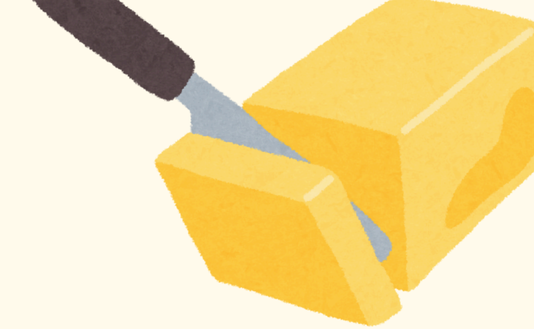
بحث حول
شركة سيفيتال

عائشة عبد اللطيف
ليندة بوذيبي
رفيدة بلحاج
الفوج:01



المقدمة

تعرف بيئة اأألعمال تطورات وتغيرات جذرية، وهو ما فرض على المؤسسات اتخاذ التدابير الالزمة للتكيف، خاصة في ظل العولمة حيث باتت الحياة مستحيلة بمعزل عن هذه الظاهرة وخاصة المؤسسات التي ترغب في لتوسع من خالل االنتقال الى سوق او اسواق خارجية، هنا تجد نفسها امام عوامل يصعب السيطرة عليها، لذلك فاختيار االستراتيجية المناسبة لن يكون بضربة حظ بل بتحليل متغيرات البيئة التسويقية الداخلية لمعرفة نقاط القوة والضعف، فهي نقاط تترجم كل ما يحدث في البيئة التسويقية الخارجية، مما يعطي للمؤسسة صورة اكثر وضوحا إلتخاذ القرارات. حاولت هذه الورقة التركيز على البيئة التسويقية الداخلية، نظرا الهميتها وكذا امكانية تقدير متغيراتها دون اهمال البيئة الخارجية، وابراز الدور الذي يلعبه تحليل هذه البيئة في اختيار االستراتيجية المناسبة للدخول الى االسواق الدولية.

مؤسسة سيفيتال (Cevital):

هي مجموعة صناعية جزائرية خاصة تأسست عام 1998 من قبل إسعد ربراب وهو رجل أعمال جزائري بارز ، وتعد من أكبر الشركات الخاصة في الجزائر. يقع مقرها الرئيسي في مدينة بجاية، الجزائر، وتعمل في عدة قطاعات، بما في ذلك الصناعات الغذائية، والصناعات الثقيلة، والتوزيع، والخدمات، والطاقة. .بدأت الشركة نشاطها في قطاع الصناعات الغذائية، حيث أصبحت رائدة في إنتاج الزيوت النباتية والسكر والمياه المعدنية.توسعت سيفيتال في عدة مجالات، بما في ذلك التوزيع، والصناعات الميكانيكية، والتكنولوجيا، والعقارات.قامت بشراء عدة شركات أوروبية، مثل مجموعة أوبركروم الألمانية المتخصصة في صناعة الفولاذ المقاوم للصدأ.

تعتبر اليوم واحدة من أكبر المجموعات الاقتصادية في الجزائر ولها استثمارات في أوروبا، وأفريقيا، والشرق الأوسط.

القطاعات التي تنشط فيها سيفيتال:

1. الصناعات الغذائية: إنتاج السكر، الزيوت، المياه المعدنية، والأغذية.
2. الصناعات الثقيلة: إنتاج الفولاذ والألمنيوم والزجاج.
3. التوزيع والتجارة: تسويق المنتجات الغذائية والمعدات الإلكترونية.
4. العقارات: تطوير مشاريع سكنية وتجارية.
5. الطاقة والبيئة: الاستثمار في مشاريع تحلية المياه والطاقة النظيفة.

المكان والمقر الرئيسي:

يقع المقر الرئيسي لمجموعة سيفيتال في بجاية، الجزائر، ولها فروع واستثمارات في فرنسا، إسبانيا، ألمانيا، إيطاليا، البرازيل، ومناطق أخرى.

العلامات التابعة لشركة سيفيتال

المنافسين للشركة:

المعجنات

العصائر

الاجهزة الالكترونية

المزيج التسويقي لشركة سيفيتال (4Ps)

يعتمد نجاح مجموعة سيفيتال على تطبيق استراتيجيات المزيج التسويقي (4Ps)، التي تشمل المنتج، السعر، التوزيع، والترويج.

1. المنتج (Product)

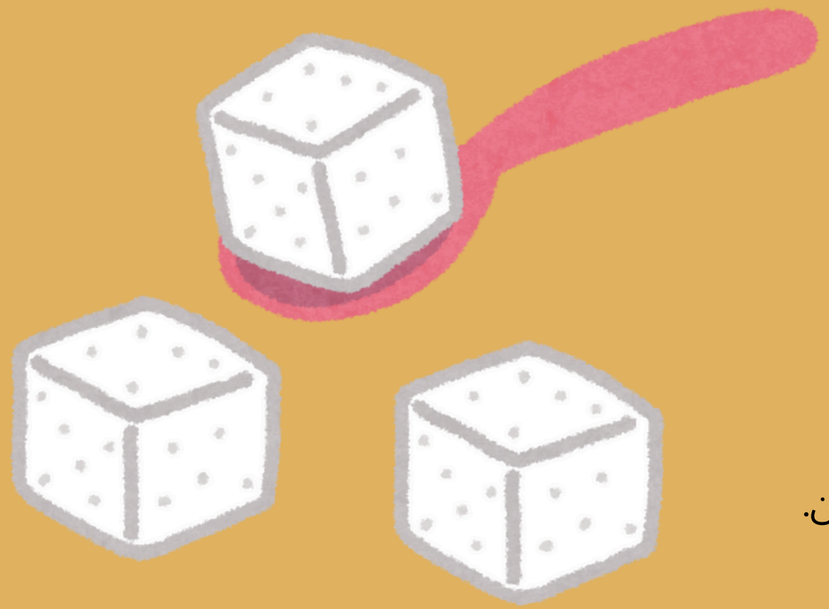
سيفيتال تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات في عدة قطاعات، منها:

- الصناعات الغذائية: إنتاج السكر، الزيوت النباتية، السمن، والمياه المعدنية.
- الصناعات الثقيلة: تصنيع الفولاذ المقاوم للصدأ، الألمنيوم، والزجاج.
- الأجهزة الإلكترونية والتوزيع: عبر علامتها التجارية للإلكترونيات والأجهزة المنزلية.
- العقارات: تطوير مشاريع سكنية وتجارية.
- الطاقة والبيئة: مشاريع تحلية المياه والطاقة النظيفة.

2. السعر (Price)

- تقدم منتجات بأسعار متنوعة تناسب مختلف الفئات، مع التركيز على توفير جودة عالية بأسعار معقولة.
- تعتمد على اقتصاديات الحجم لخفض التكاليف، مما يساعدها في تقديم منتجات بأسعار أقل من المنافسين.

3. التوزيع (Place)

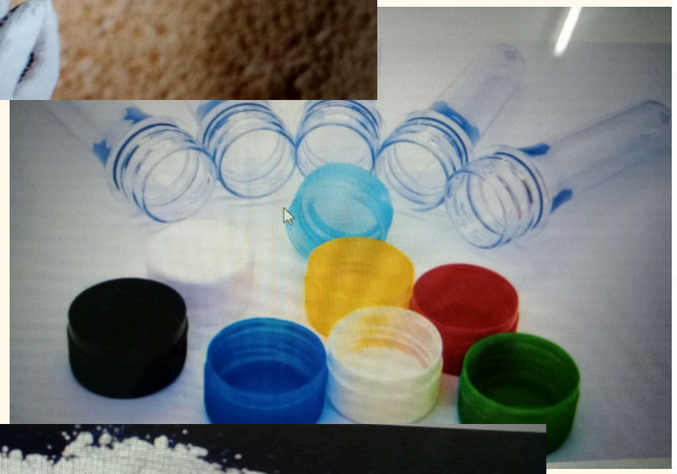


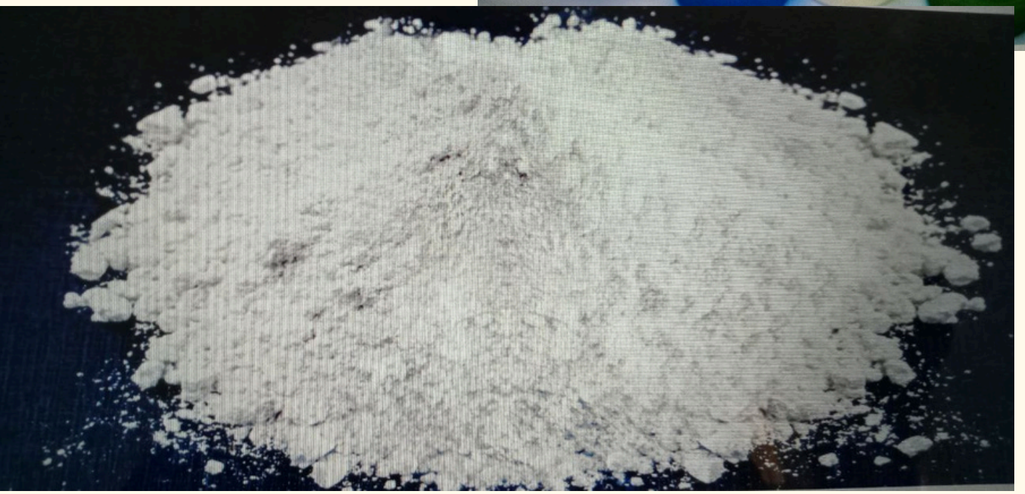
- تمتلك شبكة توزيع واسعة تغطي الجزائر والدول الإفريقية والأوروبية.
- تعتمد على منافذ البيع المباشر مثل متاجرها الخاصة، والمتاجر الكبرى، والأسواق المحلية.
- تستخدم التجارة الإلكترونية لبيع بعض منتجاتها، خاصة الأجهزة الإلكترونية.
- لديها مصانع وإنتاج في الجزائر وخارجها لتسهيل التوزيع وتقليل التكاليف اللوجستية.

4. الترويج (Promotion)

- تعتمد سيفيتال على الإعلانات التقليدية عبر التلفزيون، الراديو، والصحف.
- تستخدم التسويق الرقمي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية.
- تقدم عروض وخصومات لتحفيز المبيعات وجذب العملاء.
- تشارك في المعارض التجارية الدولية لتعزيز علامتها التجارية وزيادة انتشارها عالميًا.
- تعتمد على المسؤولية الاجتماعية من خلال دعم المشاريع البيئية والمجتمعية، مما يعزز صورتها لدى المستهلكين.

.





المؤسسة (الاستثمار)	الشعار	النوع	السنة	مجال الصناعة	المنتج	الشكل	الحجم
NOLIS	Nolis	انشاء	2000	النقل البحري	السكر		سكر مبلور: 1كلغ - 5كلغ - 50كلغ – Big Bag (1،1 طن) – Jumbo Bag (25 طن) سكر سائل: عربة ذات صهريج 18000ل - BI-BO باخرة خاصة بنقل السوائل
NUMILOG	NUMILOG	انشاء	2007	النقل البري والخدمات اللوجستية			
MFG	MFG	شراكة	2007	الزجاج المسطح			
BATICOMPO	BATICOMPOS	اكتساب	2007	البناء	الزيت النباتي		1ل -1 – 1,8ل -2ل -4ل - 5ل
CEVITAL ENTREPRISE	ceVital CEVITAL ENTREPRISES	انشاء	2007	معدات وعناصر البناء الجاهزة			
CEVITAL MINERALS	ceVital Minerals	انشاء	2008	استخراج المعادن			
PCA	PCA	شراكة	2011	البناء والاشغال العمومية	المرغرين والدهون النباتية		250غ - 400غ - 500غ - 900غ - 1,8كلغ - 20كلغ
OXXO Evolution FRANCE	OXXO	اكتساب	2013	نجارة الالمينيوم والبلاستيك			
OXXO ALGERIE	OXXO	انشاء	2013				
ATLAS PNEUS	ATLAS PNEUS	شراكة	2013	الاطارات			
Alas Iberia	ALAS IBERIA	اكتساب	2014	انتاج الالمينيوم	المياه والمشروبات		250مل - 1ل - 2ل
BRANDT FRANCE	GROUPE BRANDT	اكتساب	2014	الاجهزة الكهرومنزلية			
BRANDT ALGERIE		انشاء	2014				
Aferpi/Lucchini	ACCIAIERIE LUCCHINI	اكتساب	2014	الحديد والصلب			
Metal Structure		انشاء	2015	الحديد والصلب	المصبرات		500غ -1كلغ
METALSIDER	metalSider	انشاء		الحديد والصلب			

تحليل swot

نقاط القوة (Strengths) ✅

- تنوع النشاطات: تعمل في عدة قطاعات مثل الصناعات الغذائية، الثقيلة، التوزيع، والعقارات، مما يقلل من المخاطر الاقتصادية.
- ريادة السوق: تعد من أكبر الشركات الخاصة في الجزائر وأحد اللاعبين الرئيسيين في إفريقيا.
- استثمارات دولية: توسعت في أوروبا عبر استحواذها على شركات مثل "أوبركروم" الألمانية.
- قدرات إنتاجية ضخمة: تمتلك مصانع متطورة في الجزائر وخارجها، مما يعزز تنافسيتها.
- علامة تجارية قوية: تمتلك منتجات مشهورة مثل زيت إيليو وسكر سكور ومياه لالة خديجة.

2. نقاط الضعف (Weaknesses) ❌

- الاعتماد الكبير على السوق الجزائرية: رغم توسعها، لا تزال تعتمد على السوق المحلية كمصدر رئيسي للإيرادات.
- التحديات البيروقراطية: تواجه صعوبات في التوسع داخل الجزائر بسبب التعقيدات الإدارية والقوانين.
- ضعف التسويق الرقمي: بالمقارنة مع المنافسين العالميين، لا تزال بحاجة إلى تعزيز وجودها الإلكتروني.
- مشاكل قانونية وسياسية: واجهت بعض التحديات مع الحكومة الجزائرية، مما أثر على استثماراتها. نقاط الضعف القانونية والسياسية لشركة سيفيتال
- 🔹 قانونيًا:
- مركزية القرارات داخل العائلة تؤثر على مرونة الإدارة.
- مغادرة موظفين نحو المنافسين يشير إلى تحديات في بيئة العمل.
- 🔹 سياسيًا:
- اتهامات بالتهرب الضريبي بمبالغ كبيرة تؤثر على سمعة الشركة.
- توترات مع السلطات قد تعيق توسعها في السوق المحلي.
- هذه العوامل قد تؤثر على استقرار الشركة وقدرتها على المنافسة. 🚀
-

3. الفرص (Opportunities) 🚀

- التوسع في إفريقيا: الطلب المتزايد على المنتجات الغذائية والصناعية في إفريقيا يوفر فرصة كبيرة للنمو.
- الاستثمار في التكنولوجيا: يمكنها تحسين الإنتاجية من خلال التحول الرقمي والابتكار الصناعي.
- زيادة الطلب على المنتجات الصحية: التركيز على الأغذية الصحية والمياه المعدنية قد يعزز مبيعاتها.
- تنويع الأسواق: يمكنها التوسع في أسواق الشرق الأوسط وآسيا لتقليل الاعتماد على الجزائر وأوروبا.

4. التهديدات (Threats) ⚠

- عدم استقرار القوانين الاقتصادية: التغيرات التنظيمية في الجزائر قد تؤثر على بيئة الأعمال.
- المنافسة القوية: تواجه منافسة من الشركات المحلية والدولية، خاصة في الصناعات الغذائية.
- التقلبات الاقتصادية: تغيرات أسعار المواد الخام والتضخم قد تؤثر على تكاليف الإنتاج والأسعار.

تحليل pestel

01

1. العوامل السياسية (Political)
الحراك الشعبي والضطرابات السياسية
القيود الحكومية على الاستراد وتاثيرهاوعلى مشاريع الشركة

02

2. العوامل الاقتصادية (Economic)
المنافسة القوية في السوق المحلي والدولي
مشاكل التويع الدولي والصعوبات في الاستحواذ على الشركات الاوروبية

03

3. العوامل الاجتماعية
تطوير مصنع تحلية المياة باستخدام تكنلوجيا مبتكرة (تقنية اغشية النانو)
التحول الرقمي في عمليات التوزيع والتسويق
التوسع في التوظيف والضغط الاجتماعي والضغط الاجتماعي لcevtal لتوفير فرص العمل

04

4. العوامل التكنولوجية (Technological)

- التحول الرقمي: استخدام التقنيات الحديثة في الإنتاج والتوزيع يعزز الكفاءة التشغيلية.
- الاستثمار في البحث والتطوير: يساعد على تحسين جودة المنتجات وزيادة القدرة التنافسية.
- الأتمتة والتصنيع الذكي: يمكن أن يقلل التكاليف التشغيلية ويحسن الإنتاجية.

05

5. العوامل البيئية (Environmental)
التغيرات المناخية وتاثيرها على الانتاج الزراعي
التلوث الصناعي والتشريعات البيئية الصارمة

06

6. العوامل القانونية (Legal)
تغير قوانين العمل وتاثيرها على العمالة داخل cevtal
النزاعات القانونية مع الحكومة بشان الاراضي الصناعية
قانون الاستثمار الجديد وتاثيره على توسع(2022)

استراتيجيات الدخول إلى الأسواق الدولية لشركة سيفيتال

مجمع سيفيتال هو أحد أكبر الشركات الجزائرية، وهو ناشط في قطاعات مختلفة مثل الصناعات الغذائية، الصناعات الميكانيكية، والصناعات الإلكترونية. اعتمدت سيفيتال على عدة استراتيجيات لدخول الأسواق الدولية، ومنها:

1. استراتيجية التصدير

- التصدير المباشر: قامت سيفيتال بتصدير منتجاتها الغذائية مثل السكر والزيت إلى العديد من الدول، خاصة في إفريقيا وأوروبا، مما مكنها من تحقيق انتشار واسع مع الحفاظ على التحكم المباشر في عمليات التوزيع.
- التصدير غير المباشر: في بعض الأسواق، تعتمد الشركة على وسطاء وشركات توزيع أجنبية لتسهيل عمليات التصدير وتقليل المخاطر.

2. استراتيجية التحالفات التعاقدية

- عقود التصنيع: استثمرت سيفيتال في مصانع بالخارج، مثل استحواذها على مصانع في إيطاليا (Brandt) لتعزيز وجودها في الأسواق الأوروبية من خلال إنتاج الأجهزة المنزلية.
- عقود الإدارة: تدير سيفيتال بعض العمليات الإنتاجية والإدارية بالتعاون مع شركاء دوليين، مما يساعدها في توسيع وجودها دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة.

3. استراتيجية الاستثمار الأجنبي المباشر

- الاستثمار المشترك (الشراكة): عقدت سيفيتال عدة شراكات مع شركات أجنبية في مجالات التكنولوجيا والصناعات الغذائية، مما ساعدها على التوسع في الأسواق الأوروبية والآسيوية.
- الاستحواذ والاندماج: قامت سيفيتال بالاستحواذ على شركات أجنبية مثل مجموعة Brandt الفرنسية، مما مكنها من التوسع في أوروبا والاستفادة من شبكات التوزيع العالمية.

الخاتمة

التغيرات المستمرة في البيئة التسويقية دفعت المؤسسات الى تحليل بيئتها التسويقية وخاصة الداخلية بهدف معرفة جوانب القوة والضعف، لان الفرص تبقى فرصا في البيئة الخارجية مالم تقم المؤسسة باستغاللها بما تملكه من نقاط القوة، كذلك خدمة األلسواق الدولية تجبر المؤسسة على امتالك الموارد الالزمة والثقافة التنظيمية المشجعة للتوسع واالستثمار والهيكل التنظيمي المناسب لذلك، وعليه نجد ان المؤسسات تدخل االسواق الدولية بدرجات متفاوتة، فبعضها يميل الى السيطرة والمخاطرة وبعضها يقتصر على التواجد بأقل المخاطر والتكاليف انطالقا من الفرص والتهديدات الموجودة في البيئة الخارجية ونقاط القوة والضعف في البيئة التسويقية الداخلية