتحقق رضا العميل عن القيمة المسلمة له. هذا الأخير الذي تعدى حكمه عليها حدود معاملة الشراء إلى تجربة موضوع التبادل سواء أكان منتوجاً أم خدمة. ويتأثر هذا الحكم بطريقة إدراك العميل لكل الخصائص المعروضة والتي تم تجريبها، حيث أصبح يتميز بالاحترافية في المفاضلة بين العروض المقدمة له، وبالتالي بات من الضروري على المؤسسة التي تسعى لكسب مركز تنافسي يؤهلها للتفوق والاستمرار، الإحاطة بخصائص عملية الإدراك لدى عميلها وأخذ ذلك كمرجعية لتحسين عرضها وكل الأنشطة المنتجة لهذا العرض بكل خصائصه وزواياه العامة والدقيقة منها، مما يمكنها من التحسين المستمر، والإبداع الناجح.

وعلى الرغم من هذه الأهمية التي يكتسبها إنشاء القيمة للعميل، وبالرغم من محورية الدور الذي يلعبه هذا الأخير في التنافسية، إلا أن الواقع المعاش لمؤسساتنا يتميز بالتخلف في تطبيق هاته الفلسفة الحديثة والتصورات التي تعطي التوجيه الناجح لنشاط المؤسسات وللاقتصاد ككل، حيث توصلنا من خلال هاته الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

✳ على مستوى المؤسسة:

- تقدم المؤسسة عرضاً جيداً لعملائها مقارنة بالظروف الحالية للسوق، لكنه بعيد عن التسويق الحقيقي، كونه غير مبني على الرغبات الحقيقية للعميل.

- يسيطر على المؤسسة التصور البيعي، لكن هذا لا ينفى وجود بعض المؤشرات الإيجابية الدالة على الاتجاه الاستراتيجي المستقبلي الذي تنوي المؤسسة انتهاجه، وهو خدمة العميل كمحور لنشاطها، كما بينت ذلك نتائج الاستبيان.

- تعاني المؤسسة من نقص مهارات الاستعلام وهياكله على مستوى تنظيمها.

✳ على مستوى المحيط:

- لا يوجد محيط تنافسي رغم الجهود المبذولة لجعله كذلك، والتي منها: برنامج تأهيل المؤسسات، برنامج تحسين التنافسية، وغيرها.

- هياكل الدولة تثبط الديناميكية التنافسية على عكس الأهداف التي أنشئت من أجلها (البنوك، المؤسسات الإدارية، هيئات الدراسات والاستشارات...).

- نظام معلومات وطني عاجز عن توفير المعلومة الموافقة لاحتياجات المؤسسات والمستثمرين.

- ضعف مصداقية المعلومة المقدمة، وانحصارها في جوانب تقنية، مما أدى إلى فقدان الثقة في

الجهات العمومية.

كل ما سبق أدى إلى نتيجة سلبية وهي ضعف القدرة التفاوضية للعميل، والقدرة المحدودة للمؤسسات على التحسين والإبداع إلا في حالات خاصة جدًا، ونتج عن ذلك كله عروض لا تخدم رغبات العملاء. لكن في ظل سعيها للانضمام للمنظمة العالمية للتجارة، وبعد دخول اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي حيز التطبيق في الفاتح من سبتمبر المنصرم، لا يمكن المواصلة بهذا الوضع المتأزم، لا بد من العمل على اتخاذ الإجراءات الضرورية والتنفيذ السريع لها، لأن وتيرة التغييرات الاقتصادية العالمية -وبالتالي المحلية- متسارعة بشكل قد لا يعطي الفرصة لتدارك الأمر، إلا إذا تحقق الالتزام الصارم والجديّة في التطبيق. وعليه نتقدم بمجموعة من الاقتراحات والتوصيات الموجّهة في بادئ الأمر للمؤسسة محل الدراسة، ثم تليها توصيات واقتراحات نراها ضرورية ومكمّلة لما تم اتخاذه من قرارات على المستوى الكلي.

◀ على مستوى المؤسسة:

- تقليص فترة الانتظار بالتحسين على مستوى تنظيم عملية الشحن.
- تقديم تسهيلات فيما يخص دفع المستحقات، مع عدم اقتصار ذلك فقط على ذوي الصداقات، فعلى المؤسسة التفكير في طريقة تضمن بها حقوقها وفي الوقت نفسه تيسر على العميل عملية التسديد.
- يتوفر في عرض المؤسسة عامل قوي وهو التكلفة المناسبة، لكن لا يجب أن يكون ذلك على حساب العميل، فعليها مراعاة مصلحة العميل إلى جانب مصلحتها، والتوفيق بينهما لتقديم عرض يقوي مركزها التنافسي واستعدادها للظروف المستقبلية.
- البحث عن سبب ضعف جودة المنتج، فيما أن المادة الأولية تخضع لرقابة متخصصة تابعة للدولة ولا تستعمل إلا بترخيص منها، فإن المشكل أكيد في سلسلة القيمة داخل المؤسسة.
- أقلمة الخدمات وفق ظروف العملاء، ففيما يخص مشكل تأخر آجال التسليم خاصة بالنسبة للمقاولين البعيدين جغرافيا، فعلى المؤسسة معالجته بتحليل سلسلة القيمة لديها (سلسلة أنشطتها)، وسلسلة القيمة لدى الجهة المتكفلة بالنقل، وكذا تحليل نقاط التنسيق بين السلسلتين، للبحث عن أسباب هذا المشكل ومحاولة إيجاد حلول لها.
- تشجيع العميل على التصريح برأيه، بإعداد سياسة ملائمة شرط أن تبنى بشكل جماعي.
- توفير هياكل ومهارات الاستعلام على مستوى تنظيم المؤسسة، أو اللجوء إلى التعاون ومكاتب الدراسات القادرة على توفير المصدقية في المعلومة المعالجة.
- تشجيع العميل على التقدم بالشكوى في حال وجودها، وتعريفه بأساليب وقنوات الاتصال الممكنة في حال ظهور مشكلة، وضمان السرعة في الردّ.

- تحليل الشكاوى للاستفادة بمعرفة الجوانب الهامة والمعايير التي يستخدمها العملاء للحكم على الجودة، ونواحي الضعف في الأداء، ومن ثم بناء الخطط التحسينية الملائمة، واكتشاف سبل الإبداع الممكنة.

- تقوية ثقافة خدمة العملاء بمختلف فئاتهم داخل المؤسسة.

- القيام بدراسات تقييمية للجهود المبذولة والعمل على التحسين المستمر لها، ومحاولة الاستفادة من التجارب والاستشارات المتوفرة على مواقع الانترنت.

- توظيف المهارات اللازمة لتنفيذ ما سبق من توصيات.

◀ على مستوى المحيط:

■ على الحكومة تشجيع الاستثمار الأجنبي لإعطاء دفع للمنافسة بين المؤسسات، وبالتالي تحقيق جو تنافسي، وذلك بإعادة النظر في الإجراءات الإدارية المتناقضة وتسهيل الحصول على القروض، وتخفيض معدلات الفائدة، ويمكن أن تستعين في ذلك بتجارب الدول النامية في أمريكا اللاتينية، وكذا شرق آسيا (سنغافورة) والشرق الأوسط.

■ تقديم مساعدات مالية للمؤسسات لإجراء البحوث والدراسات اللازمة لإقامة المشاريع والتوسعات المستقبلية والتحسين في مجالات النشاط المختلفة.

■ لا بدّ من المراقبة الجديّة لسير عملية التأهيل للمؤسسات الجزائرية، فلا يكفي تنصيب هيئات مختصة دون مراقبة فاعليتها.

■ التأهيل العلمي للقائمين على توفير المعلومة ومساعدة المستثمرين، فلا بدّ من توظيف مهارات قادرة فعلا على تحقيق الأهداف المتوخاة من هذه التنظيمات.

■ تخفيف الأعباء الجمركية على استيراد الآلات الإنتاجية، لجعل المؤسسات منتجة لا مجرد بائعة لمنتجات مستوردة.

■ توفير مهارات تسييرية على مستوى التنظيمات الرسمية والإدارية وكذا المؤسسات، وإن تعذر ذلك -حيث أن المالك هو المسير في المؤسسة الخاصة- فمن الأفضل توفير هيئات استشارية تتضمن مهارات متميزة في الإحاطة بالواقع وتقديم التوجيهات الصائبة.

■ إعطاء رؤية واضحة للتوجهات الكبرى للإقتصاد، وبالتالي تحسين درجة تعقيد التشريعات المنظمة لها، والعمل على مسايرتها للتطورات العالمية.

■ توفير شبكة اتصال على المستوى الوطني بين الهيئات والمؤسسات، وكذا مدّ حدودها إلى الخارج لتحقيق الاحتكاك والاستفادة أكثر من ناحية المعلومات، الاستشارات، اتفاقيات شراكة، صقل المهارات... خاصة بعد الدخول في شراكة مع الاتحاد الأوروبي فلا بدّ من الاستفادة بصورة ذكية من هذه التجربة.

- توفير التوعية، وإعطاء التكوين اللازم والمتواصل لإطارات وأفراد المؤسسات بتنظيم الملتقيات والدورات التكوينية، وكذا إتباع سياسة تعليم تخدم التوجهات المستقبلية للاقتصاد الوطني.
- إصلاح البنوك، وكذا توفير بنوك مختصة تلائم ظروف عملها خصائص المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة.
- لا بدّ من التحسين المستمر للسياسات المتبعة، وأخذ التجارب الناجحة للدول النامية، والشريكة-الاتحاد الأوروبي- كمرجعية لذلك.

◀ جانب التمويل:

- بالنسبة للبنوك والمؤسسات المالية فمساهمتها يجب أن تكون كما يلي:
- تقديم دعم مالي للمشاريع الجديدة بتسهيل حصولها على مصادر مالية وطنية ودولية.
- تحسين مهاراتها المهنية للتعاون في الميادين التالية:
- تحضير مشاريع جديدة (استغلال فرص) بالشراكة مع المؤسسات والمستثمرين، لتحريك المجالات التي من شأنها تنشيط إنعاش الاقتصاد العام والجو التنافسي.
- تحريك الادخار.
- توسيع العرض المرتقب للخدمات حسب خصوصيات عملائها.
- تقديم خدمات مالية للمستثمرين والمدخرين.
- وضع هياكل للاستثمار والشراكة في راس مال المؤسسات، وبالتالي المشاركة في إدارتها.
- وضع خدمات استشارية وإعلامية حول تسيير المؤسسات لضمان حصولها على القرارات الاقتصادية المناسبة.

◀ جانب توفير المعلومة:

- التنسيق بين الجهات المتضمنة للبيانات والمعطيات حول واقع كل القطاعات ومجالات النشاط مثل: الغرف التجارية، الجماعات المحلية، التعاونيات الخاصة بالمهن، مراكز الأعمال، اتحادات أرباب العمل، مكاتب الاستشارة وكذا البنوك.
- توفير المعلومة النوعية والكمية في الوقت المناسب، وبالشكل المناسب، وفي المكان المناسب.
- توفير العامل البشري المؤهل لمعالجة المعلومة، مع توفير ظروف عمل مناسبة له لضمان عدم فقده.
- يجب أن يتوفر على مستوى المؤسسات مهارات لجمع ومعالجة ونشر المعلومة.

■ إنشاء بنوك معطيات وتشجيع استعمال المعلومة، وتوفير عامل الثقة بمعالجة المعلومة وفق مؤشرات تلائم احتياجات المستعملين لها.

خلاصة القول أن هذا البحث أتى بالدرجة الأولى للإحاطة بالواقع التنافسي لمؤسساتنا، فتأكدنا من صحة الفرضية التي انطلقنا منها وهي أن المؤسسات الجزائرية تدرك ضرورة تسريع تأقلمها مع الوضع الجديد، حيث ظهرت من خلال نتائج البحث رغبة ناشئة لتحقيق هذا المكسب، لكن قدرتها تبقى محدودة في إطار محيط غير مشجع بكل جوانبه والذي أثر سلباً على الطرف الثاني المحقّق لتنافسيته والمتمثل في عملائها، حيث تتميز قدرتهم التفاوضية بالمحدودية، رغم توفر الوعي لديهم ومحاولتهم لبناء قرارات موضوعية، وبذلك قيّدت كل الأطراف المحرّكة للتنافس، وللتخلص من هذا الجمود التنافسي نقترح معالجة موضوعي بحث غاية في الأهمية تمليهما الظروف الحالية بإلحاح:

- على المستوى الكلي:

"كيف يمكن الاستفادة ايجابيا من واقع الشراكة مع الاتحاد الأوروبي لتنشيط المناخ التنافسي؟"

- على المستوى الجزئي يمكن طرح إشكال مكمل:

"كيف يمكن للمؤسسة الجزائرية بكل أشكالها المنتجة والخدمية الاستفادة من الشراكة الأوروبية؟"