



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي لمييلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع: / 2013

القسم: علوم التسيير
ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم التسيير
التخصص: مالية وبنوك

مذكرة بعنوان:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في ترقية تنافسية
القطاع الصناعي في الجزائر
دراسة حالة: الجزائر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص مالية وبنوك

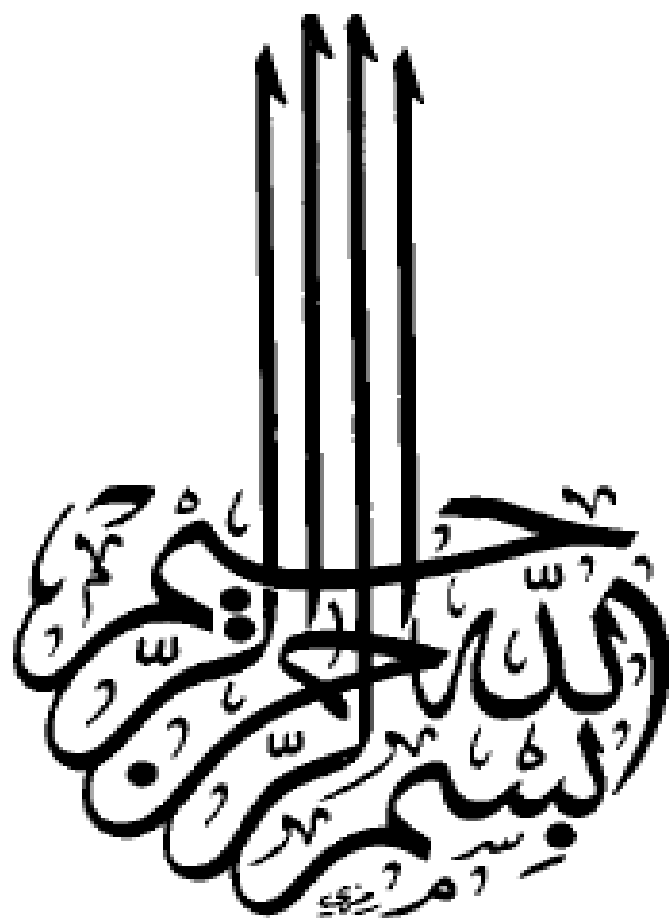
إشراف الأستاذ:

ريغي هشام

إعداد الطالبة:

بولحبيب سمية

السنة الجامعية: 2013/2012



كلمة شكر كلمة شكر

نشكر الله عز وجل ونحمده حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، ملء السماوات وملء الأرض الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل من أجل المواصلة، ونصلي ونسلم ونبارك على الحبيب المصطفى محمد النبي الأمي الذي علم الأمم.

ونتقدم بالشكر إلى كل أساتذة معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة ونخص بالذكر الأستاذ المشرف "ريغي هشام" الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث.

كما ونتقدم بجزيل الشكر والعرفان "للجنة المناقشة"

وإلى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والتسميلات والأفكار والمعلومات، ربما دون أن يشعروا بدورهم بذلك فلمنا كل الشكر.

ونتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهنا من صعوبات، ونورا يضيء الظلمة التي

كانت تقف أحيانا في طريقنا.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

إنه لا يسعني في هذا المقام إلا أن أهدي ثمرة جهدي:

إلى من ربّنتني وأثارت دربي وأمانتني بالصلوات والدعوات، إلى أئمة إنسان في هذا الوجود

أمي الحبيبة "زينب".

إلى من عمل بك في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوطئني إلى ما أنا عليه أبي الكريم أدامه

الله لي "أحمد".

إلى أخي تقي الدين.

إلى أخواتي أسماء، أمينة، عائدة،

إلى كل عائلة بولحليبي سعد و بومسحل الدراجي رحمهما الله وأدخلهم فسيح جنانه (حسبية

وصبرينة وعائشة وهاجر ونور المهدي وعزة الإنتصار.....).

إلى صديقتي ورفيقة دربي مريم.

إلى الأصدقاء سناء وكريمة وأسماء وزهرة وفطيمة وحامدة وأحلام وجهدة وعفاف ومريم وشيما

ونسيمة وامينة ومروة وحليمة وليلى وكاثوم ...

إلى كل زميلاتي.

إلى كل طلبة السنة الثانية ماستر تخصص مالية وبنوك دفعة 2013 .

إلى من فتح هذه الرسالة وتصفح أوراقها بعدي.

سمية

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	كلمة شكر
	الإهداء
.I	فهرس المحتويات.....
.V	قائمة الجداول والاشكال.....
أ- د	المقدمة
50 -2	الفصل الأول: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
02	تمهيد الفصل.....
03	المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
03	المطلب الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
03	الفرع الأول: تعاريف مختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
06	الفرع الثاني: صعوبات ضبط تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
08	المطلب الثاني: معايير تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
08	الفرع الأول: الاعتماد على المعايير الكمية.....
09	الفرع الثاني: الاعتماد على المعايير الكيفية.....
11	المطلب الثالث: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأشكالها.....
11	الفرع الأول: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
12	الفرع الثاني: أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
17	المبحث الثاني: أهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها ومصادر تمويلها.....
17	المطلب الأول: أهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
18	المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
21	المطلب الثالث: مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
24	المبحث الثالث: عوامل فشل ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمعوقات التي تواجهه.....
24	المطلب الأول: عوامل فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
25	المطلب الثاني: أسباب نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
26	المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
29	المبحث الرابع: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....
29	المطلب الأول: تطور قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر.....
33	المطلب الثاني : التصنيف القانوني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....
35	المطلب الثالث: مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....

35	الفرع الأول: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودورها في الاقتصاد الوطني.....
35	الفرع الثاني: الدور الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....
38	المطلب الرابع: أساليب دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....
38	الفرع الأول : الهيئات الداعمة لنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
48	الفرع الثاني: تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر.....
50	خلاصة الفصل.....
87 -51	الفصل الثاني: التنافسية
52	تمهيد الفصل.....
53	المبحث الأول: ماهية التنافسية
53	المطلب الأول: التنافسية على مستوى المؤسسة.....
53	الفرع الأول: تعريف التنافسية على مستوى المؤسسة.....
54	الفرع الثاني: مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة.....
56	المطلب الثاني : التنافسية على مستوى القطاع.....
56	الفرع الأول: تعريف التنافسية على مستوى القطاع.....
56	الفرع الثاني: مؤشرات قياس التنافسية على مستوى القطاع.....
59	المطلب الثالث: التنافسية على مستوى الدولة.....
59	الفرع الأول: تعريف التنافسية على مستوى الدولة.....
59	الفرع الثاني: مؤشرات قياس تنافسية الدولة.....
60	المطلب الرابع: المراكز الأساسية للتنافسية ومعوقاتها.....
60	الفرع الأول: المراكز الأساسية للتنافسية.....
61	الفرع الثاني: معوقات التنافسية.....
62	المبحث الثاني: الميزة التنافسية للمؤسسة.....
62	المطلب الأول: تعريف الميزة التنافسية وأنواعها.....
62	الفرع الأول: تعريف الميزة التنافسية.....
63	الفرع الثاني: أنواع الميزة التنافسية.....
65	المطلب الثاني : محددات الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودتها.....
65	الفرع الأول: محددات الميزة التنافسية.....
67	الفرع الثاني: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية
67	الفرع الثالث: قياس الميزة التنافسية.....
69	المطلب الثالث: أهمية ومصادر الميزة التنافسية.....
69	الفرع الأول: أهمية الميزة التنافسية.....

69	الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية.....
71	المبحث الثالث: الاستراتيجيات التنافسية.....
71	المطلب الأول: الاستراتيجيات العامة للتنافس.....
71	الفرع الأول: إستراتيجية قيادة التكلفة.....
73	الفرع الثاني: إستراتيجية التمييز.....
75	الفرع الثالث: إستراتيجية التركيز.....
77	المطلب الثاني: تحليل القوى التنافسية الخمسة.....
80	المطلب الثالث: تحليل المنافسين.....
85	المبحث الرابع: مبادئ التنافسية الفعالة وأسس تطويرها.....
85	المطلب الأول: أسس ومبادئ التنافسية الفعالة.....
86	المطلب الثاني: أسس تطوير القدرة التنافسية.....
87	خلاصة الفصل الثاني.....
129 -88	الفصل الثالث: تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر
89	تمهيد الفصل.....
90	المبحث الأول: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر.....
90	المطلب الأول: واقع الصناعة في الجزائر.....
90	الفرع الأول: تعريف الصناعات التحويلية وأهميتها.....
91	الفرع الثاني: خصائص الصناعة في الجزائر.....
95	المطلب الثاني: القدرة التنافسية للصناعة التحويلية في الجزائر.....
95	الفرع الأول: قيمة الصناعات التحويلية في الاقتصاد الجزائري.....
98	الفرع الثاني: مساهمة الصناعة التحويلية في هيكله الناتج المحلي الإجمالي.....
103	الفرع الثالث: مساهمات صادرات الصناعة التحويلية في إجمالي الصادرات.....
104	المطلب الثالث: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير قطاع الصناعة.....
107	المبحث الثاني: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية.....
107	المطلب الأول: الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر لدعم تنافسية المؤسسات.....
107	الفرع الأول: استقلالية المؤسسات.....
108	الفرع الثاني: تحرير التجارة والمرور من اقتصاد مخطط إلى اقتصاد السوق.....
111	الفرع الثالث: أسلوب الخوصصة كإصلاح اقتصادي جديد.....
113	المطلب الثاني: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر والقطاع الصناعي....
117	المطلب الثالث: الضرورات التي تفرض تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتأهيل الصناعة الجزائرية.....
118	الفرع الأول: دوافع تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ومتطلبات التأهيل.....

118	الفرع الثاني: الضرووات التي تفرض تأهيل الصناعة الجزائرية.....
120	المبحث الثالث: سبل تعزيز القدرات التنافسية للصناعة الجزائرية.....
120	المطلب الأول: متطلبات تعزيز تنافسية الصناعات التحويلية وعوامل خلق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....
123	المطلب الثاني: تنمية وجذب الاستثمارات في القطاع الصناعي وبناء استراتيجية لصادرات الصناعة التحويلية..
125	المطلب الثالث: سياسات إنعاش الصناعة.....
129	خلاصة الفصل
135-131	الخاتمة
143-137	المراجع

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
04	التعريف الياباني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	01
05	تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	02
14	تصنيف المؤسسات حسب أسلوب تنظيم العمل	03
32	تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السداسي الاول من عام 2012	04
32	التطور السنوي لتعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (2011-2012)	05
34	تصنيف المؤسسات في القانون الجزائري	06
37	تطور مناصب الشغل المصرح بها حسب الفئات (2011-2012)	07
76	ملخص عام للاستراتيجيات العامة للتنافس	08
96	توزيع الناتج الداخلي الخام حسب قطاع الصناعة بالأسعار الجارية (2001-2010)	09
97	القيمة المضافة للقطاع الصناعي في الجزائر (2001-2008) (مليون دولار)	10
98	الأرقام القياسية للإنتاج الصناعي (2004 - 2010)	11
99	القيمة المضافة للصناعة التحويلية (2004-2010)	12
100	تطور نمو كل من الناتج المحلي الإجمالي و نصيب كل ساكن (2001-2009).	13
101	تطور الحصة النسبية للقطاعات في تكوين الناتج المحلي الإجمالي (1998-2007)	14
102	تطور القيمة المضافة للصناعة التحويلية بين 1983-2005 (نصيب كل ساكن من القيمة المضافة) بأسعار سنة 1983.	15
103	الحصة النسبية للصادرات الصناعية للجزائر وبعض دول المقارنة (1995-2006)	16
104	الناتج الوطني الاجمالي للصناعة خارج المحروقات	17
105	تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع الصناعة التحويلية (2011-2012)	18
106	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع الصناعة التحويلية (2011-2012)	19

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
65	دورة حياة الميزة التنافسية	01

المقدمة

المقدمة

يشهد الاقتصاد العالمي في الآونة الأخيرة تحولات وتطورات كبيرة ناتجة عن ظاهرة العولمة تتميز بتزايد انفتاح الأسواق، التوجه السريع نحو تحرير التجارة الخارجية، تراجع دور الدولة في مجال التطبيق للسياسات الحمائية، تطور تكنولوجيا المعلومات، الاتصال والنقل، شدة المنافسة، هذه التطورات هي نتيجة التحول الجذري في النظام الاقتصادي العالمي، حيث قل بريق الاقتصاد المعتمد على الإنتاج الكمي ليحل محله الاقتصاد المعتمد على المعلومات والمعرفة، وهو ما فرض على المؤسسة الاقتصادية تحديات جديدة.

تعتبر الصناعة أحد الركائز الأساسية لعملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية سواء في الدول المتقدمة أو النامية لدرجة أنها أصبحت مؤشراً لقياس التقدم الاقتصادي. لأن القطاع الصناعي يشكل المصدر الاساسي للميزات التنافسية وامتلاك القدرات الانتاجية والارتقاء بالمنتج المحلي الى المستوى العالمي، ويحتل القطاع الصناعي درجة عالية من الأهمية في الاقتصاد الجزائري.

إن القطاع الصناعي الجزائري كغيره من القطاعات الاقتصادية الأخرى سيتأثر بدوره بالتطورات والتوجهات التي أفرزتها ظاهرة العولمة التي تفرض واقعا جديداً يقوم على تغيير قواعد المنافسة وتكريس التحرير الشامل للتجارة وانفتاح الأسواق العالمية وحرية حركة رأس المال، وعولمة الإنتاج.

يكتسب قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أهمية بالغة في معظم الدول وذلك لما يوفره من تحقيق زيادة متنامية في حجم الاستثمار والدخل الوطنيين، وبالتالي فهو يساهم في النمو الاقتصادي للدولة.

وقد أعتبر قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحد القطاعات التي أولته الجزائر اهتماما بالغا، إذ أن هذه المؤسسات تعتبر مصدرا هاما للقدرة التنافسية بالنظر إلى أهمية التنافسية في الوقت المعاصر.

I. إشكالية البحث

تحاول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة استغلال كل امكانياتها من اجل المحافظة على بقائها، كما تحاول مواجهة التحديات التي تفرضها المنافسة والتقدم التكنولوجي للمعلومات وفي هذا الجو الجديد تكون القدرة التنافسية لهذه المؤسسات مرهونة بقدرتها على التكيف مع ظروف السوق المتغيرة.

وبناء على ما تقدم فان إشكالية البحث تكمن في طرح التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يمكن أن تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية تنافسية القطاع الصناعي في الجزائر؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية المتمثلة فيما يلي:

1. ماهي المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وماهي معايير تصنيفها في الجزائر؟
2. ماهي اهم الخصائص والمزايا التي تتمتع بها لتحقيق تنمية اقتصادية ؟
3. هل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قطاعا مستقلا بذاته حتى يستحق كل هذه العناية؟
4. فيما تمثل مؤشرات قياس القدرة التنافسية للمؤسسات ؟
5. ما هو واقع القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر ؟

II. فرضيات البحث

يتطلب تحليل الإشكالية محل الدراسة اختبار مجموعة من الفرضيات التي تعتبر كإجابة مبدئية على مختلف التساؤلات المطروحة فيها:

1. تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلك المشروعات التي تتميز بانخفاض رأس مالها، وقلة عدد عمالها، وصغر حجم مبيعاتها، وقلة الطاقة اللازمة للتشغيل؛
2. تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مساهمة فعالة و اساسية في عملية التنمية الاقتصادية من خلال تأثيرها على المتغيرات الاقتصادية الكلية الاساسية؛
3. للتحويلات الاقتصادية اثرا ايجابيا على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
4. يعتبر التأهيل الاداة الفعالة للرفع من أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجعلها قادرة على المنافسة؛
5. اذا ما استطاعت المؤسسة حيازة الميزة التنافسية يمكن لها الاحتفاظ بما بصفة نهائية؛
6. تعتبر الصناعة التحويلية قوة محركة للاقتصاد الجزائري، وتستمر المنتجات الغير النفطية في الهيمنة على النشاط الاقتصادي الجزائري؛
7. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ليست مستعدة بعد لمواجهة تحديات الانفتاح الاقتصادي.

III. أهمية الدراسة

تجدر الإشارة إلى أن هذا البحث يكتسي أهمية كبيرة وهذا من خلال:

- أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، باعتبارها أداة محركة لاقتصاد أي بلد والنهوض به ليصل إلى تحقيق تنمية اقتصادية وهذا ما تسعى إليه الجزائر.
- توضيح مفهوم وخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الصعوبات التي تعاني منها وكذا التعريف بالميزة التنافسية.
- كونها تعتبر من أول الدراسات التي تتناول الربط بين موضوعين حيويين وهما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنافسية ، خاصة وأنها تتناول قطاعا مهما، وهو القطاع الصناعي، الذي يجب ان يكون ذا تنافسية عالية جدا.
- مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توفير مناصب عمل وبالتالي التخفيض من مستويات البطالة.

IV. أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- محاولة إبراز اهم الخصائص التي تجعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة احدى اهم الاستراتيجيات التنموية الفعالة .
- معرفة واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر .
- محاولة إبراز القدرة التنافسية التي تتمتع بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي تجعلها اكثر صمودا أمام التحديات .
- التعرف على عملية التأهيل بالإضافة إلى إبراز أهميته بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للرفع من قدرتها التنافسية.

V. اسباب اختيار الموضوع

ترجع دوافع اختيارنا لهذا الموضوع إلى عدة مبررات نوجزها في النقاط التالية:

- الاهتمام المتزايد بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كوسيلة لتنمية الاقتصاد الوطني؛
- اعتبار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المظهر الجديد لتحقيق التنمية خارج قطاع المحروقات؛
- قصد التعرف على التحديات التي تواجه القطاع الصناعي في الجزائر؛
- تناول دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية تنافسية القطاع الصناعي في الجزائر؛

VI. المنهج المستخدم

للإجابة على إشكالية البحث وإثبات صحة الفرضيات تمت دراستنا بالاعتماد على كل من المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم و طبيعة الموضوع، و المنهج الاستقرائي، كما تم استخدام المنهج التاريخي لعرض التطور الذي عرفته المؤسسات الصغيرة و المتوسطة عبر مختلف المراحل التي مر بها الاقتصاد الوطني، كما تم استخدام منهج المقارنة في بعض نقاط البحث، و قد قمنا باستخدام العديد من الأدوات التي تطلبها كل من المناهج السابقة:

- مختلف القوانين و التشريعات التي تتعلق بالموضوع.
- مختلف الإحصائيات والتقارير التي لها صلة بواقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.
- الاستعانة بالدراسات السابقة وكذا مختلف الملتقيات والأيام الدراسية التي اهتمت بالموضوع.

VII. الدراسات السابقة

بالإضافة إلى العديد من الدراسات الموثقة في المجلات العلمية والدوريات والكتب تم الإطلاع على الكثير من الدراسات الجامعية التي تمت ضمن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنافية منها:

- 1- تخفيض التكاليف كمدخل لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الجزائرية حالة شركة إسمنت عين الكبيرة، ماجستير في اقتصاد وتسيير المؤسسات من إعداد الباحث /عثمان بودحوش، كلية التسيير والعلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر 2008، تناولت الدراسة تحليل الميزة التنافسية للمؤسسة، ثم الميزة التنافسية من خلال مدخل التكاليف واشتملت على بعض المفاهيم ومختلف التصنيفات الخاصة بالتكاليف، وتأثير التكاليف على الميزة التنافسية. اما في دراسة حالة تم ذلك من خلال إسقاط بعض الجوانب النظرية على حالة الشركة، فكان منها تحليل البيئة التنافسية للشركة. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن استراتيجية تخفيض التكاليف تمثل الخيار الأمثل أمام المؤسسات في ظل تجانس المنتج (غياب التمييز)، ويمكن تحقيق هذه الاستراتيجية من خلال الاهتمام بالأنشطة والفهم الجيد لها.
- 2- تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " دراسة تقييمية لبرنامج ميدا" من طرف الطالبة/غدير أحمد سليمة ماجستير في اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة الجزائر 2007، تناولت الدراسة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتطرق إلى التطور التاريخي لها منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية الخاصة الجزائرية المستهدفة من قبل برنامج

MED/PME، التنافسية وحصصها في بعض التعاريف والأهداف وكذا الشروط، أما الدراسة التطبيقية فالإطار المكاني هو الجنوب الجزائري و الإطار الزمني فهو محدد من الفترة سبتمبر 2002 إلى غاية أبريل 2007،

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه لا يمكن أن يكون للجزائر ميزة تنافسية في قطاع PME دون ان تمتلك PME قادرة على المنافسة محليا ودوليا، لأننا لا نستطيع الوصول إلى تنافسية الدولة أو القطاع دون وجود مؤسسات ذات قدرة تنافسية.

3- **التسويق والمزايا التنافسية دراسة حالة: مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر**، دكتوراه العلوم شعبة تسيير المؤسسات ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، إعداد الباحثة /سامية لحول، جامعة الحاج لخضر - باتنة - الجزائر، 2008 ، تناولت الدراسة في الجزء الأول الدراسة النظرية للتسويق والمزايا التنافسية، أما الجزء الثاني فيمثل الجانب التطبيقي لموضوع البحث في المنظمات الجزائرية. وهو عبارة عن محاولة لتكييف الجانب النظري في صناعة الدواء بالجزائر،

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن التوجهات الحديثة للتسويق أدت إلى تغطية أغلب المجالات الحديثة بما فيها تفعيل القدرات التنافسية للمنظمة. كما أصبح بناء قدرة تنافسية من خلال تنمية المزايا النسبية وتحويلها إلى مزايا تنافسية هو سبيل المنظمة للبقاء والنجاح في إطار إرضاء العملاء.

4- **المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة - دراسة حالة الجزائر-**، ماجستير في علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال من إعداد الطالب /بلحمدي سيدعلي، جامعة سعد دحلب - البلدة - الجزائر، 2005، تناولت الدراسة التجربة الجزائرية في مجال الاهتمام بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منذ بداية الاستقلال إلى يومنا هذا، وتم التركيز على الوزن الاقتصادي الذي أصبحت تتمتع به هذه المؤسسات في الجزائر منذ بداية التسعينيات إلى غاية وقتنا الحاضر،

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أثبتت نجاعتها في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، من خلال تجارب العديد من الدول النامية و المتقدمة، و هذا لقدراتها المتميزة في توفير مناصب الشغل، و خلق الثروة مما يساعد على محاربة مشكلتين رئيسيتين تعاني منها خاصة الدول النامية البطالة والفقر. و نحن نعد فضائل هذه المؤسسات لا يعني إهمالنا للدور الذي تلعبه المؤسسة الضخمة في تطوير والتنمية الاقتصاد، بل لا بد من الإشارة إلى التكامل الصناعي بين هذين النوعين من المؤسسات،

ومن خلال بحثنا -هذا- تتمثل الإضافة العلمية المقدمة إثرء مختلف جوانب الموضوع عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتعرض إلى واقع نشاطها في الاقتصاد الجزائري، ونختص دراستنا بتوضيح دورها في ترقية تنافسية القطاع الصناعي استنادا إلى النتائج والتقارير المتحصل عليها.

VIII. هيكل الدراسة

تتم معالجة هذا الموضوع من خلال ثلاثة فصول كما يلي:

الفصل الاول: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

الفصل الثاني: التنافسية.

الفصل الثالث: تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر.

الفصل الأول:

واقع المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة

في الجزائر

تمهيد الفصل

تشكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نسبة كبيرة من المنشآت الصناعية في العديد من دول العالم في مراحل نمو مختلفة، حيث تعتبر إحدى أهم الركائز الأساسية للاقتصاد الوطني، لأنها تلعب دورا بارزا في خلق فرص عمل، وبذلك التقليل من نسبة البطالة غير أن هذه المؤسسات العاملة في الدول النامية تواجه تحديات كبيرة، نتيجة التطورات الإقليمية والدولية، وما تشهده الأسواق المحلية والدولية مؤخرا من تزايد حدة المنافسة التجارية، فالشركات التي تقع في هذه الفئة تقف على عتبة عصر جديد، بحكم أن هناك العديد من العوامل والمتغيرات لها تأثيرات جانبية وفي تغيرات مستمرة، كما أن تكنولوجيا المعلومات الحديثة أصبح لها دور في التدخل في مجالات صناعية مختلفة، تؤدي إلى إحداث تغيرات في إدارة الإنتاج.

فالتحول الذي عرفته السياسة الاقتصادية في الجزائر بداية من العشرة الأخيرة من القرن الماضي، أفرز عنه تغيرات هامة خاصة في هياكل الاقتصاد الوطني هذا ما أدى إلى زيادة الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتوفير الإمكانيات اللازمة لتنميتها وتطويرها بالشكل الذي يدعم التنمية الاقتصادية.

وتبرز أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقيامها بدور فعال في تحقيق التنمية وذلك من خلال خلق، ورفع القيمة المضافة، ومساهمتها في تلبية بعض احتياجات الصناعات الكبيرة وهكذا تساهم تلك المؤسسات في تحقيق الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي نظرا لسهولة تكيفها التي تجعلها قادرة على الجمع بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛

وفق هذا السياق سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مصادر تمويلها، اهدافها وأهميتها والمعوقات التي تواجهها، ومعرفة واقعها ومكانتها في الاقتصاد الجزائري، وهو ما سنوضحه في المباحث التالية.

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

المبحث الثاني: أهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصادر تمويلها وأهميتها؛

المبحث الثالث: عوامل فشل ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمعوقات التي تواجهها؛

المبحث الرابع: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن دراسة وتحليل موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتطلب تحديد تعريف ومفهوم شامل وواضح لهذه المؤسسات، بحيث يحظى بالإجماع والقبول من طرف جميع المهتمين والباحثين بهذا القطاع، وبالتالي فإن ضرورة وضع تعريف دقيق لهذه المؤسسات، أدى إلى إظهار الطابع الحقيقي بينها وبين المؤسسات الأخرى، حتى يمكن الوقوف على مكانتها ووزنها في الاقتصاد ومدى مساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأيضا تحديد السبل لترقيتها.

ضمن هذا المبحث سنقدم تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وصعوبات ضبط تعريفها في المطلب الأول، ومعايير تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المطلب الثاني، ومن ثم نقدم خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأشكالها في المطلب الثالث.

المطلب الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وستناول في هذا المطلب التعاريف المختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الاول وصعوبات ضبط تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعاريف مختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لا يوجد تعريف واحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، إذ لا يوجد اتفاق بين الدول المتقدمة أو النامية على تعريف محدد لهذا النوع من المؤسسات كنتيجة لاختلاف درجة النمو الاقتصادي بين الدول أدى ذلك إلى تبني كل واحدة منها تعريفا يتماشى ومستواه الاقتصادي والتكنولوجي، وهذا المفهوم قد يكون قانونيا أو إداريا، إلى جانب تعاريف أخرى مختلفة خاصة بمجموعات أو هيئات دولية، وستتطرق فيما يلي إلى مجموعة من التعاريف:

1- الولايات المتحدة الأمريكية: إن قانون المؤسسات الصغيرة لسنة 1953 الذي عدّل ونظم إدارة هذه المؤسسات، قد احتوى تعريف شبه رسمي فكان كالتالي: يجب أن تكون ملكيتها مستقلة، وأن تدار على استقلال، كما يجب أن لا تكون مسيطرة في مجال نشاطها. وقد تم تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بطريقة مفصلة بالاعتماد على معيار حجم المبيعات وعدد العمال كما يلي :

- المؤسسات الخدمائية والتجارة بالتجزئة : من 1 إلى 5 مليون دولار أمريكي كمبيعات سنوية.

- مؤسسات التجارة بالجملة : من 5 إلى 15 مليون دولار أمريكي كمبيعات سنوية.

- المؤسسات الصناعية : عدد العمال 250 عامل أو أقل.

2- اليابان : إستناداً إلى القانون الأساسي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لعام 1963، فإن التعريف المحدد لهذا القطاع يرتكز على معيارين: رأس المال المستثمر وعدد العمال، وهذا ما يلخصه الجدول رقم (1)، بحيث يميز بين مختلف المؤسسات على أساس طبيعة النشاط.¹

¹ - عنامية رؤوف : " التخطيط في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تخطيط، جامعة الجزائر، 2001، ص: 36.

جدول(1): التعريف الياباني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

عدد العمال	رأس المال المستثمر	القطاعات
300 عامل أو أقل	أقل من 100 مليون ين	المؤسسات المنجمية والتحويلية و النقل وباقي فروع النشاط الصناعي
100 عامل أو أقل	أقل من 30 مليون ين	مؤسسات التجارة بالجملة
50 عامل أو أقل	أقل من 10 مليون ين	مؤسسات التجارة بالتجزئة والخدمات

المصدر: عثمانية رؤوف، "التخطيط في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تخطيط، جامعة الجزائر، 2001، ص: 36.

3- البنك الأوربي للاستثمار: وحسبه فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي تلك المؤسسات التي يكون عدد العمال فيها أقل من 500 عامل، وتكون المساهمة في رأسمالها من طرف أعوان خارج صاحب المؤسسة لا تتجاوز 30%.

4- تعريف منظمة العمل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعرف منظمة العمل الدولية المؤسسات الصغيرة بأنها "الصناعات التي يعمل بها 50 عاملا، وتحدد مبلغا لا يزيد عن 1000 دولار لكل عامل وقد تصل إلى 5000 دولار في بعض الصناعات، على ألا يزيد رأس مال المنشأة عن 100 ألف دولار".¹

5- تعريف البنك الدولي للإنشاء والتعمير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعرف البنك الدولي للإنشاء والتعمير المؤسسات الصغيرة بأنها: "المنشآت التي يعمل بها أقل من 50 عامل، ورأس المال فيها أقل من 500 ألف دولار بعد استبعاد الأراضي والمباني".

6- تعريف هيئة الأمم المتحدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وتقدم هيئة الأمم المتحدة في تقريرها حول دور المحاسبة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بأنه لا يوجد تعريف عالمي متفق عليه عموما، لذلك استندت في تعريف هذه المؤسسات على معيار العمالة والحجم حيث يشكلان عاملا هاما في تحديد الطبيعة الاقتصادية للكيانات التجارية، وميزت بين الكيانات التالية:

- المؤسسات المصغرة هي كل عمل تجاري يستخدم ما بين شخص واحد وخمسة أشخاص، وتميز هذه المؤسسة ببساطة أنشطتها إلى حد يسمح بإدارتها مباشرة على أساس العلاقة بين شخص وشخص آخر؛

¹ - برودي نعيمة: "التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية ومتطلبات التكيف مع المستجدات العالمية"، ورقة بحث مقدمة إلى الملحق الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدول العربية، جامعة حسنية بوعلي، الشلف -الجزائر، 18، 17، أبريل 2006، ص 115.

- المؤسسة الصغيرة: يقصد بها العمل التجاري الذي يستخدم ما يتراوح بين 6 و 50 شخصا، ويكون لهذا العمل غالبا عدد من خطوط النشاط ومن المتصور أن يكون له أكثر من موقع مادي واحد؛

- المؤسسة المتوسطة: وهي تلك المؤسسة التي تستخدم ما بين 51 و 250 عامل، وتعمل هذه المؤسسة في أكثر من موقع.¹

7- تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

بناء على قرار المجلس الأوروبي صدرت توصية للمفوضية الأوروبية باستخدام التعريف الجديد داخل الاتحاد الأوروبي والدول الأعضاء، بتطبيق برنامج متكامل لصالح المنشآت الصغيرة والمتوسطة والقطاع الحرفي عام 1994، وقد ظهرت مشكلة تعدد التعاريف المقترحة، وعدم وضوحها عند بدء تطبيق البرنامج، وأصدر الاتحاد الأوروبي تعريفا شاملا عام 1996 ضمن توصيات المفوضية بتاريخ 3 أبريل 1996، وضع مبادئ تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاعتماد مثلا على البرامج الموجهة، والمعاملة التفضيلية، وبرامج الإعانة، والدعم الموجه، ونقص التنسيق، وضعف المنافسة، وناقشت مقدمة المفوضية المصدرة كيفية التوصل إلى التعريف الموحد والذي يلخصه الجدول التالي:

جدول رقم(2): تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نوع المؤسسات	عدد الموظفين	الحد الأقصى لرقم الأعمال	الحد الأقصى للموازنة
المصغرة	9	-	-
الصغيرة	49	7 مليون يورو	5 مليون يورو
المتوسطة	249	40 مليون يورو	27 مليون يورو

المصدر: تقرير هيئة الأمم المتحدة الخاص بـ "دور المحاسبة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، واشنطن، 2004، ص: 6.

وعليه يمكن اعتبار المؤسسة مصغرة، أو صغيرة، أو متوسطة بناء على معيار عدد العمالة الموظفة، وكذلك أحد المعيارين رقم الأعمال، أو الحد الأقصى للموازنة، بالإضافة إلى معيار آخر وهو الاستقلالية، أي أن لا تزيد مساهمة مؤسسة أخرى في رأسمال المؤسسة قيد التعريف على 25% كحد أقصى.

ويتضح مما سبق أن تحديد حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بغرض تعريفها قانونياً ومن ثم اقتصادياً يرتكز على ثلاثة معايير أساسية يتعلق أولها بعدد الموظفين، وثانيها برقم الأعمال أو إجمالي الأصول، في حين يرتبط ثالثها بموازنة المؤسسة.

من خلال كل التعاريف المقدمة يكن استخلاص التعريف التالي :

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي المؤسسات التي تقوم بتوظيف المواد والآلات و عدد من العمال وطاقة معينة برأس مال محدد لأغراض الإنتاج والتصدير للمنتجات والخدمات بغرض تحقيق هامش ربح مناسب للاستثمارية والتوسع وامتصاص البطالة.

¹ - تقرير هيئة الأمم المتحدة الخاص بـ "دور المحاسبة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، واشنطن، 2004، ص: 6.

الفرع الثاني: صعوبات ضبط تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن صعوبة تحديد تعريف موحد يتفق عليه الأطراف والجهات المهتمة بشؤون قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يرجع إلى الاختلاف الكبير في طبيعة النظرة التي يتبناها كل طرف في تحديد دور هذه المؤسسات وسبل النهوض بها وترقيتها، وكذا اختلاف المكان ومجال النشاط، فالاقتصاديات المتقدمة تختلف عن الاقتصاديات النامية من حيث مستويات النمو، والتكنولوجيا المستخدمة، والتطور الاقتصادي والاجتماعي، والمحيط التي تعمل ضمنه هذه المؤسسات.

ويمكن إرجاع صعوبة الاتفاق على مفهوم موحد لهذا القطاع إجمالاً إلى ثلاثة عوامل أساسية تتمثل في العوامل الاقتصادية، والتقنية، والسياسية.

أولاً: العوامل الاقتصادية

1- اختلاف مستويات النمو

ويتمثل في عدم تكافؤ التنمية لقوى الإنتاج والتي تميز الاقتصاد الدولي، واختلاف مستويات النمو فالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا أو اليابان أو أي بلد صناعي آخر تعتبر كبيرة في بلد نامي كالجزائر أو سوريا مثلاً، كما يمكن أن ما نسميه بالمؤسسة الصغيرة أو المتوسطة اليوم، قد تصبح مؤسسة كبيرة في فترة لاحقة.

ومؤشر المستوى التكنولوجي الذي يحدد بدوره أحجام المؤسسات الاقتصادية ويعكس التفاوت في مستوى التطور الاقتصادي¹؛

2- تنوع الأنشطة الاقتصادية

إن تنوع الأنشطة الاقتصادية يغير في أحجام المؤسسات و يميزها من فرع لآخر، فالمؤسسات التي تعمل في الصناعة غير المؤسسات التي تعمل في التجارة، وتختلف المؤسسات التي تنشط في المجال التجاري عن تلك التي تقدم خدمات وهكذا، ويمكن أن نصنف المؤسسات الاقتصادية كما أسلفنا إلى (صناعية، تجارية، زراعية، خدمية)، وتختلف أيضاً تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قطاع إلى آخر لاختلاف الحاجة إلى العمالة ورأس المال²،

فالمؤسسات الصناعية تحتاج لرؤوس أموال ضخمة لإقامة استثماراتها أو التوسع فيها و تكون في شكل مباني، وآلات ومخزون... الخ، وتحتاج إلى يد عاملة كثيرة مؤهلة ومتخصصة الأمر الذي لا يطرح في المؤسسات التجارية أو الخدمية على الأقل بنفس الدرجة، أما على المستوى التنظيمي فالمؤسسات الصناعية ولأجل التحكم في أنشطتها تحتاج إلى هيكل تنظيمي أكثر تعقيداً يتم في ظله توزيع المهام وتحديد الأدوار والمستويات لاتخاذ القرارات المختلفة، لكن المؤسسات التجارية لا تحتاج إلى مستوى تنظيمي معقد إنما يتسم بالبساطة والوضوح وسهولة اتخاذ القرارات، وتوحد جهة إصدارها وهذا ما يفسر صعوبة تحديد التعريف³.

¹ - ليلي لولاشي: "التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر - بسكرة- 2005، ص: 45.

² - رايح حوي: رقية حساني، "المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ومشكلات تمويلها، اترك للنشر والتوزيع، الإسكندرية - مصر، 2008، ص : 16.

³ - المرجع السابق، ص: 17.

3- تعدد فروع النشاط الاقتصادي

تختلف كل مؤسسة حسب فروع النشاط الذي تنتمي إليه، ومثال ذلك ينقسم النشاط الصناعي إلى مؤسسات صناعية إستراتيجية ومؤسسات صناعية تحويلية وهذا الأخير يضم بدوره عدداً من الفروع الصناعية، من صناعات غذائية وصناعة الغزل والنسيج والصناعات المعدنية وصناعة الورق والخشب ومنتجاته، ولذا تختلف كل مؤسسة من حيث كثافة اليد العاملة وحجم الاستثمارات الذي يتطلبه نشاطها، فالمؤسسة الصغيرة أو المتوسطة تنشط في صناعة السيارات تختلف عن المؤسسة الأخرى في الصناعة الغذائية من حيث الحجم فهذه الأخيرة قد تعتبر متوسطة أو كبيرة¹.

ثانياً: العوامل التقنية

ويتلخص العامل التقني في مستوى الاندماج بين المؤسسات، فحيثما تكون هذه الأخيرة أكثر اندماجا يؤدي هذا إلى توحيد عملية الإنتاج و تمركزها في مصنع واحد وبالتالي يتجه حجم المؤسسات إلى الكبير،

بينما عندما تكون العملية الإنتاجية مجزأة وموزعة إلى عدد كبير من المؤسسات يؤدي ذلك إلى ظهور عدة مؤسسات صغيرة و متوسطة².

ثالثاً: العوامل السياسية

وتتمثل في مدى اهتمام الدولة ومؤسساتها بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومحاولة تقديم مختلف المساعدات، و تذليل الصعوبات التي تعترض طريقه من أجل توجيهه وترقيته ودعمه.

وعلى ضوء العامل السياسي يمكن تحديد التعريف وتبيان حدوده والتمييز بين المؤسسات حسب رؤية واضعي السياسات والاستراتيجيات التنموية والمهتمين بشؤون هذا القطاع³.

¹ - يوسف قريشي: "سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص: 16.

² - رقية حساني، رابع خوني: "افاق تمويل وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطورها في الاقتصاديات المغربية، جامعة فرحات عباس - سطيف ماي 2003، أيام 25، 28 ماي 2003.

³ - رابع خوني، رقية حساني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، مرجع سابق، ص: 18.

المطلب الثاني: معايير تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

رغم المحاولات المتعددة للعديد من المنظمات المتخصصة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي والعالم وانعقاد العديد من المؤتمرات الخاصة والندوات العلمية المتعلقة بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة فإنه لا يوجد حتى الآن تعريف موحد لها، لذلك فقد أتبع في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اتجاهان يبين تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهو ما سنوضحه ضمن النقاط التالية:

الفرع الأول: الاعتماد على المعايير الكمية

تشتمل هذه المعايير عادة على (عدد العاملين، ورأس المال، وقيمة الأصول، وصافي القيمة المضافة، وقيمة الإنتاج، وقيمة المبيعات، ومعدل استخدام الطاقة)، ولكن معيار عدد العاملين في المنظمة هو الأكثر انتشارا واستخداما على المستوى العالمي وذلك لسهولته في التعامل وثباته لفترة من الزمن، ولكن نلاحظ عدم اتفاق الدول على حجم المنظمات الصغيرة حيث التفاوت الواضح بين دولة وأخرى في المعايير المستخدمة لتحديد كون العمل صغير أم لا.¹

سنحاول تقديم هذه المعايير حسب الاستخدام الأكثر شيوعا، والأكثر ملائمة للظروف المحيطة بالاقتصاديات وتمثل

فيما يلي:

أولا: معيار عدد العاملين

يعد هذا المعيار أكثر المعايير استخداما عند التمييز بين المؤسسات المصغرة، والصغيرة، والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة خاصة عند المقارنة على المستوى الدولي، ويعكس عدد العمال أهم المعايير الكمية في تحديد حجم المؤسسة بغض النظر عن طبيعة النشاط، ويتراوح عدد العمال في المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة باختلاف كل دولة ومقاومتها الاقتصادية والصناعية، ففي الغالب نجد عدد العمال يتراوح ما بين عامل واحد إلى خمسين عاملا في معظم الدول النامية لكن استخدام التقنيات الحديثة في بعض المؤسسات جعل حجم العمالة يتضاءل مقارنة بالمؤسسات المصغرة، الصغيرة والمتوسطة التي لا تستخدم التكنولوجيا، لأن نشاطات المؤسسات المصغرة والصغيرة كانت سابقا تعتمد فقط على المهارة اليدوية وإمكانيات العمل بالدرجة الأولى، ولهذا تغير استخدام معيار العمالة في المدة الأخيرة عن المدة السابقة كمحدد لحجم نشاط المؤسسة.²

ومن ثم أصبح المفهوم أكثر تعقيدا باستخدام معيار العمالة، لأنه يستخدم في فصل المؤسسات المصغرة، والصغيرة، والمتوسطة عن المؤسسات الكبرى غير أن التقدم التكنولوجي والاستخدام الحديث لأساليب الإنتاج التي تعتمد على المعرفة جعل كثيرا من المؤسسات تستعمل عددا محدودا من العمالة فضلا عن اعتمادها على كثافة رأس المال، على الرغم من كل الانتقادات التي وجهت لمعيار العمالة إلا أنه من أكثر المعايير الكمية استخداما.

¹ - فايز النجار، عبد الستار محمد العلي، "الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة"، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2006، ص: 62 .

² - بوسهين أحمد، "الدور التنموي للاستثمار في المؤسسة المصغرة في الجزائر"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية (المجلد 2، العدد الأول) 2010، ص:

ثانيا : معيار رأس المال

يقصد عموما برأس المال المستثمر رأس المال الطويل الأجل المستعمل في تمويل الأصول الثابتة، ويعتبر رأس المال المستخدم بالمنشأة أحد المعايير الكمية للتمييز بين المؤسسات الكبيرة و الصغيرة، وباستخدام هذا المعيار يعرف البعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أنها تلك المؤسسات التي لا يتجاوز فيها رأس المال المستثمر فيها حدا أقصى معين يختلف باختلاف الدولة، ودرجة النمو الاقتصادي وغيرها.

وقد نجد معيار يجمع بين عدد العمال ورأس المال أي المعيارين السابقين في تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ثالثا : معيار المستوى التكنولوجي المستخدم

هذا المعيار هو أكثره فعالية في الدول المتقدمة، أما بالنسبة للدول النامية لا يكون فاعلا بشكل أمثل في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نظرا لقصور المستوى التكنولوجي في هذه الدول بشكل عام.

رابعا : كمية وقيمة الإنتاج أو حجم المبيعات

يستخدم البعض هذا المعيار مع معيار العمل ورأس المال وطبقا لهذا المعيار فإن المشروعات الصناعية الصغيرة تتسم بصغر إنتاجها من حيث الكمية والقيمة مقارنة بالمشروعات المتوسطة والكبيرة كما أنها ترتبط بالأسواق المحلية لارتباطها بها من ناحية أو لعدم قدرتها على النفاذ إلى الأسواق الخارجية بالجهود والتكلفة المناسبة، ولا يصلح استخدام هذا المعيار منفردا بل يتطلب تعديله باستمرار وفقا لتغيرات الأسعار ومعدلات التضخم، كما لا يمكن استخدامه للمقارنة سواء بين الدول أو بين قطاعات الدولة الواحدة.

الفرع الثاني: الاعتماد على المعايير النوعية

بعد تطرقنا إلى المعايير الكمية نستنتج أنها تتضمن بعض النفاص، ومن ثم عدم قدرتها وحدها على الفصل بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وغيرها من المؤسسات الأخرى خاصة فيما يخص طبيعة تنظيم العمل أو علاقة المؤسسة بالمحيط أو درجة التخصص وعمق تقسيم العمل، هذا ما يجعل ضرورة إدراج معايير أخرى وهي المعايير النوعية التي تتمثل أهمها في الملكية والمسؤولية ثم حصة المؤسسة من السوق .

أولا : معيار قيمة المبيعات

تعتبر من المعايير المهمة المستخدمة في تصنيف المؤسسات من حيث الحجم ويعد مقياسا فعليا لمستوى نشاط المشروع، وقدراته التنافسية، فمثلا في الولايات المتحدة تصنف المؤسسات التي تبلغ قيمة مبيعاتها مليون دولار فأقل ضمن المشروعات الصغيرة.

ثانيا : المعيار القانوني

يتوقف الشكل القانوني للمنشأة على طبيعة وحجم رأس المال المستثمر فيها وطريقة تمويله فشرركات الأموال غالبا ما يكون رأس مالها كبير مقارنة مع شركات الأشخاص، ووفقا لهذا المعيار تضم المؤسسات الصغيرة جميع المؤسسات ذات الشكل غير المؤسسي مثل مؤسسات الأفراد، والمؤسسات العائلية والتضامنية، وشركات التوصية البسيطة بالأسهم والمحاصة، والوكالات،

والحرف، والمهن الصغيرة والإنتاجية والحرفية مثل الورش، والمحلات التجارية والمطابع والأسواق المركزية والمزارع ومكاتب السياحة، والسفريات، والشحن والمهن الحرة... الخ.

ثالثا: معيار التنظيم

تصنف المؤسسات الصغيرة وفقا لهذا المعيار إذا كانت تتسم بخاصيتين أو أكثر من الخواص التالية:

-الجمع بين الملكية والإدارة (مدير المؤسسة مالكةا)؛

-قلة عدد مالكي رؤوس الأموال؛

-ضيق نطاق العمل (إنتاج سلعة واحدة، أو تقديم خدمة واحدة)؛

-صغر حجم الطاقة الإنتاجية؛

-تحمل الطابع الشخصي بشكل كبير؛

-تكون محليا إلى حد كبير في المنطقة التي تعمل فيها؛

-تعتمد بشكل كبير على المصادر المحلية لتمويل رأسمالها؛¹

رابعا: معيار المسؤولية

نجد هذا المعيار في المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة وبالنظر إلى هيكلها التنظيمي البسيط، نجد أن صاحب المؤسسة بوصفه مالكا لها يمثل المتصرف الوحيد الذي يقوم باتخاذ القرارات وتنظيم العمل داخل المؤسسة وتحديد نموذج التمويل والتسويق... الخ، ومن ثم فإن المسؤولية القانونية والإدارية تقع على عاتقه وحده.²

ولقد استند القانون في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1953 (Small business act). على هذه المعايير لتحديد مفهوم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة فهي "المؤسسة التي لم يتم امتلاكها أو إدارتها بطريقة مستقلة، بحيث لا تسيطر على المجال الذي تعمل فيه".

انطلاقا من هذا المفهوم، وأحذا بعين الاعتبار المعايير النوعية يمكن القول أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي التي تتميز عن غيرها ب:

أ- الملكية

إن ملكية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعود أغلبها إلى القطاع الخاص في شكل شركات أشخاص أو شركات أموال، حيث يلعب المالك دورا كبيرا في إدارتها، وفي بعض الدول مثل الجزائر تمتلك الدولة عددا من هذه المؤسسات.

¹ - نبيل جواد: "إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، الجزائرية للكتاب، بيروت - لبنان، 2006، ص: 33، 34.

² - بوسهين أحمد، مرجع سابق، ص: 208.

ب-المسؤولية

تعود كل القرارات المتخذة داخل المؤسسة إلى المالك و صاحب المشروع، فيجمع بين عدة وظائف في آن واحد كالتمويل، التسويق والتمويل، عكس المؤسسات الكبيرة المتميزة بتقسيم الوظائف على عدة أشخاص.¹

ج- الحصة من السوق

إن الحصة السوقية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون محدودة وذلك للأسباب التالية:

- صغر حجم المؤسسة-صغر حجم الإنتاج- ضآلة رأس المال - محلية النشاط- ضيق الأسواق التي توجه إليها منتجات هذه المؤسسات.

- المنافسة الشديدة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتمائل في الإمكانيات والظروف ونتيجة للأسباب السابقة فإن هذا يجد من قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السيطرة على الأسواق أو أن تفرض أي نوع من أنواع الاحتكار على عكس المؤسسات الكبرى، التي يسمح لها رأس مالها وكبير حجم إنتاجها وحصتها السوقية وامتداد اتصالاتها وتشابك صلاتها من السيطرة على الأسواق واحتكارها.

المطلب الثالث: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأشكالها

سنقوم بالتعرف على خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأشكالها في النقاط التالية:

الفرع الأول: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتفق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم عموماً على مجموعة من الخصائص المميزة لها ومن أهمها ما يلي:

أولاً: الحجم

يمثل الحجم خاصية هامة للأعمال الصغيرة والمتوسطة، فقد ترى الإدارة والمالكين ضرورة بقاء المنظمة صغيرة ومتوسطة ولا تتطلع أن تأخذ حجماً آخر، ويكون مرد هذا التطلع للحصول على ميزات تتفرد بها خاصة ترافق أساليب ومناهج عمل هذا المستوى من الحجم ولا ترغب المنظمة الانتقال إلى الحجم الأكبر رغم توافر الفرص المواتية لها، فحصول منظمة الأعمال المتوسطة والصغيرة على ميزات تفرد من الحجم ترتبط بقدرتها على الفهم المتعمق والواسع لطبيعة السوق، الزبائن و المنافسين فيه.²

ثانياً: سهولة الإنشاء والتنفيد

تتميز المشروعات الصغيرة ب:

-صغر حجم رأس المال المطلوب لإنشاء وتنفيذ المشروع؛

-صغر رأس المال لتشغيل المشروع؛

- صغر حجم القروض اللازمة المخاطر المترتبة عليها؛

¹ -زغيب شهرزاد، عيسوي: المؤسسات المتوسطة والصغيرة في الجزائر-واقع وآفاق- الملتقى الوطني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، الاغواط، الجزائر، 8-9 افريل، 2002، ص: 172.

² - طاهر محسن منصور ألعالي: " منظمات الأعمال الصغيرة و المتوسطة "، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان- الأردن، 2009، ص: 26، 27.

-سهولة تنفيذ المباني وتركيب خطوط الإنتاج (ماكينات ومعدات الإنتاج) ؛

-سهولة تحضير مستلزمات التشغيل (مواد خام و مواد أخرى) ؛

ثالثا: سهولة الإدارة وبساطة الهيكل التنظيمي

يقوم بإدارة المؤسسة الصغيرة شخص واحد إجمالاً أو عدد من الأشخاص لذلك تتسم هذه الإدارة بالمرونة وسهولة اتخاذ القرار، وقصر الظل الإداري المتمثل في:

-نقص الروتين ؛

-اختصار في استخدام المستندات،

-ارتفاع مستوى الاتصال،

-ارتفاع مستوى العلاقة الشخصية بين أصحاب المشروع والعمالين، -قلة التخصص في العمل مما يساعد على التكيف مع الأوضاع الاقتصادية المحلية، والوطنية في ظل العولمة والتفتح الاقتصادي العالمي¹.

رابعا: تعديل الميزان التجاري

غالباً ما تقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمساهمة فعالة في عملية إحلال وتعويض للمنتجات المستوردة وذلك بتصنيعها محلياً هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجدها تساهم في تصدير العديد من المنتجات المحلية إلى الأسواق الخارجية، فهي من خلال هاتين العمليتين تساهم في إعداد تركيب الميزان التجاري في البلد الذي تمارس فيه نشاطها².

الفرع الثاني : أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تنقسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى عدة أنواع، تختلف أشكالها باختلاف المعايير المعتمدة في تصنيفها ، هذه المعايير نجتمعها في النقاط التالية :

• طبيعة توجه هذه المؤسسات.

• أسلوب تنظيم العمل.

• طبيعة المنتجات.

أولاً : تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على أساس توجهها

يعتبر قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قطاعاً شاملاً يميز فيه بين العديد من الأشكال أو الأنواع وذلك حسب توجهها ، و من بين أهم هذه الأنواع :

• المؤسسات العائلية (المنزلية)

¹ - محمد يعقوبي، "مكانة وواقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية"، ورقة بحث مقدمة إلى المنتدى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدول العربية، مرجع سابق، ص: 28.

² - بوخاوة إسماعيل ، عطوي عبد القادر، " التجربة التنموية في الجزائر واستراتيجية تنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" ورقة بحث مقدمة الى الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة و تطويرها في الاقتصاديات المغربية، يومي 25/28 ماي 2003 ص:5.

• المؤسسات التقليدية (traditionnelles)

• المؤسسات المتطورة و شبه المتطورة.(Modernes et semi-modernes)

1- المؤسسات العائلية

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العائلية أو المنزلية بكون مكان إقامتها هو المنزل، تستخدم في العمل الأيدي العاملة العائلية، ويتم إنشاؤها بمساهمة أفراد العائلة، وتنتج منتجات تقليدية للسوق بكميات محدودة، أو تنتج، وهذا في حالة بعض البلدان الصناعية مثل اليابان وسويسرا، أجزاء من السلعة لفائدة مصنع موجود في نفس المنطقة في إطار ما يعرف بالمقولة الباطنية (المعالجة الجانبية)، أما في البلدان النامية فإن نسبة كبيرة منها تنتمي إلى قطاع الاقتصاد تحت أرضي (قطاع السرايب) الذي يتركز في بعض الفروع كالنسيج وتصنيع الجلود.¹

2- المؤسسات التقليدية²

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التقليدية أو المهن الحرفية باعتمادها على أدوات يدوية بسيطة وعدد قليل من التجهيزات في تنفيذ عملها، حيث أنها موجهة لتغطية الطلبات اليومية فهي إما لإنتاج المواد كالورق والجلد أو إنتاج خدمات أو صناعة تقليدية فنية، كما أنها تستهدف بما تنتج مؤسسات صغيرة ومتوسطة أخرى ترتبط معها بشكل تعاقد تجاري.

إن هذا الصنف من المؤسسات يكون مرتبط بالمؤسسات الصناعية الكبرى ضمن أحد الأشكال:

- إما فرع من فروعها بحيث يقوم هذا الفرع بوظيفة تكميلية للمنتج القادم من المؤسسات الكبرى ويوجه مباشرة إلى المستهلك النهائي وهنا لا يمكن تصنيفها على أنها مؤسسة ص و م إلا إذا كانت تتمتع بالاستقلالية.

- وإما مؤسسات صغيرة ومتوسطة تعمل في مجال المقاول³ فنجد مثلا شركة جنرال موتورز تتعامل مع أكثر من 30000 مؤسسة صغيرة، وشركة رينو الفرنسية تتعامل مع أكثر من 50000 مؤسسة صغيرة، وكذلك بالنسبة للشركات اليابانية والكورية فهي تعتبر كمورد للمؤسسات الصناعية الكبيرة ويتحدد شكل التعاون فيما بينها وفقا للمعايير الآتية:

- طبيعة العمل المنجز لحساب المؤسسة الكبيرة.

- أشكال التعاون المنصوص عليها في العقد.

3 - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتطورة وشبه المتطورة

تتميز هذه المؤسسات عن غيرها من النوعين الأولين في اتجاهها إلى الأخذ بفنون الإنتاج الحديثة سواء من ناحية التوسع في استخدام رأس المال الثابت، أو من ناحية تنظيم العمل، أو من ناحية المنتجات التي يتم صنعها بطريقة منظمة ومنتظمة، وطبقا لمقاييس صناعية حديثة وعلى حساب الحاجات العصرية، وتختلف بطبيعة الحال درجة تطبيق هذه التكنولوجيا بين كل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وشبه المتطورة من جهة والمتطورة من جهة أخرى. بالنسبة لهذه التشكيلة

¹ - خلف عثمان: "واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها و تنميتها"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص:32.
² - غدير أحمد سليمة: "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، أطروحة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2007، ص:32.
³ - المقولة من الباطن هي لجوء مؤسسات إلى مؤسسات أخرى طالبة منها تنفيذ جزء من عملياتها الإنتاجية، وذلك لاعتبارات وأسباب اقتصادية، قانونية واستراتيجية.

من المؤسسات، ينصب عمل مقررري السياسة التنموية في البلدان النامية، على توجيه سياستهم نحو ترقية وإنعاش المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المتطورة وذلك من خلال:

- العمل على تحديث قطاع المؤسسات الحرفية والمنزلية المتواجدة بإدخال أساليب وتقنيات جديدة، واستعمال الأدوات والآلات المتطورة.

- إنشاء وتوسيع أشكال جديدة متطورة وعصرية من المؤسسات، تستعمل تكنولوجيا متقدمة تعتمد على الأساليب الحديثة في التسيير .

ثانيا: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس أسلوب تنظيم العمل

ترتب وحدات الإنتاج على أساس أسلوب تنظيم العمل، بحيث نفرق بين نوعين من المؤسسات، المؤسسات المصنعية (**La petite industrie usinière**) والمؤسسات غير المصنعية (**La petite industrie non usinière**) وبالعودة إلى الجدول (3) الذي يرتب وحدات الإنتاج حسب تنظيم العمل نقف عند مختلف أشكال المؤسسات التي يجمعها كل من الصنفين المذكورين، بحيث نميز بين مجموعة المؤسسات التابعة للفئات 1، 2، 3 وهي مؤسسات غير مصنعية والفئات 6، 7، 8 وهي المؤسسات المصنعية بينما الفئتين 4، 5 يدجان من الناحية العملية مع فئة المؤسسات غير المصنعية .

الجدول رقم (3): تصنيف المؤسسات حسب أسلوب تنظيم العمل

نظام المصنع		النظام المنزلي الصناعي		النظام الحرفي		الإنتاج العائلي	
مصنع كبير	مصنع متوسط	مصنع صغير	ورشة شبه مستقلة	عمل صناعي في المنزل	ورشات حرفية	عمل في المنزل	الإنتاج المخصص للاستهلاك الذاتي
8	7	6	5	4	3	2	1

المصدر: لخلف عثمان، "واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها و تنميتها"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص: 32.

1- المؤسسات غير المصنعية

تجمع المؤسسات غير المصنعية بين نظام الإنتاج العائلي والنظام الحرفي، المشار إليها في الجدول رقم (3) الفئات 1-2-3، إذ يعتبر الإنتاج العائلي الموجه للاستهلاك الذاتي أقدم شكل من حيث تنظيم العمل، ومع ذلك يبقى يحتفظ بأهميته حتى في الاقتصاديات الحديثة. أما الإنتاج الحرفي الذي ينشطه الحرفي بصفة انفرادية أو بإشراك عدد من المساعدين يبقى دائما نشاط يدوي يصنع بموجبه سلعا ومنتجات حسب احتياجات الزبائن.

نميز في نطاق الإنتاج الحرفي بين كل من الإنتاج المنزلي الذي يتخذ المنزل كمكان للعمل، والإنتاج في الورشات عندما ينتقل الحرفي الي مكان خارج المنزل.

2- المؤسسات المصنعية

يجمع صنف المؤسسات المصنعية كل من المصانع الصغيرة والمتوسطة والمصانع الكبيرة، وهو يتميز عن صنف المؤسسات غير المصنعية من حيث تقسيم العمل و تعقيد العمليات الإنتاجية واستخدام الأساليب الحديثة في التسيير وأيضا من حيث طبيعة السلع المنتجة واتساع أسواقها.

يتوسط المؤسسات غير المصنعية والمؤسسات المصنعية نظام المؤسسات المنزلية أو الورشات المتفرقة، الذي يعتبر مرحلة سابقة (تمهيدية) نحو نظام المصنع، ومع ذلك يحتل مكانة كبرى في اقتصاد البلدان النامية، وحتى في بعض البلدان المصنعة، مثل اليابان نظرا لأسلوب الإنتاج المتميز عن التنظيمات الأخرى حيث لا يتعلق الأمر بصنع منتج تام، بل يقتصر على تنفيذ عملية أو بعض العمليات المعينة ليتم إتمامها في مصنع آخر و هو النشاط الذي عرف تطورا كبيرا في بعض البلدان المصنعة، كاليابان والولايات المتحدة الأمريكية وإيطاليا، تحت تسمية المعالجة الجانبية أو المقاوله الباطنية.

ثالثا : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة المنتجات

تصنف المؤسسات على أساس طبيعة المنتجات إلى الفئات التالية :

- مؤسسات إنتاج السلع الاستهلاكية
- مؤسسات إنتاج السلع الوسيطة
- مؤسسات إنتاج سلع التجهيز

يبدو أن توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتبع عبر مختلف البلدان نمطا ثابتا بعض الشيء، فبصرف النظر عن الحجم النسبي لقطاع هذه المؤسسات نلاحظ أن هناك ميل إلى التركيز في نفس النشاطات الصناعية وذلك داخل كل فئة من الفئات المذكورة أعلاه.

1 - مؤسسات إنتاج السلع الاستهلاكية

يرتكز نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في نظام إنتاج السلع الاستهلاكية على تصنيع:

- المنتجات الغذائية
- تحويل المنتجات الفلاحية
- منتجات الجلود و الأحذية والنسيج
- الورق و منتجات الخشب ومشتقاته

ويعود التركيز على مثل هذه المنتجات أساسا نظرا لكونها تتلاءم وخصائص هذه المؤسسات ، بحيث أن :

- صناعة السلع الغذائية تعتمد أساسا على مواد أولية متفرقة المصادر.
- تصنيع الجلود و صناعة الأحذية تقوم به مؤسسات تستعمل تقنيات إنتاج بسيطة و كثيفة الاستخدام لليد العاملة .

- صناعة الورق وبعض المنتجات الكيماوية باعتبار شدة اعتمادها على القرب من السوق.

2 - مؤسسات إنتاج السلع الوسيطة

يجمع هذا النوع كل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المختصة في :

- تحويل المعادن
- المؤسسات الميكانيكية و الكهربائية
- الصناعة الكيماوية والبلاستيك
- صناعة مواد البناء
- المحاجر و المناجم

ويعود التركيز على مثل هذه المؤسسات باعتبار شدة الطلب المحلي على منتجاتها خاصة فيما يتعلق بمواد البناء.

3 - مؤسسات إنتاج سلع التجهيز

تتميز صناعة سلع التجهيز عن المؤسسات السابقة، أنها تتطلب بالإضافة إلى المعدات والأدوات لتنفيذ إنتاجها إلى تكنولوجيا مركبة، فهي بذلك صناعة ذات كثافة رأس المال أكبر الأمر الذي لا ينطبق وخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لهذا نرى أن مجال تدخل هذه المؤسسات يكون ضيق، بحيث يشمل بعض الفروع البسيطة فقط، كإنتاج وتركيب بعض المعدات البسيطة ويكون ذلك خاصة في البلدان المصنعة، أما في البلدان النامية فيقتصر نشاطها على تصليح الآلات والمعدات خاصة وسائل النقل (السيارات وألات الشحن والآلات الفلاحية) وأيضا تجميع بعض السلع انطلاقا من قطع الغيار المستورد .

يسمح لنا هذا التصنيف من التأكيد على أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث نجدها تتدخل في مختلف فروع النشاط الصناعي وهي بذلك ليست نوعا من أنواع المؤسسات بل نظاما وأسلوبا للإنتاج قائما بذاته.

المبحث الثاني: أهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهميتها ومصادر تمويلها

تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق أهدافها على مصادر تمويل متعددة منها الداخلية والخارجية، و يرجع الاهتمام بهذا النوع من المؤسسات إلى الأهمية والدور التي تلعبه في الاقتصاديات الوطنية. وسيتم التعرض في هذا المبحث إلى أهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المطلب الأول وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المطلب الثاني أما المطلب الثالث فقد خصصناه لمصادر تمويلها.

المطلب الأول: أهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يرمي إنشاء مؤسسة صغيرة أو متوسطة إلى تحقيق عدة أهداف نذكر منها:

- ترقية روح المبادرة الفردية والجماعية، باستخدام أنشطة اقتصادية سلعية أو خدمية لم تكن موجودة من قبل، و كذا إحياء أنشطة تم التخلي عنها لأي سبب كان.
- استحداث فرص عمل جديدة بصورة مباشرة وهذا لمستحدثي المؤسسات، أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامهم لأشخاص آخرين، ومن خلال الاستحداث لغرض العمل يمكن أن تتحقق الاستجابة السريعة للمطالب الاجتماعية في مجال الشغل.
- إعادة إدماج المسرحين من مناصب عملهم جراء الإفلاس لبعض المؤسسات العمومية، أو بفعل تقليص حجم العمالة فيها جراء إعادة الهيكلة أو الخصوصية وهو ما يدعم إمكانية تعويض بعض الأنشطة المفقودة.
- استعادة كل حلقات الإنتاج غير المرهبة وغير الهامة التي تخلصت منها المؤسسات الكبرى من أجل إعادة تركيز طاقاتها على النشاط الأصلي، وقد بينت دراسة أجريت على مؤسسة عمومية اقتصادية في قطاع الإنجاز و الأشغال الكبرى أنه يمكن عن طريق التخلي و الاستعادة إنشاء 15 مؤسسة صغيرة.
- يمكن أن تشكل أداة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية، مما يجعلها أداة هامة لترقية و تهيئة الثروة المحلية، وإحدى وسائل الاندماج و التكامل بين المناطق.
- يمكن أن تكون حلقة وصل في النسيج الاقتصادي من خلال مجمل العلاقات التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة والمتفاعلة معها و التي تشترك في استخدام نفس المدخلات.
- تمكين فئات عديدة من المجتمع تمتلك الأفكار الاستثمارية الجيدة و لكنها لا تملك القدرة المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية.
- تشكل إحدى مصادر الدخل بالنسبة لمستحدثيها ومستخدميها، كما تشكل مصدرا إضافيا لتنمية العائد المالي للدولة من خلال الاقتطاعات والضرائب المختلفة.
- تشكل إحدى وسائل الإدماج للقطاع غير المنظم و العائلي.¹

¹ - عبد الرزاق حميدي، عبد القادر عوينان: مداخلة بعنوان "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من أزمة البطالة - مع الإشارة لبعض التجارب العالمية" ضمن الملتقى الدولي "استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة" جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، يومي 15 - 16 نوفمبر 2011، ص: 3.

المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة دورا مهما و رئيسيا في استراتيجيات التنمية الاقتصادية في معظم دول العالم، و هي تمثل جزءا كبيرا من قطاع الإنتاج في مختلف الدول سواء المتقدمة أو النامية، و تولي دولا عديدة اهتماما خاصة بها، فعلى سبيل المثال الهند تعتبر هذه المؤسسات مفتاح التنمية و قد أولتها الدولة دعما متميزا حتى أطلق عليها الابن المدلل للحكومة، لم تخلو استراتيجيات التنمية الاقتصادية المتبعة في العديد من دول العالم من ضرورة الاهتمام بتنمية ودعم وتطوير المشاريع الصغيرة، و يرجع هذا الاهتمام إلى مايلي :

1. المشاريع الصغيرة تعد أحد أهم آليات التطور التقني من حيث قدرتها على تطوير وتحديث عمليات الإنتاج بشكل أسرع وبتكلفة اقل مقارنة بالمشروعات الضخمة. حيث توفر الكثير من المشاريع الصغيرة فرصا للتكامل الاقتصادي بمختلف صورته الأمر الذي يؤدي إلى الرفع من الكفاءة وتخصيص الموارد الاقتصادية. وتشير إحدى الدراسات في بعض دول الاتحاد الأوروبي إلى أن الاقتصاد هذه الدول يعتمد أساسا على المشاريع الصغيرة وان هناك حوالي 16 مليون شركة أوروبية (مصنفة على أساس أنها مشروع صغير يعمل به أقل من 250 موظف وعامل) هذه الشركات توفر أكثر من 66% من جميع فرص العمل المتاحة في الدول الأوروبية . وتتعامل في حوالي 65% من مجموع رؤوس الأموال الأوروبية . وفي اليابان يعزى ما نسبته 94% من إجمالي المشروعات في الاقتصاد الياباني .

2. للمشاريع الصغيرة دورا فاعلا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المتوازنة والمستدامة.¹

و تبرز أهمية المشاريع الصغيرة في الاقتصاد من الناحية الوظيفية نظرا لما يلي:

أ. ترابط الأعمال التجارية "الاعتمادية" RELIBILITY

أي ترابط وتداخل جميع الأعمال التجارية، حيث أن صاحب العمل التجاري يتوجب عليه أن يشتري ويبيع من وإلى المصالح التجارية الأخرى أو المستهلكين، أي أنه لا يستطيع أن يعمل بمعزل عن الاحتكاك بالآخرين فهو بحاجة مثلا إلى المواد الخام من الموردين إذا كان المشروع تصنيعي لكي يتم تحويلها إلى مواد جديدة صالحة للاستعمال ومن ثم يقوم هذا المشروع بالاتصال مع الحلقات التوزيعية والترويجية من أجل إيصال تلك السلع والخدمات إلى المعنيين بها .

إذن يمكن القول بأن أفضل مثال على الاعتمادية والتكاملية بين المشاريع الصغيرة وأيضا الكبيرة من ناحية اقتصادية ما يظهر من علاقة تنسيقية بين المنتج وتاجر الجملة والتجزئة وصولا إلى المستهلكين بالنهاية، بالإضافة إلى دور المشاريع الصغيرة كنقطة بداية ونهاية للمشاريع الكبيرة والعكس صحيح. وهذا يختلف بالطبع حسب نوع النشاط الذي تمارسه هذه المشاريع .

فمن هنا نصل إلى أن المشاريع الكبيرة لا تزدهر بدون الصغيرة التي تزودها باحتياجاتها وتشتري منتجاتها مما يحقق النجاح للطرفين معا .

ب. المحافظة على استمرارية المنافسة: ذكرنا سابقا موضوع الترابط والتكامل بين الطرفين إلا أنه ومن اجل المحافظة على النظام الاقتصادي الحر فان هذه المشاريع تتنافس فيما بينها بحكم أن هذا النظام قائم على عملية المنافسة الحرة ومحاربة الاحتكار

¹ - بلال محمود الوادي، ليث عبد الله القهوي: "المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية بالوطن العربي"، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الاردن 2012، ص: 27، 28.

ولا يمكن إهمال دور المنافسة في الاقتصاد بكونها أداة للتغيير والتطوير والإبداع وخاصة في عصر التطور السريع وذلك من خلال الابتكار والتحسين، حيث تضمن بالنهاية استمرارية حركة الاقتصاد .

وتظهر المنافسة في الوقت الحاضر بعدة أشكال منها:

- الأسعار.
- شروط الائتمان.
- الخدمة.
- تطوير طرق التصنيع.
- تحسين جودة المنتجات.
- المصداقية في التعامل.

وتعتبر المنافسة العامل الأساسي لضمان استمرارية حركة الاقتصاد وتشجيع الإبداع والأفكار الجديدة والخبرات والجهود الريادية.¹

كما أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتنافس فيما بينها وتحقق درجات أعلى من المنافسة في الأسواق، وهذا يرجع إلى عدة أسباب منها: العدد الكبير لهاته المؤسسات، التشابه في الظروف الداخلية للمؤسسات، كمية الإنتاج الصغيرة، الحصة السوقية المحدودة، ضعف الموارد المالية وغيرها من خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تؤدي إلى عدم تمكن أي مؤسسة من فرض سيطرتها على الأسواق إلا في الحالات الاستثنائية وغير الدائمة مما يمنع أي شكل من أشكال الاحتكار.

وبالإضافة إلى الحفاظ على التنافسية تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التطور الاقتصادي ويظهر ذلك من خلال مشاهدة مرحلة جديدة من النمو الاقتصادي العالمي المؤسس على التكنولوجيات الجديدة مثل قطاع المعلومات والاتصالات، قطاع التكنولوجيا الحيوية... الخ . فهذه القطاعات هي سمة الاقتصاد الجديد وتعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محرك لهذا النمو والتطور نظراً لإعطائها أهمية قصوى لتكنولوجيا المستقبل والاهتمام بها وجعلها في دائرة تخصصها، وبذلك فهي تساهم بشكل واضح في تحقيق التطور الاقتصادي.²

ج. التجديد: يمكن وصف التجديد بأنه عملية تطويرية تحسينية أو إبداعية، فالأفراد في المشروعات الصغيرة هم المصدر الرئيسي للأفكار الجديدة، حيث إن المشروعات التي تدار من قبل أصحابها تكون أكثر عرضة للتجديد والتحديث أكثر من المؤسسات الأخرى، بحكم زيادة الدافعية لتحقيق الربحية العالية فبينما تركز المشاريع الكبيرة على إنتاج السلع ذات الطلب الثابت فإنها تترك الفرصة للمشاريع الصغيرة وتفتح لها باب المجازفة والمغامرة لمحاولة إيجاد سلع جديدة، الأمر الذي قد يلحق الخسارة بهذه المشاريع قبل أن تحقق نجاحها، ولا تقدم المشاريع الكبيرة أي دعم أو اهتمام بها إلا عندما تتمكن من إيجاد سوق أكبر للسلعة الجديدة .

¹ - ماجدة العطية: "إدارة المشروعات الصغيرة"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2004، ص: 25 .

² - طالي خالد: "دور القرض الاجاري في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة الماجستير في علوم الاقتصادية، تخصص التمويل الدولي والمؤسسات النقدية والمالية جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص: 14 .

وينبغي الإشارة هنا إلى أن المشاريع الصغيرة و الناححة قد تتولى عملية الإنتاج وتحويل الأفكار إلى سلع وخدمات إذا امتلكت رؤوس الأموال الكافية لذلك، أو تلجأ بالمقابل إلى بيعها كبراءات اختراع إلى شركات كبيرة أخرى قادرة على الإنتاج .

د. رواج الامتيازات franchise: فالامتياز هو نظام فعال (رخصة تمنح لصاحبها) حق توزيع السلع و الخدمات بشكل انتقائي من خلال منافذ يملكها صاحب الامتياز ، حيث يلاحظ وجود العديد من المؤسسات القائمة على أساس الامتياز مثل مؤسسات المأكولات السريعة على جوانب الطرق والتي تعمل بموجب امتيازات من المشروعات الكبيرة، حيث تبرز أهمية المحافظة على الاسم التجاري لهذه المشاريع ، كما وان هذه الأسواق المختلفة للنظام متشابهة من حيث نوع التجارة أو البضاعة المنقولة أو الخدمة المؤذات. والإدارة كذلك مشتركة من خلال سياسات موحدة.

فالأصل في الامتياز هو سلسلة اختيارية وهو المنفذ للكثير من التجار من المنافسة المتزايدة ومن الأمثلة على نظام الامتياز صناعة السيارات، والمشروبات... الخ، علما أن نظام الامتيازات قد انتشر لاحقا في محلات الهدايا ووكالات السفر وللنوادي والسماصرة... وغيرها.

وتظهر أهمية تطور حق الامتياز في السنوات الأخيرة، فمثلا كانت مساهمته في الناتج القومي الإجمالي الأمريكي 15% وما يزيد عن 30% من مجموع المبيعات بالتجزئة .

هـ. من البدايات الصغيرة: إن معظم الشركات الكبيرة الحالية قد أسست برؤوس أموال محدودة جدا فتطور الاقتصاد للدول ناتج عن جهود المشاريع الصغيرة التي تنمو وتزدهر ويكافح أصحابها لكي تتحول إلى مشاريع كبيرة لاحقا، وتمتلك القوة في الأسواق التي تعمل بها وتحقق ما تصبو إليه من بقاء ونمو واستمرارية.... الخ فهذه المشاريع يمكن تشبيهها بالبذرة التي تصبح شجرة من خلال الاعتناء بها والمحافظة عليها وتدعيمها.¹

و. توفير فرص عمل جديدة: وذلك بمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من مشكلة البطالة، فهي تعمل على توفير وخلق فرص عمل²، وتستقطب عددا لا بأس به من الطلبة ممن لم يتلقوا التدريب والتكوين المناسبين، وتمنع تدفق العمالة إلى المدن سعيا وراء فرص أفضل للعمل أين نجدها تقيم في التجمعات السكنية والقرى والمدن الصغيرة التي تكثر فيها نسب البطالة³ .

ز. تغطية الطلب المحلي على المنتجات التي يصعب إقامة صناعات كبيرة لإنتاجها لضيق نطاق السوق المحلية.

ح. توفير وسائل الدفع الخارجي من خلال تعويض الاستيراد و المساهمة في التصدير في أحيان كثيرة.

ط. تعظيم الاستفادة من الخدمات المحلية.

¹ - جهاد عبد الله عفانة ،قاسم موسى أبو عيد ، "إدارة المشاريع الصغيرة"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان -الأردن- ، 2004، ص: 17- 20 .

² - أيمن علي عمر، " إدارة المشروعات الصغيرة - مدخل بيني مقارن"، دار الثقافة، عمان -الأردن، 2006 ، ص : 126 .

³ - رابع خوي، رقية حساني، مرجع سابق، ص: 4 .

المطلب الثالث: مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ليس هناك من شك في أن جميع المشاريع الصناعية على مختلف مستوياتها، وسواء الجديدة منها أو القائمة، إنما يحتاج للتمويل المناسب والمهارات الإدارية الملائمة حتى تنمو وتحقق دخلا وربحا مقبولين، وقد أصبح تطور المشاريع الصغيرة يشكل مفتاحا مهما لخلق فرص العمل والتنمية الاجتماعية والاقتصادية المتكافئة، وخصوصا بالنسبة للفئات والمجتمعات الفقيرة والأقل حظا .

لا بد من الإشارة هنا إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحتاج إلى التمويل في فترات حياتها بدءا بتأسيس المشروع وانطلاقه، وأثناء تطويره وتنميته وتحديثه، وكذلك في حالة استعداد المشروع أو الصناعة إلى الانطلاق نحو الأسواق التصديرية . وتحتاج المشروعات الصغيرة والمتوسطة لتمويل في مجالات البحث والتدريب ومتابعة الأسواق ومسايرة تطورات الإنتاج، إضافة إلى الحالات التي يتعرض فيها المشروع لأي حدث استثنائي.

ويمكن حصر مصادر هذا التمويل في المدخرات الشخصية لمالك المشروع أو إجمالي المدخرات العائلية، إضافة إلى الاقتراض من البنوك التجارية في حالة الحاجة لذلك، أو من البنوك المتخصصة في توجيه التمويل نحو قطاع معين، البنوك المتخصصة في تمويل القطاع الصناعي أو تمويل القطاع الزراعي، أو من مصادر أخرى تمثل عادة في مؤسسات الإقراض المتخصصة، وعادة ما تكون هذه المؤسسات مدعومة من قبل الحكومة و الجهات الرسمية.

وبالتالي تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تمويل نشاطها على مصدرين أساسيين هما من أهم المصادر الأساسية لتمويل هذا القطاع وهما:

أولا: التمويل الذاتي¹

وهو يعتبر المصدر الأساسي لتمويل البداية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة حيث عادة ما يعتمد على الموارد المالية الذاتية أو موارد العائلة وحتى الأصدقاء كمرحلة أولى وهذا غالبا عند الإنشاء إلا إن هذا النوع قد يعترض طريقه العديد من المشاكل والعراقيل خاصة إذا ما كانت هذه الأموال موجودة على شكل عقارات أو أراض حيث يصعب تحويلها إلى سيولة في أزمته مناسبة دون خسارة ، وهناك أيضا مشاكل المعاملات المالية بين أفراد العائلة الواحدة أو بين الأصدقاء حيث يلجأ كل واحد منهم الى طلب مشاركة الآخرين معه في هذا المشروع فتحدث نزاعات حول كيفية المشاركة ، نسبة الأرباح.....الخ. ومشاكل عديدة من هذا القبيل مما قد يؤثر في كفاءة هذا المشروع.

وهناك أيضا بعض المشاكل الأخرى المتعلقة بالتمويل العائلي ونقصه بذلك الالتزام الأدبي بتشغيل بعض أفراد العائلة أو أقارب الأصدقاء في المشروع مما قد يشكل عبئا حقيقيا غي حالة عدم كفاءة هؤلاء ومثل هذا العبء يمكن أن يترجم في شكل تكلفة ضمنية قد تؤدي إلى خسارة هذا المشروع.

¹ - زوبنة محمد الصالح: "أثر التغيرات الاقتصادية على ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2007، ص: 32 .

ثانيا: البنوك التجارية ومؤسسات الإقراض المتخصصة

1- البنوك التجارية

من بين مهام البنوك التجارية تقديم القروض القصيرة والمتوسطة الأجل إلى مختلف القطاعات الاقتصادية. عادة ما تتدنى مساهمة البنوك التجارية في توفير التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولا بد من إعادة التذكير هنا بان البنوك التجارية عادة ما تلجأ إلى الإقراض قصير الأجل بصورة عامة ومتوسط الأجل نوعا ما، هذا في الوقت الذي تحاول فيه الابتعاد بقدر الإمكان عن توفير وتقديم الائتمان طويل الأجل، ولذلك فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجه صعوبات في الحصول على التمويل اللازم من البنوك التجارية، ذلك أن تلك المشروعات تحتاج للائتمان طويل الأجل الذي تفضل البنوك التجارية - على الأغلب - اللجوء إليه، تخوفا من عدم قدرة هذه المشروعات على توفير الضمانات اللازمة التي يطلبها البنك.

ويمكن تفسير محدودية مساهمة البنوك التجارية المرخصة توفير التمويل اللازم للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، بعد

عوامل منها :

- ارتفاع درجة المخاطر المصرفية المرتبطة بإقراض المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- عدم قدرة هذه المشروعات على توفير الضمانات التقليدية اللازمة للحصول على التمويل اللازم، وهذه الضمانات تعتبر من أهم متطلبات الحصول على الائتمان من البنوك التجارية.
- تحيز البنوك التجارية لصالح المشروعات الكبيرة، حيث يوجد بينها في اغلب الأحيان روابط ومشتركة، وتأخذ هذه الروابط شكل الإدارة المشتركة والملكية المشتركة، والصفقات المشتركة كذلك.
- وهناك عوامل أخرى، تتمثل في عدم وجود معاملة تفضيلية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة من البنوك التجارية، سواء في سعر الفائدة أم فترات التسديد، إضافة إلى ضعف خبرة المنشآت الصغيرة في مجال إدارة الأعمال، وعدم الدراية الكافية بأساليب التسويق، وعدم سلامة الهيكل التمويلي لهذه المنشآت مما يجعل رأس المال المدفوع الظاهر في الميزانية ضئيلا تحسبا للمسائلة الضريبية. وعليه، تتجه البنوك التجارية على الأغلب نحو توجيه الائتمان للمشروعات الكبيرة، وغالبا ما يتركز هذا في مجال الحسابات الجارية المدينة، والقروض البنكية المجمعة، وكلاهما مستهدف نظرا لتدني مستوى المخاطرة فيهما.¹

2- مؤسسات الإقراض المتخصصة

جاء إنشاء المؤسسات الإقراضية المتخصصة في معظم دول العالم كرد فعل لتجنب البنوك التوجه نحو توفير الائتمان طويل الأجل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في الوقت التي تركز فيه نشاطها الائتماني في مجال القروض قصيرة الأجل، للحصول على الربح السريع وعليه كان لا بد من إنشاء مؤسسات تمويلية متخصصة تقدم التسهيلات الائتمانية المتوسطة وطويلة الأجل لمختلف القطاعات الاقتصادية، وذلك وفقا لشروط وأساليب محددة ومميزة عن تلك المتبعة في البنوك، في محاولة للمساهمة في عملية التنمية الاقتصادية، وإتاحة المجال أمام مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتلعب دورها المهم في الاقتصاد الوطني.²

¹ - بلال محمود الوادي، ليث عبد الله القهيوي، مرجع سابق، ص: 36، 37.

² - المرجع السابق، ص: 37، 38.

أ- المؤسسات والصناديق التمويلية

غالباً ما تكون هذه المؤسسات حكومية أو شبه حكومية إلى حد ما، تقوم الحكومات بإنشاء مثل هذه المؤسسات وتشجع على إقامتها لدعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والمساهمة في تطويرها عن طريق توفير التمويل اللازم لها، والعمل على زيادة فرص العمل وتقليل حدة الفقر والبطالة.

ب- الصناديق والهيئات التطوعية والمنظمات غير الحكومية المحلية الأجنبية NGOs

جاء تأسيس هذه الجمعيات والهيئات نظراً للحاجة الملحة لتوفير الخدمات الاقتصادية والاجتماعية لمختلف أفراد المجتمع وشرائحه العديدة وتتوجه هذه الجهات عادةً لقطاعات وفئات محدودة مسبقاً.

المبحث الثالث: عوامل فشل ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمعوقات التي تواجهها

يظهر جليا الدور الاقتصادي والاجتماعي الكبير الذي أصبح يميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها المحور والنقطة التي تدور عليها الحياة المعاصرة، من خلال مساهمتها في معدلات النمو والتطور الاقتصادي في بيئة أصبحت توصف بالاضطراب والتغير الشديد المصاحب لعدة عوامل ساهمت في تفعيل وتنشيط القوى الاقتصادية وإعطائها ديناميكية عالية، الأمر الذي أصبح يفرض على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جملة من التحديات، الشيء الذي ألزم عليها ضرورة التعامل والتكيف معها بكفاءة وفعالية عاليتين ضمانا للبقاء والاستمرارية.

وفيما يلي سنستعرض أهم عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأسباب فشلها و المعوقات التي تواجهها ضمن النقاط التالية.

المطلب الأول: عوامل فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن احتمال فشل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وخاصة في السنوات الأولى تكون عالية، وتؤكد الدراسات التي تناولت تصفية المشروعات الصغيرة على أن الأسباب الرئيسية تتعلق بمحدودية الموارد، والإدارة غير المتمرسه والافتقار إلى الاستقرار المالي والتسويق.

ويمكننا أن نعدد هذه الأسباب:

1. عدم كفاءة الإدارة: عدم توفر الخبرة الكافية أو عدم القدرة على اتخاذ القرار تعتبر من المشاكل الأساسية المسببة لفشل المشروعات الصغيرة، فقد لا تتوفر لدى مالك المشروع القدرة على العمل بنجاح بافتقاره إلى المواصفات القيادية المطلوبة. والمعرفه الضرورية لانجاز العمل .
2. نقص الخبرة: على الأشخاص الذين يفكرون في بداية مشروع صغيرة أن يتأكدوا من توفر الخبرة الكافية لديهم في مجال العمل الذين يرغبون فيه، وتعتبر الخبرة حول طبيعة العمل الحد الفاصل بين النجاح والفشل في المشروع.
3. الافتقار إلى التخطيط الاستراتيجي: العديد من أصحاب المشاريع الصغيرة يهملون عملية التخطيط الاستراتيجي لاعتقادهم بعدم ضرورتها للمشروعات الصغير، إذ بدون التخطيط الاستراتيجي يؤدي إلى فشل المشروع في البقاء والاستمرار، ولا يتمكن من تحقيق القوة التنافسية في السوق والمحافظة عليها.
4. النمو غير المسيطر عليه: يعتبر النمو حالة طبيعية مرغوب بها في كل منشآت الأعمال، لكن النمو يجب أن يكون مخططا ومسيطر عليه، فالتوسع في العمل يتطلب التمويل عن طريق الأرباح المحتجزة، أو عن طريق زيادة رأس المال من قبل صاحب المشروع، وليس عن طريق الاقتراض¹
5. الموقع غير الملائم: تعتبر عملية اختيار الموقع الملائم للمشروع هي مزيج من العلم والفن، وغالبا ما يتم اختيار مواقع العمل بدون دراسة جيدة وبدون بحث وتخطيط، إذ أن بعض المالكين المبتدئين يختارون موقعا معينا فقط بمجرد وجود مكان شاغر، إن عملية اختيار الموقع من الأمور الهامة ويجب ألا يترك للفرصة، وتظهر أهمية ذلك بشكل خاص في مشاريع التجزئة التي يكون شريانها الحيوي هو المبيعات التي تتأثر بشدة باختيار الموقع.²

¹ - ماجدة العطية، مرجع سابق، ص، ص : 19، 20.

² - المرجع السابق، ص: 20.

المطلب الثاني: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹

- أما الدراسات الإدارية التي تناولت شروط النجاح فتعطي مكانة أولى للاستعدادات النفسية والشخصية لقائد وموجه المشروع الصغير وكذا المعارف والمهارات الإدارية. وهذه بعض عوامل النجاح أو عوامل تجنب الفشل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة:
1. القدرة على امتلاك رؤية كلية لتفاصيل سير العمل بجوانبه المالية والتسويقية والفنية الداخلية إضافة إلى البيئة الخارجية.
 2. الحساسية للتغيير والقدرة على التكيف وتشخيص المؤشرات المختلفة التي تحصل في البيئة الخارجية وإدراك آثارها المحتملة.
 3. القدرة على جذب عمال أكفاء والمحافظة عليهم وحسن استخدامهم ودفعهم للولاء ومواصلة العمل على الرغم من محدودية المكافآت المالية.
 4. المعارف الإدارية: وهي ما يتعلق بكل وظائف المشروع التي ينبغي لقائد المشروع أن يلم بها ويباشرها بنفسه.
 5. إعداد خطة العمل: على الشخص الذي يفكر بالمشروع الصغير أن يعد خطة متكاملة مكتوبة التي يمكن اعتبارها على أنها أفضل وصفة في الإعداد لنجاح المشروع، فالخطة الجيدة تساعد في اتخاذ القرار المناسب وتوجيه كل الأفعال والجهود نحو الهدف.
 6. إدارة الموارد المالية: أفضل الوسائل الدفاعية على مواجهة المشاكل المالية هي تطوير نظام معلوماتي عملي، ومن ثم استخدام هذه المعلومات لاتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل، إذ لا يمكن لصاحب المشروع من السيطرة على عمله إلا إذا كان قادرا على الحكم على صحته المالية.
 7. إدارة الأفراد بفعالية: بغض النظر عن طبيعة عمل المشروع، على مالك المشروع أن يتعلم أسلوب إدارة الأفراد بشكل صحيح. إذ أن كل مشروع يعتمد على العاملين المدربين والمدفوعين للعمل بشكل جيد، وبذلك فإن الأفراد الذين يستخدمهم مالك المشروع يحددون في النهاية المستوى الذي يمكن أن يصل إليه المشروع.

¹ - خليفي عيسى، كمال منصوري: "مقومات التميز في أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسينة بن بوعلي بالشلف-الجزائر، يومي 17 و 18 أبريل، 2006، ص: 819، 820.

المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من بين المشاكل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مايلي:

الفرع الأول: المشكلات والصعوبات التمويلية

يعتبر القصور في تمويل الصغيرة والمتوسطة من المعوقات الرئيسية التي تحول دون تنميتها في جميع البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، إلا أنّها في الأخيرة أكثر حدة وأشد تأثيراً نظراً لما تعانيه من ندرة رؤوس الأموال. وترجع صعوبة حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التمويل إلى أسباب عديدة كطبيعة المرحلة التي تمر بها المؤسسة، وكذا ضعف الجوانب الإدارية والتسييرية وقلة الضمانات التي تملكها هذه المؤسسات ... الخ¹.

الفرع الثاني: مشاكل النقل ونقص الخدمات العامة والبنية الأساسية

هناك بعض المشاكل التي تواجهها المنشآت الصناعية الصغيرة في نقل خاماتها الأولية من مصادرها أو منتجاتها النهائية إلى الأسواق بتكاليف مناسبة، كمشاكل الأرض، أو المحل المناسب، وتجهيز المكان للنشاط، بالإضافة إلى ذلك فإن الكثير من المنشآت الصناعية الصغيرة القائمة على أطراف القرى وداخل المدن الصغرى - خاصة في آسيا وإفريقيا - تفتقر إلى مصادر المياه النظيفة وخدمات المجاري والطاقة الكهربائية اللازمة لممارسة النشاط، وقد يعمل بعض أصحاب المنشآت الصغيرة على تهيئة هذه الخدمات لأنفسهم بطرق خاصة وأحيانا بطرق غير رسمية فتصبح تكلفتها مرتفعة جدا الأمر الذي يتسبب في تعسرهم ماليا واستدانتهم².

الفرع الثالث: مشاكل تسويقية

وهي متمثلة في عدم اهتمام أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بدراسة السوق لتصريف المنتجات، وذلك لنقص الكفاءة والقدرات التسويقية جراء نقص الخبرات والمؤهلات لدى العاملين، وعدم وجود معرفة أو خبرة بالمفهوم الحقيقي للتسويق و حصر هذا المفهوم بأعمال البيع و التوزيع.

الفرع الرابع: غياب سياسة تكوين اليد العاملة

تتمثل غياب سياسة تكوين المسيرين والعاملين في المؤسسات الخاصة، في نقص مراكز التكوين و التأهيل المتخصصة، و في تكوين العمال والمسيرين، و هذا ما يشكل عائقا كبيرا أمام تطوير وتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، وهذا ينعكس سلبا على إنتاجية هذه المؤسسات³.

¹ - طالي خالد، مرجع سابق، ص: 21.

² - عبد الرحمان يسري احمد: "تنمية الصناعات الصغيرة و مشكلات تمويلها"، الدار الجامعية للطباعة و النشر والتوزيع، مصر، ص: 32.

³ - بابا عبد القادر: "مقومات تأهيل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومعوقات تنميتها في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدول العربية، جامعة حسينية بوعلوي، الشلف-الجزائر، 18، 17 أفريل 2006، ص: 153.

الفرع الخامس : المشاكل المتعلقة بال عقار والعقار الصناعي

يعاني أصحاب المشاريع الجديدة من مشكلات مرتبطة بالعقار المخصص لتوطين مؤسستهم، فالحصول على عقد الملكية أو عقد الإيجار يعد أساسيا من اجل الحصول على التراخيص الأخرى المكملة.

فالمجال العقاري يعتبر من الآلات المعقدة وذلك لتعدد الهيئات المتدخلة و العديد من النصوص القانونية. وإلى حد الساعة لم تتحرر سوق العقارات بشكل يحفز على الاستثمار بحيث مازالت رهينة للعديد من الهيئات التي تتزايد باستمرار مثل وكالة دعم وترقية الاستثمارات المحلية والتي ضمت إلى الشباك الوحيد على مستوى وكالة تطوير الاستثمار ، وقد عجزت عن تسهيل إجراءات الحصول على العقار اللازم لإقامة المشروعات الصغيرة والمتوسطة وذلك لـ:

- غياب سلطة اتخاذ القرار حول تخصيص الأراضي وتسيير المساحات الصناعية.

- محدودية الأراضي المخصصة للنشاط الصناعي و طغيان المضاربة على العقار الصناعي حيث تم تحويل عدد معتبر من العقارات الصناعية إلى وجهة غير استثمارية، كالبناى وقد أدى ذلك إلى بروز عامل الندرة ومحدودية العرض¹.

الفرع السادس : عدم حماية المنتج الوطني من التدفق الفوضوي للسلع المستوردة²

إذا كانت القاعدة المتعارف عليها تقضي بفرض قواعد وميكانيزمات الاقتصاد الحر نفسها على الجميع و أمام ظاهرة الاستيراد الفوضوي و التي شملت كل شيء فإن ذلك خلق مناخا يقف كواحد من محددات النمو أمام المؤسسة الجزائرية الصغيرة الناشئة وبصدد الاستيراد غير المنظم نذكر:

أ. الإغراق المتمثل في استيراد سلع و بيعها محليا بأسعار أقل من سعر مثلتها المحلية.

ب. التدرع بالحرية الاقتصادية وشروط تحرير التجارة في إطار التهيؤ لاستيفاء شروط (الجات) مع أن هذه الأخيرة تكرس وتقبل مبدأ حماية المنتج المحلي عن طريق الرسوم الجمركية وحدها تشجعا وتأهيلا للصناعات الناشئة أو التي يهددها الاستيراد.

ت. غياب جهاز معلومات فعال يحدد أنواع المنتجات المحلية الشيء الذي من شأنه وضع خريطة اقتصادية لتوطن المؤسسات و المنتجات و من ثم وضع ما يلزم من سياسات الحماية.

إن الحديث عن حماية المنتج المحلي يجب ألا يكون كذلك مبررا لحماية الرداءة فإذا كان لا بد من:

-إجراءات حماية للصناعات الناشئة أو فروع النشاطات التي يتهددها الاستيراد.

-إجراءات حماية ترمي إلى الحفاظ على توازن ميزان المدفوعات.

-إجراءات لمنع بيع المتوجات المستوردة بأسعار أقل من الأسعار المطبقة في البلاد.

¹ - كوش عاشور: " تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدول العربية، جامعة حسنية بوعلي، الشلف-الجزائر، 17،18، أبريل، 2006، ص: 1036 .

² - شيايكي سعدان: "معوقات تنمية و ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و دورها في التنمية جامعة عمار ثليجي الأغواط يومي 8 - 9 أبريل 2002 ص: 1،2.

فإنه لا بد كذلك من توفير فضاء أو بيئة توفر كل الشروط التقنية التسييرية للأنشطة الإنتاجية و التي من شأنها دعم المنتج الوطني ومواجهة التحديات المفروضة سيما ما يخص التبادل الدولي الحر.

الفرع السابع: عدم إلمام أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمعلومات الفنية والاقتصادية

عدم إلمام نسبة كبيرة من أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمعلومات الفنية والاقتصادية الخاصة، بالخامات والآلات والجودة، مما يؤدي إلى استخدامهم معدات إما متقدمة وهذا بدوره يؤدي إلى معدلات إنتاج منخفضة ومستوى جودة أيضا منخفض، أو إلى استخدام معدات متقدمة ذات استثمار كبير نسبيا وتكلفة تشغيل عالية.

الفرع الثامن: غياب الوعي المحاسبي لدى أصحاب المشروعات الصغيرة

إما لعدم معرفتهم بالقواعد والأصول المحاسبية، أو لعدم خبرتهم في هذا المجال مما يؤدي إلى لجوء معظمهم إلى مكاتب محاسبية خارجية، لإعداد الحسابات الختامية وهو ما يكبد المؤسسة نفقات كثيرة، بالإضافة إلى تعدد وتنوع المشاكل الضريبية.

الفرع التاسع: عدم ملائمة أساليب الاقتراض لظروف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وذلك نتيجة مشكلة عدم توفر الضمانات الكافية للاقتراض، بالإضافة إلى عدم توافر الوعي المصرفي لدى أصحاب هذه المؤسسات مما يجعلهم يفضلون الاقتراض من سوق الائتمان غير الرسمي والذي ترتفع فيه أسعار الفوائد، مما يمثل عقبة أمام حصولهم على التمويل بشروط ملائمة¹.

¹ - غدير أحمد سليمة، مرجع سابق، ص : 20، 21 .

المبحث الرابع: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

إن تزايد الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وغيرها من دول العالم يدعو إلى ضرورة التعرف على مفهوم هذا النوع من المؤسسات، وكذا التطرق إلى التطور التاريخي لظهور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل التحول نحو اقتصاد السوق، ومعرفة مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني ومختلف وسائل دعم هذه المؤسسات وكيفية تأهيلها.

وهذا ما سنتناوله ضمن المطالب التالية.

المطلب الأول: تطور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

لقد ظهرت غالبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بعد الاستقلال، و لم تتطور إلا بصفة بطيئة، و عموما لقد تميز تطور هذه المؤسسات بثلاثة مراحل أساسية، سنتطرق إليها على النحو التالي:

الفرع الأول: المرحلة الأولى (1962 - 1982)

عرفت هذه المرحلة تركيزا على تحديد توسع و تطور المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الخاصة مع الإشارة إلى إقامة عدد معتبر من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاضعة للقانون العام خاصة على مستوى الجماعات المحلية، فبعد الاستقلال ورثت الجزائر هيكل اقتصاديا مختلا مكونا أساسا من وحدات صغيرة مختصة في الصناعات الاستخراجية والتحويلية للمواد الخام الموجهة للتصدير، وفي ظل تبني خيار التصنيع فقد استحوذت المؤسسات الكبرى على معظم المشاريع الاستثمارية والتي كانت تهتم أساسا بالصناعات الثقيلة مثل: صناعة الحديد والصلب، صناعة الميكانيك، الصناعة البتروكيمياوية، صناعة الطاقة والحرقاات.

أما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقد اقتصت في الصناعات التحويلية لبعض المواد خاصة منها الاستهلاكية وحظيت هذه المؤسسات بمكانة ثانوية، إذ انحصر دورها على تلبية بعض احتياجات المؤسسات الكبيرة.

وباعتماد الجزائر غداة الاستقلال النظام الاشتراكي الذي يقوم على تحكم الدولة في القوى الاقتصادية للتنمية وإعطاء الأولوية للقطاع العام على الخاص فقد همش دور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبقى تطور القطاع الخاص محدودا على هامش المخططات الوطنية فقد كان يمثل فقط المؤسسات العائلية ذات الملكية الخاصة أو الحرفية، وتأسست في هذه الفترة 600 وحدة تقريبا خلال سنة واحدة، غير أن هذه الأخيرة عرفت مجموعة من القيود أهمها:

- قيمة مشاريع الاستثمارات لا تتعدى 30 مليون دج في حالة إنشاء شركة ذات مسؤولية محدودة أو شركة ذات الأسهم، و 10 ملايين دج في حالة إنشاء مؤسسات فردية أو ذات اسم جماعي.

- الصعوبة في تمويل المشاريع المعتمدة، بحيث لا يتعدى تمويل البنك إلا 30% من المبلغ المستثمر.

ولم يصبح للقطاع الخاص دور بارز رغم كل التطورات التي شهدتها التشريعات الخاصة بالاستثمار خاصة قانون سنة 1966، والذي كان يهدف إلى تحديد قانون الاستثمار الخاص الوطني في إطار التنمية الاقتصادية، وقد تميز باحتكار الدولة

للقطاعات الحيوية للاقتصاد، حيث أن منحت الاعتمادات للمشاريع الخاصة كان يمر عبر اللجنة الوطنية للاستثمارات على أساس معايير اختيارية معقدة حتى وصلت إلى فقدان المصداقية في المشاريع الخاصة، وأُجْر عنها فيما بعد توقيف أنشطتها.¹

الفرع الثاني: المرحلة الثانية (1982-1988)

حظي القطاع الخاص لأول مرة بعد صدور قانون الاستثمار لسنة 1982 وإنشاء الديوان التوجيهي للمتابعة والتنسيق للاستثمار الخاص سنة 1983 بدور في تحقيق أهداف التنمية الوطنية إلا أنه لم يشجع على إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة بسبب تحديد سقف الاستثمارات مما أدى إلى توجيه جزء من الادخار الخاص نحو نفقات غير منتجة، كما تميزت هذه المرحلة بانخفاض مداخيل الدولة نتيجة انخفاض أسعار المحروقات في الأسواق العالمية وخاصة سنة 1986 وكان لذلك أثر كبير على الاستثمارات التي يديرها القطاع العام والتي كانت تمول من خزانة الدولة، فقد كانت المؤسسات العمومية تتميز بانخفاض مستويات الكفاءة الإنتاجية والمردودية الاقتصادية إضافة إلى مشاكل متعلقة بعدم التحكم في التكنولوجيا المستوردة ونظرا لهذه العوامل قامت السلطات بإعادة النظر في السياسة الاقتصادية المطبقة، وتجلى ذلك من خلال توقيف الاستثمارات الموجهة إلى المشاريع الضخمة والصناعات الثقيلة وتوجيه الاستثمارات الجديدة إلى نشاطات اقتصادية كانت مهمشة من قبل مثل الصناعات الخفيفة وتميزت بفتح الغرفة الوطنية للتجارة خاصة بأصحاب المؤسسات الخاصة سنة 1987 .

وفي هذا الإطار عرف قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اهتماما نسبيا باعتباره قطبا محركا وحيويا بإمكانه المساهمة بصفة فعالة في تنفيذ وتحقيق أولويات وأهداف توجهات السياسة الاقتصادية الجديدة. لقد عرفت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذه المرحلة تأخرا كبيرا لعدة أسباب منها:

- سيطرة القطاع العام على معظم الميادين الاقتصادية ولمدة طويلة من الزمن وبالتالي لم تترك الفرصة للقطاع الخاص إلا في بعض المجالات مثل التجارة.

- احتكار الدولة للتجارة الخارجية جعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة تحت سيطرة المؤسسات العمومية من أجل الحصول على المدخلات المستوردة.

- الأسعار كانت تحدد من طرف الجهاز الإداري، أي أن الأسعار لم تكن تحدد على أساس اقتصادي الأمر الذي لم يساعد على تشجيع الاستثمارات الخاصة، وقد كان هناك تمييز بين القطاع العمومي والقطاع الخاص فالقطاع الخاص عموما تطور على هامش القطاع العمومي وليس عن طريق إرادة سياسية واضحة ومحددة المعالم، كما أن القطاع الخاص في الجزائر وجه استثماراته نحو إنتاج السلع الاستهلاكية وليس الإنتاج الصناعي، أما القطاع العمومي فقد أعطيت له كل العناية والرعاية في إطار الاستثمار والإنتاج.

الفرع الثالث: المرحلة الثالثة من سنة 1989-2009

ابتداء من سنة 1990 طبقت مجموعة من الإصلاحات، و تجلّى ذلك من خلال إصدار جملة من القوانين التي هيئت الإطار العام لخصوصية المؤسسات العمومية وتحفيز القطاع الخاص و التقليل من التسيير الإداري للاقتصاد الوطني، وتم الاعتراف الرسمي بالدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع الخاص في ظل تحول الاقتصاد الجزائري نحو اقتصاد السوق، فقد كرس قانون النقد و القرض سنة 1990 مبدأ حرية الاستثمار الأجنبي، و بموجب هذا القانون أصبح مرخصا لرأس المال الأجنبي بالمساهمة و تشجيعه

¹ - برني ميلود: "دور وظيفة التسويق في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة (غير منشورة)، جامعة بسكرة، 2008/2009، ص: 15، 16.

على الشراكة، حيث برز تدريجياً مبدأ جديد قائم على الحرية و المساواة في المعاملة، لتحقيق التنمية و تحرير التجارة الخارجية، إذ أن المؤسسات العمومية منها أو الخاصة ستعامل بنفس المعاملة، لهذا أنشئت سنة 1991 وزارة مكلفة بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ثم تحولت إلى وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94 - 211 المؤرخ في 18 جويلية 1994¹، في فترة كانت تعرف فيها الجزائر إصلاحات و تحولات اقتصادية عميقة في اتجاه السوق.

و لمواصلة مسار الإصلاحات و تكريس الاستثمار الوطني و الأجنبي، تم إصدار قانون لتوجيه الاستثمار و هو قانون عام 1993، و على إثره تم تأسيس وكالة وطنية تهدف إلى تسهيل عمليات الاستثمار، بتجميع كل المصالح في شباك واحد سمي بوكالة ترقية و متابعة الاستثمارات APSI.

وفي الواقع اصطدم تطبيق نصوص سنة 1993 بجمود المحيط العام الذي يفترض أنه في خدمة الاستثمار، إذ أن التباطؤ البيروقراطي، والمشاكل المرتبطة بتسيير العقار الصناعي، قد أدت تقريبا إلى عدم فعالية الجهاز الجديد، و لتقدم التصحيحات الضرورية و إعطاء نفس جديد لترقية الاستثمار، أصدرت السلطات العمومية سنة 2001، الأمر رقم 01 - 03 المؤرخ في 20 أوت 2001 الخاص بإنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والقانون رقم 01 - 18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 و المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.²

والهدف منه كان:³

- تحسين المحيط الخاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تشجيع ظهور مؤسسات جديدة.
 - رفع من مستوى النسيج المؤسساتي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات النشاط الإنتاجي.
 - تشجيع الإبداع والابتكار.
 - تشجيع عملية التصدير للمنتجات والخدمات.
 - تسهيل توزيع المعلومات على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- عند نهاية السداسي الاول من عام 2012 بلغ إجمالي عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 687386 مؤسسة، منها نسبة 99.92% مؤسسات خاصة كما عرفت تراجعاً في عدد المؤسسات العمومية إلى 561 مؤسسة كما هو موضح في الجدول التالي:

¹ - الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 47، الصادر بتاريخ 20 جويلية 1994، ص:14.

² - قبيدة سمية: "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة"، مذكرة ماجستير في علوم التسيير فرع تسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري- قسنطينة-، 2010، ص: 70، 71.

³ المرجع السابق، ص:71.

الجدول رقم(04):تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السداسي الاول من عام2012

نوع المؤسسات	عدد المؤسسات	النسبة
المؤسسات الخاصة	686825	99.92
المؤسسات العمومية	561	0.08
المجموع	687386	100,00

المصدر: نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للسداسي الاول من عام 2012، رقم:21، ص:10.

نلاحظ من خلال الجدول انه عند نهاية سنة 2012 بلغ إجمالي عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 687386 مؤسسة

الجدول رقم(05): التطور السنوي لتعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة(2011-2012)

نوع المؤسسات	2011	2012	التطور السنوي	
			العدد	النسبة %
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة	642314	686825	44511	6.93
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية	599	661	-38	-6.34
المجموع	642913	687386	44473	6.92

المصدر: نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 2012، رقم 21، ص:11.

تقدر نسبة التزايد السنوي لعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بـ 6.92% مع تراجع بـ 34 مؤسسة عمومية كي يصبح عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يقدر بـ 687386 مؤسسة بعد نهاية السداسي الاول من عام 2012.

المطلب الثاني: التصنيف القانوني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

لقد كان اثر انضمام الجزائر إلى المشروع الاورومتوسطي، وكذلك توقيعها على الميثاق العالمي حول المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في جوان 2000 والتعريف الذي اعتمده الاتحاد الأوروبي أثرا واضحا في وضع القانون رقم 01 - 18 - 2001 وفقا للمادة الرابعة من القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها "على أنها مؤسسة إنتاج السلع و/ أو الخدمات.

- تُشغل من 1 إلى 250 شخصا.

- أن رقم أعمالها السنوي لا يتجاوز ملياري دينار جزائري، ولا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة مليون دينار جزائري،

- تستوفي معايير الاستقلالية".

ويقصد في مفهوم هذا القانون بالمصطلحات الآتية:

● **الأشخاص المستخدمون:** عدد الأشخاص الموافق لعدد وحدات العمل السنوية بمعنى عدد العاملين الأجراء بصفة دائمة خلال سنة واحدة، أما العمل المؤقت أو العمل الموسمي فيعتبران أجزاء من وحدات العمل السنوي، والسنة التي يعتمد عليها هي تلك المتعلقة بآخر نشاط حسابي مقفل؛

● **الحدود المعبرة لتحديد رقم الأعمال أو موضوع الحصيلة:** هي تلك المتعلقة بآخر نشاط مقفل مدة اثني عشر شهرا؛

● **المؤسسة المستقلة:** كل مؤسسة لا يمتلك رأس مالها بمقدار 25 فأكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

ثم قسم القانون التوجيهي الجزائري في المواد (5)،(6)،(7) المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى ثلاثة مؤسسات هي كمايلي:

- **المؤسسة المتوسطة:** وتعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 شخصا، ويكون رقم أعمالها ما بين مائتي مليون وملياري دينار أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة مليون وخمسمائة مليون دينار؛

- **المؤسسة الصغيرة:** وتعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي مليون دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة مليون دينار؛

- **المؤسسة المصغرة:** وتعرف بأنها مؤسسة تشغل من عامل إلى تسعة عمال وتحقق رقم أعمال اقل من عشرين مليون دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرة ملايين دينار.¹

أما المادة الخامسة: فتعرف المؤسسة المتوسطة بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 و 250 شخصا ويكون رقم أعمالها ما بين 200 مليون وملياري دينار أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة (100) وخمسمائة (500) مليون دينار.

أما المادة السادسة: فتعرف المؤسسة الصغيرة بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 200 مليون د.ج أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 100 مليون د.ج .

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001، ص: 5، 6 .

ويمكن تلخيص ماسبق في الجدول رقم 06.

جدول رقم(06): تصنيف المؤسسات في القانون الجزائري

المصغرة	الصغيرة	المتوسطة	
9-1	49-10	250-50	عدد العمال
اقل من 20 مليون	اقل من 200 مليون	200 مليون إلى 2مليار	رقم الأعمال
اقل من 10 مليون	اقل من 100 مليون	500-100 مليون	الحصيلة السنوية

المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001 ، العدد 77. بتصرف.

من خلال الجدول يتبين أن المشرع الجزائري قد اعتمد في تعريفه للمؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة على معياري "حجم العمالة"، و"رأس المال" والتي يختلف عددها من مؤسسة إلى أخرى.¹

¹ - المواد 7.6.5.4 من القانون رقم 01-18 المتعلق "بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001، نفس المرجع بتصرف.

المطلب الثالث: مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

لقد تأكد اليوم أكثر من ذي قبل بما لا يدعو إلى الشك أن القطاع الخاص من خلال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبحت تحقق نتائج ومعدلات نمو مرتفعة مقارنة بالسنوات الماضية من جهة، ومقارنتها مع المؤسسات العمومية من جهة أخرى.

ومن هنا يمكن إبراز أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في الاقتصاد الوطني وذلك من خلال بعض المؤشرات و تقديم الدور الاجتماعي، وهذا ضمن النقاط التالية:

الفرع الأول: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودورها في الإقتصاد الوطني

إن أهمية هذه المؤسسات تكمن في الدور الذي تقوم به كمحرك أساسي في الإقتصاد بصفة عامة لما لها من خصوصيات بالنسبة للمؤسسات الكبيرة من حيث :

- محدودية الانتشار الجغرافي، إذ أن معظم هذه المؤسسات تكون محلية أو جهوية؛
- ضآلة حجم رأس المال الأساسي والعامل، وهو ما يعني بدوره ضآلة حجم التمويل المطلوب؛
- مستوى متواضع أو متوسط من التقنية، ومن الكفاءات البشرية المطلوبة؛
- هيكل تنظيمي بسيط يعتمد على مستوى إشراف محدود، حتى أن وظيفة واحدة يمكن أن تقوم مقام عدد من الوظائف؛
- نظام معلوماتي غير معقد يتلاءم مع نظام القرار غير المعقد في هذه المؤسسات؛
- اعتماد الخبرة والتقدير الشخصي وعلى استراتيجية رد الفعل أكثر من الاعتماد على خطة استراتيجية مستقرة، رسمية وصریحة.

إذن فإن أهميتها تكمن في أنها قادرة على المساهمة في التنمية الاقتصادية وتوفير مجالات العمل ومناصب الشغل لعدد كبير من المواطنين . كما أن نشاطها قد أمتد من إلى العديد من الأنشطة الاقتصادية المختلفة¹. كما أن هاته المؤسسات تلعب دورا هاما في ترقية الاستثمار والشراكة وتساهم في الناتج الداخلي الخام والقيمة المضافة.²

¹ - بوهزة محمد، بن يعقوب الطاهر: "تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، ورقة مقدمة إلى الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها في الاقتصاديات المغاربية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، يومي 25-28 ماي 2003، ص: 8.

² - للمزيد حول تفصيل هذه المؤشرات ارجع إلى: شبوطي حكيم: "الدور الاقتصادي و الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أبحاث اقتصادية وإدارية، مجلة علمية سداسية محكمة، جامعة محمد خيضر بسكرة- الجزائر، العدد الثالث، جوان 2008، ص-ص: 220-225.

الفرع الثاني: الدور الاجتماعي والوظيفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لا يقتصر دورها على الجانب الاقتصادي فقط بل يتعدى إلى الجانب الاجتماعي وهذا ما سنتطرق إليه.

أولاً: تلبية الحاجات الجارية للأفراد

يسعى الأفراد بشكل مستمر إلى تحقيق أهداف عديدة ومتنوعة و ذلك وفق لما يشعر به من حاجات مختلفة فان هذه الأهداف تكون مختلفة حيث أنها تتأثر بعوامل عديدة منها عوامل خاصة بالفرد نفسه ومنها العوامل الخارجية التي تحيط به¹؛ وعليه تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى توفير الحاجيات اللازمة للأفراد وإشباع رغباتهم المختلفة من خلال توفير مختلف السلع، و الخدمات، وهي بذلك تغطي جزءاً كبيراً من احتياجات السوق المحلي مما يؤدي ذلك إلى التقليل من الاستيراد هذا من جهة ومن جهة أخرى تعمل على إشباع حاجات أصحابها في إثبات مدى نجاح المشروع القائم مما يعطي للقائمين عليه شعوراً بأنهم حققوا قيمة مضافة للتقدم، و لنمو المجتمع إلى جانب انه يضمن الحصول على الأرباح.

ثانياً: ترابط الأعمال التجارية

برز دور وأهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ربط و تداخل جميع الأعمال التجارية، حيث أن صاحب العمل التجاري يتوجب عليه أن يشتري و يبيع من وإلى المصالح التجارية الأخرى أو المستهلكين، أي انه لا يستطيع أن يعمل بمعزل عن الاحتكاك بالآخرين فهو بحاجة مثلاً إلى المواد الخام من الموردين إذا كان المشروع تصنيعي لكي يتم تحويلها إلى مواد جديدة صالحة للاستعمال ومن ثم يقوم هذا المشروع بالاتصال مع الحلقات التوزيعية و الترويجية من اجل إيصال تلك السلع والخدمات إلى المعنيين بها.²

ثالثاً: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في خلق مناصب الشغل

يؤدي خلق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونموها إلى الزيادة في خلق مناصب شغل جديدة، وبذلك الحد من مشكل البطالة. وفي الجزائر، وحسب الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي (CNAS) فان عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في تزايد مستمر حيث بلغ عددها سنة 2010 ما يقدر ب 607.296 مؤسسة، مسجل بذلك ارتفاعاً قدر ب 36459 وحدة مقارنة بالنسبة لسنة 2009، تشغل عددا لا بأس به من العمال والذي يفوق 1,6 مليون عامل. حيث أعلن وزير الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار السيد محمد بن مرادي أن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمثل 94 % من النسيج المؤسساتي الوطني، و 52 % من مجموع إنتاج القطاع الخاص خارج المحروقات، وحوالي 35 % من القيمة المضافة في الجزائر.³

والجدول التالي يوضح تطور مناصب الشغل المبرح بما حسب الفئات (2011-2012):

¹ - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف: "سلوك المستهلك"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007، ص: 104.

² - جهاد عبد عفانه، قاسم موسى: إدارة المشاريع الصغيرة"، دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2004، ص: 17.

³ - منى مسغوني: "نحو أداء تنافسي متميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر" جامعة، قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، مجلة الباحث - عدد 10/ 2012، ص: 127.

جدول رقم(07) تطور مناصب الشغل المصرح بها حسب فئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (2011-2012)

التطور السنوي %	السداسي الثاني من 2012		السداسي الاول من 2011		طبيعة المؤسسات	
	%	العدد	%	العدد		
5.88	58.61	1041221	58.67	983415	الأجراء	المؤسسات الخاصة
6.93	38.66	586825	38.32	642314	أرباب المؤسسات	
6.29	97.27	1728046	96.99	1625729	المجموع الجزئي	
-4.07	2.73	48415	3.01	50467	المؤسسات العمومية	
5.98	100	1776461	100	1676196	المجموع	

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، للسداسي الاول من 2012، رقم 21، ص: 14.

وتجدر الإشارة هنا على ان عدد ارباب المؤسسات الخاصة جمع ما بين ارباب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة "اشخاص معنوية" ورؤساء المؤسسات الخاصة التي تنشط في "المهن الحرة". كما ان هذا الرقم يعتمد على قاعدة "مصدر الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء" بناء على تغير نظام جمع المعلومات المتعلقة بقطاع الصناعة التقليدية.

المطلب الرابع: أساليب دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لا شك أن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبح يحتل مكانة هامة في الهيكل الاقتصادي لأي دولة، سواء كانت هذه الدول نامية أو متقدمة وفيما يلي سنتناول أهم طرق دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

الفرع الأول: الهيئات الداعمة لنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

غالبا ما تكون هذه المؤسسات حكومية أو شبه حكومية إلى حد ما، تقوم الحكومة بإنشاء مثل هذه المؤسسات وتشجع على إقامتها لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن الهيئات الداعمة في الجزائر نذكر مايلي.

1- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أنشأت الجزائر سنة 1991 وزارة منتدبة مكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم تحولت إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1994 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-211 الصادر بتاريخ 18 جويلية 1994.¹

يعتبر إنشاء وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية نقطة تحول مهمة في واقع هذه المؤسسات، ودليلا واضحا على أهميتها ومكانتها المميزة في الاقتصاد الوطني، حيث تسعى هذه الوزارة إلى العمل على:

- ✚ تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقيتها.
- ✚ تكتيف النسيج الصناعي.
- ✚ تقديم الدعم للقطاع.
- ✚ تحسين القدرة التنافسية لمؤسسات القطاع.
- ✚ مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على حل مشاكلها.
- ✚ القيام بالإحصائيات وتقديم المعلومات.
- ✚ وضع سياسة المتابعة.
- ✚ ترقية الشراكة والاستثمارات في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نلاحظ أن مهام الوزارة هي مهام تخطيط وتوجيه ومراقبة، ليست لها وظيفة تمويلية، لكن هذا لا يمنع أنها تساعد في حل العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التمويل.

وأنشأت تحت إدارة الوزارة، العديد من المؤسسات المتخصصة في ترقية هذا القطاع، منها المشاتل ومراكز التسهيل، وذلك وفق المادتين 12، 13 من القانون التوجيهي.

¹ - سلطاني محمد رشدي: "التسيير الاستراتيجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر واقعه، أهميته، وشروط تطبيقه"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2008، ص: 84.

حيث تعتبر هذه المراكز كهيئات استقبال، توجيه ومرافقة لحاملي المشاريع، كما تعتبر فضاء للإعلام و المساعدة لمختلف النشاطات وتجمع هذه المراكز كل من رجال الأعمال، الإدارات المركزية، مراكز البحث ومكاتب الدراسات والاستشارة فهي تسعى إلى توجيه المؤسسات نحو الاندماج في الاقتصاد الوطني عن طريق توفير دراسات استراتيجية وتنظيمية حول الأسواق المحلية و الوطنية، كما تساعد على تسهيل عملية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و تقوم بدعم القطاع عن طريق:

- المرافقة والدعم خلال عملية إنجاز المشروع مع تقييم الأخطار في مجال الكفاءة المهنية، معرفة الأسواق والقوانين السارية، كما تقوم بالتعريف بالموارد البشرية، المادية، المالية والتكنولوجية المتاحة.

- دعم تطوير القدرات التنافسية ونشر التكنولوجيا الجديدة وتقديم الاستشارات في مجال تسيير الموارد البشرية والتسويق والتكنولوجيا والابتكار ويدر مركز التسهيل مجلس توجيه ومراقبة ويسيره مدير.

- إعادة تنظيم المؤسسة والمساعدة على الحصول على التمويل والوصول إلى أحسن نوعية تجارية، كما تسعى إلى تحسين النوعية والتكيف مع المقاييس الدولية.

- تقوم بإعداد دراسات استراتيجية، وجمع معلومات خاصة بأسواق الفروع المتاحة على المستويين المحلي و الدولي، مع معالجة المعطيات الخاصة بكل فرع ووضعها تحت تصرف المستثمرين.

- دعم إنشاء و توسيع المؤسسات و تطويرها في مجال التكنولوجيات الحديثة.

و في هذا الإطار وضعت خطة لإنشاء 14 مركز تسهيل في مناطق مختلفة من الوطن ل يتم إنشاء الباقي في مراحل أخرى وإلى حد كتابة هذه السطور فإن هذا المشروع لا يزال في طور الإنجاز. وللإشارة فإن هذه المراكز تعمل بالموازاة مع المشاتل التي يتم إنشائها في نفس المكان.

تعتبر المشاتل هيئات استقبال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحديثة النشأة، حيث توفر لها مجموعة من الخدمات الضرورية للانطلاق في النشاط مثل توفير محلات مؤقتة، توفير خدمات ومساعدات في مختلف المجالات وبأسعار أقل مما هي عليه في السوق، وبالتالي تعتبر المشاتل كوسط اقتصادي محلي يوفر كافة الخدمات الاقتصادية والمالية للمؤسسات الحديثة النشأة، ومن بين أهم أهدافها:

- استقبال و احتضان ومرافقة المؤسسات الحديثة النشأة لمدة معينة وكذا أصحاب المشاريع.

- تسيير وإيجار المحلات للمؤسسات الحديثة النشأة التي لا تتمكنها إمكانيتها المالية توفر المحلات الملائمة للنشاط.

- تقديم الإرشادات الخاصة و الاستشارات في الميدان القانوني والحاسبي والتجاري والمالي والمساعدة على التدريب المتعلق بمبادئ وتقنيات التسيير خلال مرحلة إنضاج المشروع وتكون المشتلة من مجلس إدارة ومدير ولجنة اعتماد المشاريع.

وهذا لأجل ضمان نجاح هذه المؤسسات في المرحلة الأولى لبداية النشاط. و تقدر هذه المدة من سنتين إلى 3 سنوات في أغلب الأحيان، وفي هذا الإطار تستعد الوزارة لفتح مجموعة من المشاتل ترافق مراكز التسهيل من أجل تشجيع ترقية و تطوير هذا القطاع.¹

¹ - بلحمدي سيد علي: "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة"، شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة سعد دحلب البلدة، 2005، ص- ص: 78- 80.

2- وكالة ترقية و دعم الاستثمارات APSI¹

وتعد هذه الأخيرة هيئة عمومية إدارية أنشئت بمقتضى القانون 93-12 المؤرخ في 15 أكتوبر 1993 لخدمة المستثمرين والمؤسسين في الجزائر عن طريق تقديم المساعدات للمؤسسات بمختلف أنواعها سواء في مرحلة إنشاء المشروع أو مرحلة الاستغلال، وسنحاول بيان هذه الأخيرة وذلك على النحو التالي:

أ. في مرحلة انجاز الاستثمار : وخلال هذه المرحلة يستفيد المستثمر من مجموعة من الامتيازات طوال فترة لا يمكن أن تتجاوز 3 سنوات من تاريخ صدور القرار الذي يقضي بمنح الامتيازات وهذه الأخيرة تتمثل في:

- ❖ الإعفاء من ضريبة نقل الملكية بمقابل وهذا بالنسبة لكل المشتريات العقارية المنجزة في إطار الاستثمار.
- ❖ تطبيق رسم ثابت في مجال التسجيل بنسبة 5 بالألف تخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال.
- ❖ إعفاء الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار من الرسم العقاري ابتداء من تاريخ الحصول عليها .
- ❖ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة على السلع و الخدمات التي توظف مباشرة في انجاز الاستثمار سواء كانت مستوردة أو محصلا عليها من السوق المحلية .
- ❖ تطبيق نسبة مخفضة تقدر ب 3% في مجال الرسوم الجمركية على السلع المستوردة و التي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمار .

ب. في مرحلة الشروع في الاستغلال : وخلال هذه المرحلة يستفيد المستثمر من جملة من الامتيازات المقررة له قانونا و المتمثلة في :

- ❖ الإعفاء طيلة فترة أداها سنتين وأقصاها 5 سنوات من الضريبة على أرباح الشركة و الدفع الجزائي و الرسم على النشاط الصناعي و التجاري .
- ❖ تطبيق نسبة مخفضة على الأرباح التي يعاد استثمارها بعد انقضاء فترة الإعفاء المحددة .
- ❖ الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات والدفع الجزائي والرسم على النشاط الصناعي و التجاري في حالة التصدير حسب رقم أعمال الصادرات بعد فترة النشاط أداها سنتين و أقصاها 5 سنوات .
- ❖ الاستفادة من نسبة اشتراكات أرباح العمل المقدرة ب 7 % برسم الأجور المدفوعة لجميع العمال طيلة فترة الإعفاء المذكورة سابقا مع تحمل الدولة لفارق الاشتراكات المذكورة وذلك تعويضا للنسب المؤوية التي حددتها التشريع و التنظيم في مجال الضمان الاجتماعي .

والى جانب هذا فإننا نجد بان المشرع قد عمل أيضا على منح امتيازات خاصة للاستثمارات التي تتم في مناطق خاصة إلى جانب منحه امتيازات أخرى للاستثمارات التي تتم في المناطق الحرة وذلك على النحو التالي :

¹ - بولقواس ابتسام، مداخلة بعنوان: " آليات مكافحة البطالة . المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نموذجا" . على الموقع الالكتروني التالي: <http://www.djelfa.info/vb/showthread> 11:22 2013/04/11.

➤ الامتيازات الممنوحة للاستثمارات في المناطق الخاصة

ويقصد بالمناطق الخاصة هي تلك المناطق التي تصنف على أساس أنها مناطق للترقية و التوسيع الاقتصادي والتي تساهم في التنمية الجهوية ، فهذه الأخيرة تستفيد الاستثمارات على مستواها من جملة من الامتيازات المحددة على سبيل الحصر في المادة 21 من ذات القانون .

- خلال مرحلة الانجاز: ولفترة لا يمكن أن تتجاوز 3 سنوات من ذات الامتيازات المذكورة سابقا في المادة 17 من ذات القانون إلى جانب امتياز آخر جديد يتمثل في تكفل الدولة جزئيا أو كليا أو جزئيا بالنفقات المترتبة على أشغال الهياكل القاعدية اللازمة لانجاز الاستثمار بعد أن تقوم الوكالة .

- خلال مرحلة الشروع في الاستغلال : و الذي بموجبه تتمتع الاستثمارات بحسب المادة 22 من ذات القانون من جملة من الامتيازات التي تتمثل في :

❖ الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات و الدفع الجزائي و الرسم على النشاط الصناعي و التجاري لفترة أداها 5 سنوات و أقصاها 10 سنوات من النشاط الفعلي .

❖ إعفاء الملكيات العقارية من الرسم العقاري ابتداء من تاريخ الحصول عليها ولفترة أداها 5 سنوات وأقصاها 10 سنوات.

❖ تخفيض 50 % على الأرباح التي يعاد استثمارها في منطقة خاصة بعد الفترة المنصوص عليها.

❖ الإعفاء من الضريبة على الأرباح بالنسبة للشركات والدفع الجزائي والرسم على النشاطات الصناعية والتجارية في حالة التصدير.

❖ تكفل الدولة جزئيا أو كليا بمساهمات أرباح العمل في النظام القانوني للضمان الاجتماعي برسوم الأجور المدفوعة لجميع العمال طيلة فترة 5 سنوات قابلة للتמיד.

❖ كما يمكن للدولة أن تتنازل عن أراض تابعة للأملاك الوطنية لصالح الاستثمارات التي تنجز في المناطق الخاصة

➤ الامتيازات الممنوحة للاستثمارات المنجزة في المناطق الحرة

لقد أعطى المشرع الجزائري الاستثمارات التي يتم إنجازها في المناطق الحرة من جميع الضرائب والرسوم والاقطاعات ذات الطابع الجبائي وشبه الجبائي والجمركي.

إلى جانب إعفاء عائدات رأس المال الناتجة عن نشاطات اقتصادية تمارس في مناطق حرة من الضرائب .

ومن أهداف وكالة دعم وترقية الاستثمار ما يلي:

- ✓ دعم ومساعدة المستثمرين لإنجاز مشاريعهم؛
- ✓ العمل على تطوير الاستثمارات المحلية والأجنبية؛

✓ منح الحوافز المرتبطة بالاستثمار تطبيقا للسياسة الوطنية في هذا المجال، والسهر على احترام المستثمرين.¹

3- صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة²

أنشئ الصندوق بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03-373 الصادر في 11 نوفمبر 2002 بهدف ضمان القروض الضرورية للاستثمارات التي يجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تنجزها كما هو محدد في القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويتولى الصندوق ما يلي:

-التدخل في منح الضمانات لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنجز استثمارات في الحالات التالية:

*إنشاء المؤسسات؛

*تجديد التجهيزات؛

*توسيع المؤسسات.

-تسيير الموارد الموضوعة تصرفه، وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما؛

-إقرار أهلية المشاريع والضمانات المطلوبة؛

-التكفل بمتابعة عمليات تحصيل المستحقات المتنازع عليها؛

-متابعة المخاطر الناجمة عن منح ضمان الصندوق؛

-ضمان متابعة البرامج التي تضمها الهيئات الدولية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

ضمان الاستشارة والمساعدة التقنية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستفيدة من ضمان الصندوق.

كما كلف الصندوق بالقيام بالمهام التالية:

-ترقية الاتفاقيات المتخصصة التي تتكفل بالمخاطر التي تنشط في إطار ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها؛

-ضمان متابعة المخاطر الناجمة عن ضمان الصندوق، وتسليم شهادات الضمان الخاصة بكل صيغ التمويل؛

-التقييم المستمر لأنظمة الضمان الموضوعة من قبل الصندوق؛

-إعداد اتفاقيات مع البنوك والمؤسسات المالية لصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

-القيام بكل عمل يهدف إلى المصادقة على التدابير المتعلقة بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتدعيمها في إطار ضمان

الاستثمارات، حيث يحل الصندوق محل البنوك والمؤسسات المالية فيما يخص آجال تسديد المستحقات، وفي حدود تغطية المخاطر طبقا للتشريع المعمول به.

¹ - عبد المجيد أونيس: "الاستثمار الأجنبي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة - واقع و آفاق -"، ورقة بحث مقدمة إلى المنتدى الوطني حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربي، جامعة التكوين المتواصل- الجزائر، يومي 17/18 افريل 2006، ص: 254.

² - محمد زيدان: "الهياكل والآليات الداعمة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا- العدد السابع، جامعة الشلف - الجزائر، ص: 127، 126.

4- برنامج ميدا (MEDA)

تعرف الساحة الاقتصادية في الجزائر خلال التسعينيات تطورات جد مهمة، خاصة فيما يتعلق بالانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، والذي ستكون له انعكاسات ملحوظة على مستوى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، تختلف هذه الانعكاسات من مؤسسة لأخرى حسب الوضعية التنافسية لكل منها، و لهذا من الضروري تدخل الدولة من خلال وضع آليات تمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الصمود في وجه المنافسة القوية التي ستواجهها و في هذا الإطار عقد الجزائر مع الاتحاد الأوروبي اتفاقية سنة 1999 تهدف إلى رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية وذلك للمشاركة أكثر في النمو الاقتصادي، و الصمود أمام المؤسسات الأوروبية. حيث خصص مبلغ يفوق 62.5 مليون/أورو كغلاف مالي لتطبيق هذا البرنامج، 57 مليون منه ممول من طرف الاتحاد الأوروبي، والمبلغ المتبقي تتحمله الجزائر. هذا البرنامج يهدف بالأساس إلى:¹

- تقديم الاستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الخبرات، الدراسات، التكوين؛
- تحسين المحيط التنظيمي والمؤسسي؛
- المساهمة في تمويل أفضل للإحتياجات المالية لهذه المؤسسات.

أما معايير القبول الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لكل مؤسسة تابعة للقطاع الصناعي الخاص يجب أن تتوفر فيها المعايير التالية:

- مزاولة النشاط لمدة 3 سنوات على الأقل؛
- أن يكون عدد العمال فيها ما بين 10 إلى 250 عامل؛
- تملك رقم أو سجل تجاري ومسجلة لدى الضمان الاجتماعي؛
- أن تزاوّل نشاطاتها في قطاعات محدودة.²

5- صندوق ضمان قروض استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة³

أنشئ الصندوق بمقتضى المرسوم الوزاري رقم 04 - 134 المؤرخ في 19 أبريل 2004، حيث بدأ نشاطه الفعلي في مارس 2006، وهو عبارة عن " شركة ذات أسهم، يتكون رأسمال الصندوق المسموح به من ثلاثين (30) مليار دينار، ويقدر الرأسمال المكتتب بعشرين (20) مليار دينار منها نسبة 60% مكتتبه على الخزينة ونسبة 40% على البنوك، ويتكون الفرق بين الرأسمال المسموح به والرأسمال المكتتب من سندات غير مكافئة يجوزها الصندوق على ذمة الخزينة".

ويمكن الإشارة أنه يمكن للبنوك والمؤسسات المالية أن تساهم في رأسمال الصندوق بواسطة الحقوق والممتلكات التي تحوزها في شركات التأمين و ضمان قروض الاستثمار.

¹ - بوعشة مبارك: "قضايا اقتصادية وإدارية معاصرة في مطلع القرن الحادي والعشرين، التحديات. الفرص. الآفاق"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان-الاردن، 2009، ص: 147.

² - المرجع السابق، ص: 148.

³ - ابتسام بوشويط: "آلية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص - ص: 94-96.

أولاً: أهداف الصندوق

يهدف الصندوق إلى تحقيق ما يلي:

1. ضمان تسديد القروض البنكية التي تستفيد منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتمويل الاستثمارات المنتجة للسلع والخدمات المتعلقة بإنشاء تجهيزات المؤسسات وتوسيعها، حيث يكون المستوى الأقصى للقروض القابلة للضمان 50 مليون دينار.
2. تستفيد من ضمان الصندوق القروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من طرف البنوك والمؤسسات المالية المساهمة في الصندوق، كما يمكن أن تستفيد البنوك والمؤسسات المالية غير المساهمة من ضمان الصندوق.
3. لا تستفيد من ضمان الصندوق القروض المنجزة في قطاع الفلاحة والقروض الخاصة بالنشاطات التجارية وكذا القروض الموجهة للاستهلاك.

ثانياً: المخاطر المغطاة والضمانات المقدمة من الصندوق

تتمثل المخاطر المغطاة من الصندوق في :

1. عدم تسديد القروض الممنوحة.
 2. التسوية أو التصفية القضائية للمقترض.
- ويتم تغطية المخاطر على أجال الاستحقاق بالرأسمال وكذا الفوائد المستحقة طبقاً للنسب المغطاة، ويحدد مستوى تغطية الخسارة بنسبة 80 % عندما يتعلق الأمر بقروض ممنوحة عند إنشاء مؤسسة صغيرة ومتوسطة، ونسبة 60 % في الحالات الأخرى المذكورة سابقاً، كما يتم تحديد العلاوة المستحقة لتغطية الخطر بنسبة أقصاها 0,5 % من القرض المضمون المتبقي، وتسدد لها المؤسسة سنوياً، حيث يتم تحصيل هذه العلاوة من قبل البنك لفائدة الصندوق.

ثالثاً: إدارة الصندوق وعمله

تشكل الجمعية العامة للصندوق من :

- وزير المالية أو ممثله؛
 - وزير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أو ممثله؛
 - ممثل عن كل من بنك أو مؤسسة مالية مساهمة في الصندوق؛
 - رئيس المجلس الوطني الاستشاري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي يحضر كملاحظ؛ تحدد صلاحيات الجمعية العامة بموجب القانون الأساسي الذي يتم إعداده أمام موثق طبقاً لأحكام القانون التجاري.
- يدير الصندوق مجلس إدارة يتكون من:
- وزير المالية أو ممثله، رئيساً؛

- وزير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أو ممثله؛
- المدير العام للخزينة؛
- ممثلين (2) تنتخبهما البنوك و المؤسسات المالية المساهمة في الصندوق لمدة ثلاث (3) سنوات قابلة للتجديد، ولا يجوز الترشح لتعيين هذين الممثلين إلا للمساهمين في الصندوق الحائزين نسبة 5% على الأقل من الرأسمال.
- يحضر المدير العام للصندوق اجتماعات مجلس الإدارة بدون ممارسة حق التصويت، ويحول له الصلاحيات الواسعة لضمان سير الصندوق وإدارته، ويمثل الصندوق في جميع أعمال الحياة المدنية ويمارس السلطة السلمية على المستخدمين.
- يدرس ويصادق مجلس الإدارة ويبلغ الجمعية العامة بما يلي:
- مشاريع البرامج العامة للنشاطات؛
- الميزانية؛
- مشاريع ميزانية الصندوق وحسابات النتائج؛
- مشاريع عقود الشراكة؛
- مشاريع فتح الرأسمال؛
- التنظيم العام والاتفاقية الجماعية والنظام الداخلي للصندوق؛
- الشروط العامة المتعلقة بمنح الضمانات.
- ترسل المشاريع التي تخضع للموافقة النهائية إلى الجمعية العامة لصلاحياتها بعد أن يدرسها ويوافق عليها مجلس الإدارة.

6 - الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب¹

عملا بأحكام المادة 16 من الأمر رقم 96 - 14، المؤرخ في 24 جوان 1996، أنشئت الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، حيث توضع تحت سلطة رئيس الحكومة، ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة العملية لجميع نشاطاتها و تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي.

فالوكالة جهاز يخضع لقرارات وزارية، تساهم في رفع المستوى الاقتصادي و تنمية البلاد، الحد من البطالة، دمج فعاليات المجتمع و الاستفادة من طاقات الشباب، بحيث تساعد في دفع و تنمية الاستثمار، و إيجاد نوع من العمل الجماعي و الفردي، عن طريق توطيد العلاقات مع البنوك و المؤسسات المالية، من أجل إتمام الإطار المالي و تطبيق خطة التمويل.

مهام الوكالة

تنحصر مهامها في ما يلي:

- تدعم و تقدم الاستشارة و ترافق الشباب في إطار تطبيق مشاريعهم الاستثمارية.

¹ - قنيدرة سمية: "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة"، شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير موارد بشرية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص- ص: 70 - 71.

- تحديد معارف الشباب المعينون و تكوينهم في تقنيات التسيير، من خلال دورات تدريبية و تكوينية.
- تكلف من يقوم بإنجاز دراسات الجدوى لدى مكاتب دراسات متخصصة لحساب الشباب ذوي المشاريع الاستثمارية.
- متابعة الاستثمارات التي ينجزها الشباب، مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطها بالوكالة و بمساعدتهم عند الحاجة، لدى المؤسسات و الهيئات المحلية، لإنجاز مشاريعهم.
- وضع تحت تصرف الشباب ذوي المشاريع كل المعلومات ذات الطابع الاقتصادي و التقني و التشريعي و التنظيمي، المتعلق بممارسة نشاطهم.
- إقامة علاقات متواصلة مع البنوك و المؤسسات المالية، في إطار التركيب المالي للمشاريع و تطبيق خطة التمويل و متابعة إنجازها.

7- الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر¹

أعطيت إشارة انطلاق منظومة القرض المصغر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 04-13 المتعلق بجهاز القرض المصغر و المرسوم التنفيذي رقم 04-14، المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر و تحديد قانونها الأساسي، المؤرخان في 22 جانفي 2004. ويوجه القرض المصغر للفئات بدون دخل كالنساء الماكثات بالبيت، أو تلك التي لها مداخيل غير مستقرة أو غير منتظمة، بإحداث أنشطة منتجة للسلع و الخدمات، إذ يسمح باقتناء عتاد صغير و مواد أولية للانطلاق في ممارسة نشاط أو حرفة ما، و يحدد مبلغ هذا القرض ب50000 دج كحد أدنى، و لا يمكنه أن يفوق 400000 دج.

❖ إمميزات القرض المصغر

- تمتع الوكالة بالشخصية المعنوية و الإستقلال المالي و تتمثل الامتيازات و المساعدات المقدمة من قبلها في :
 - الدعم، النصائح، المساعدة التقنية للمستفيدين أصحاب المشاريع المؤهلة.
 - تمنح قرض بدون فائدة، عندما تفوق كلفة المشروع 100000 دج يخصص لتكملة مستوى المساهمات الشخصية المطلوبة للإستفادة من القرض البنكي.
 - قرض بدون فائدة لشراء مواد أولية، و التي لا تتجاوز كلفتها 30000 دج.
 - تخفيض في نسب الفائدة بالنسبة للقروض البنكية المتحصل عليها.

8- الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة²

نظرا لعمليات التسريح الجماعي الناجمة عن إعادة الهيكلة و خصوصية المؤسسات العمومية، فقد وضع المشرع الجزائري جهازا للتأمين على البطالة و الإحالة على التقاعد المسبق، حيث صدر المرسوم التشريعي رقم 94-09 المؤرخ في 26 ماي 1994 المتضمن الحفاظ على الشغل و حماية الأجراء الذين قد يفقدون عملهم بصفة لا إرادية، و المرسوم التنفيذي رقم 94-11 المؤرخ في 26 ماي 1994 المتعلق بإحداث نظام التأمين على البطالة لفائدة الأجراء الذين قد يفقدون عملهم بصفة لا إرادية

¹ - المرجع السابق، ص: 72 - 73.

² - المرجع السابق، ص: 73 - 74.

و لأسباب إقتصادية، بالإضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم 94 - 188 المؤرخ في 06 جويلية 1994 الذي يتضمن القانون الأساسي للصندوق الوطني للتأمين على البطالة.

مهام الصندوق

للصندوق الوطني للتأمين عن البطالة صلاحيات منها:

- ضبط باستمرار بطالة المنخرطين و تحصيل الاشتراكات المخصصة لتمويل أداوات التأمين عن البطالة، و رقابة تسريح العمال.
- يسير الأداوات المقدمة بعنوان الخط الذي يغطيه.
- يساعد و يدعم البطالين بالاتصال مع المصالح العمومية للتشغيل و إدارتي البلدية و الولاية، و إعادة إدماج المستفيدين منهم من أداوات التأمين عن البطالة في الحياة النشطة.
- يؤسس صندوقا للاحتياط، حتى يمكنه من مواجهة التزاماته إزاء المستفيدين في جميع الظروف.
- و يساهم الصندوق في إطار مهامه، و بالاتصال مع المؤسسات المالية و الصندوق الوطني لترقية التشغيل، في استحداث مناصب عمل لفائدة البطالين الذين يتكفل بهم، لاسيما من خلال ما يأتي:
- التمويل الجزئي للدراسات المتعلقة بالأشكال غير النموذجية للعمل و الأجور و تشخيص مجالات التشغيل و مكانه.
- التكفل بالدراسات التقنية والاقتصادية لمشاريع استحداث مناصب عمل جديدة لفائدة البطالين الذين يتكفل بهم، و يتم ذلك بالاتصال مع المصالح العمومية للتشغيل.
- تقديم المساعدات للمؤسسات التي تواجه صعوبات في أعمالها، من أجل المحافظة على مناصب العمل حسب الأشكال و الصيغ المقررة بموجب إتفاقية.
- و في إطار تعبئة البطالين الذين سرحوا من مناصب عملهم لأسباب اقتصادية، كلف هذا الصندوق بتدعيمهم و تشجيعهم لإنشاء مؤسسات لصالحهم، و الذين تتجاوز أعمارهم 35 سنة و لا تفوق 50 سنة، هذه الآلية أخذت أبعادها من خلال قرارات و توجيهات المجلس الوزاري المشترك بتاريخ 13 / 07 / 2003، للاهتمام بفئات البطالين الذين لا يمكنهم التعامل مع وكالة دعم تشغيل الشباب، التي تشترط على المستفيدين المتعاملين معها سنا محصورا بين 20 و 35 سنة، لهذا نجد قانون مالية 2004 منح مزايا جبائية لأولئك الذين ينشئون مؤسسات و البالغين من العمر من 35 سنة إلى غاية 50 سنة.
- إذن فالصندوق الوطني للتأمين على البطالة قد تم تأسيسه كجهاز لدفع التعويضات للتأمين على البطالة و أيضا جهاز لإعادة إدماج العمال المسرحين من العمل.

الفرع الثاني: تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

إن عملية التأهيل هي عبارة عن مجموعة من الإجراءات الهدف منها تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات خاصة في ظل عولمة المبادلات وترابط العلاقات الاقتصادية الوطنية مع السياسات الاقتصادية الدولية وهي لا تقتصر على حل مشاكل المؤسسات فحسب، بل تتعدى ذلك إلى المحيط الاقتصادي ككل.¹

وسعى وراء تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وتحسين قدراتها التنافسية وتمكينها من مواكبة التطورات والتحولات الاقتصادية الحاصلة، وفي ظل هيمنة التجمعات والتكتلات الاقتصادية الكبرى في مختلف الأسواق العالمية، أعدت الوزارة الوصية برنامجا وطنيا لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقيمة 01 مليار دينار سنويا يمتد إلى غاية سنة 2013، ويهدف هذا البرنامج إلى:

- تحليل فروع النشاط وضبط إجراءات التأهيل للولايات بحسب الأولوية عن طريق إعداد دراسات عامة كفيلة بالتعرف عن قرب على خصوصيات كل ولاية وكل فرع نشاط وسبل دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بواسطة تمييز الإمكانيات المحلية المتوفرة وقدراتها حسب الفروع وبلوغ ترقية وتطور جهوي للقطاع؛
- تأهيل المحيط المجاور للمؤسسة عن طريق إنجاز عمليات ترمي إلى إيجاد تنسيقي ذكي وفعال بين المؤسسة الصغيرة والمتوسطة ومكونات محيطها القريب؛

- إعداد تشخيص استراتيجي عام للمؤسسة ومخطط تأهيلها؛

- المساهمة في تمويل مخطط تنفيذ عمليات التأهيل خاصة فيما يتعلق بترقية المؤهلات المهنية بواسطة التكوين وتحسين المستوى في الجوانب التنظيمية وأجهزة التسيير والحيازة على القواعد العامة للنوعية العالمية (الإيزو) ومخططات التسويق؛

- تحسين القدرات التقنية ووسائل الإنتاج؛

وبذلك أنشأت الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتتكفل بمتابعة تنفيذ برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا احتضان بنك للمعطيات الاقتصادية، بالإضافة إلى إعداد دراسات اقتصادية، ومتابعة، وتنسيق نشاطات مراكز التسهيل ومشاتل (حاضنات) المؤسسات، ويتنظر من هذا البرنامج تنمية اجتماعية واقتصادية مستدامة على المستوى المحلي، والجهوي بواسطة نسيج من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات تنافسية وفعالية في سوق مفتوحة وإنشاء قيم مضافة جديدة ومنتصب شغل أكثر.

وباعتبار مسألة التمويل تمثل جوهر إشكالية تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، فقد اعتمدت مجموعة من التقنيات في مجال منح الائتمان المصرفي أهمها نذكر:

- ❖ القروض المستندية كتقنية لتمويل التجارة الخارجية استيرادا وتصديرا.
- ❖ السماح بمنح قروض استغلال (قصيرة الأجل) وبالسحب على المكشوف.
- ❖ قروض متوسطة الأجل لتمويل الاستثمارات.

¹ - مرزوقي نوال: "معوقات حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على شهادة الإيزو 9000 و14000"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة فرحات عباس بسطيف، 2010، ص: 47.

ونص الأمر رقم 03/01 المؤرخ في 20 أوت 2001، المتعلق بتطوير الاستثمارات في المادة 11/10 على أن الاستثمارات التي تنجز في المناطق التي هي بحاجة إلى تنمية، وكذا الاستثمارات التي هي مهمة بالنسبة للاقتصاد الوطني والتي تستعمل تكنولوجيا خاصة من شأنها أن تحافظ على البيئة تستفيد من المزايا التالية:

❖ الإعفاء مع دفع حقوق نقل الملكية.

❖ تكفل الدولة كلياً أو جزئياً بمصاريف الأشغال المتعلقة بالمنشآت الضرورية لإنجاز الاستثمارات وذلك بعد تقييمها من طرف الوكالة.

وكانت هذه الإجراءات تهدف إلى إحداث مرونة وتسهيل التعامل بين البنوك والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة إلى إمكانية اقتحام الأسواق الخارجية، للإشارة فإنه يعتبر دخول اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وانفتاح السوق الجزائرية على المنافسة الدولية محفزاً لإنشاء الصندوق الخاص بتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الذي تضمنه قانون المالية لسنة 2006.¹

وبصفة عامة تتمثل أهداف عملية التأهيل فيما يلي²:

أ. ترقية وتطوير محيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: إن المحيط هو الوسط الذي تمارس فيه المؤسسات ص و م نشاطها وتسعى للتأقلم مع جميع متغيراته وتأثيراته فهو يعبر عن المؤشر الأساسي الذي يبين الوضعية التي تعمل فيها هذه المؤسسات، ولذلك وجب العمل على تأهيله وترقيته بالشكل الذي يساعدها على تحقيق أهدافها والنجاح في استمرارها وبقائها.

ب. تحسين تسيير المؤسسات: تسعى الجزائر من خلال برامج التأهيل إلى رفع الكفاءة الإنتاجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حتى تستطيع الحفاظ على حصتها في السوق المحلي في مرحلة أولى والبحث عن أسواق خارجية في مرحلة موالية) الانفتاح الاقتصادي، وذلك بإدخال مجموعة من المتغيرات في طرق وأساليب التسيير والإنتاج بغية الاستخدام الأمثل للقدرة الإنتاجية المتاحة، وتنمية الكفاءات البشرية، والتنمية والبحث في وظيفة التسويق.

ت. تعزيز وتدعيم مؤسسات الدعم: تسعى الجزائر إلى تعزيز الدعم وهذا على المستوى القطاعي لأن نجاح أي برنامج للتأهيل مرتبط بمدى قدرة وفاعلية هذه المؤسسات، فهذا البرنامج يهدف بالضرورة إلى تحديد أهم المتعاملين مع المؤسسة من حيث إمكانياتها ومهامها، بالإضافة إلى تطويرها حسب المتطلبات العالمية الجديدة ومن أهم هذه المؤسسات نجد: مؤسسات التكوين المتخصصة، مؤسسات تسيير المناطق الصناعية، بورصة المناولة والشراكة.

ث. تحسين تنافسية المؤسسات: إن هدف الوصول إلى تعزيز وتحسين القدرة التنافسية يعتبر من الأهداف الهامة التي يسعى إليها قطاع المؤسسات ص و م فبالرجوع إلى المادة 18 من القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات ص و م، نجد أن عملية التأهيل تهدف أساساً إلى زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات لأن عنصر التنافسية ضروري لأي مؤسسة في وقتنا الحالي للحفاظ على مكانتها وتطويرها.

ج. توفير مناصب الشغل: تعاني الجزائر كبقية الدول النامية من مشكل البطالة بنسبة تقدر ب 29.9 بالمائة سنة 1995، لذا تحاول الحكومة أن تهيئ جميع الظروف المواتية لإنشاء ومرافقة وتأهيل المؤسسات ص و م لتساعدها على خلق فرص عمل منتجة يستخدم فيها الفرد العامل جميع قدراته ومهاراته ويحقق إمكاناته في النمو.

¹ - قدي عبد المجيد، دادن عبد الوهاب: "محاولة تقييم برامج و سياسات تمويل المؤسسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، ورقة بحث مقدمة إلى المنتدى الوطني حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات، والمؤسسات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 09/08 أبريل 2002، ص: 7.6.

² - سليمة غدير أحمد: "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، جامعة ورقلة، الجزائر، مجلة الباحث، العدد 2011/09، ص: 134.

خلاصة الفصل

من خلال تطرقنا إلى ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصادر تمويلها، أهدافها وأهميتها والمعوقات التي تواجهها، ومعرفة واقعها ومكانتها في الاقتصاد الجزائري يتبين لنا النقاط التالية.

- اختلاف التعاريف المقدمة لهذه المؤسسات وذلك نظرا للتباين والاختلاف في درجة النمو الاقتصادي من دولة إلى أخرى، واختلاف طبيعة النشاطات الاقتصادية لهذه المؤسسات في الدولة ذاتها مما جعل اقتصاديات الدول والمنظمات العالمية تعتمد على جملة من المعايير الكمية والنوعية لتحديد تعريف هذه المؤسسات التي أخذت عدة أشكال، وخصائص تميزها عن غيرها من المؤسسات الكبيرة بناء على أهدافها وذلك من عرض التصنيفات المعتمدة في تحديد أشكال وخصائص هذه المؤسسات.
- إن السبب الرئيسي في تزايد عددها وانتشارها يعود إلى المميزات والخصائص التي تتميز بها من سهولة الإنشاء وسهولة التحكم فيها وغيرها من المميزات.
- تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تمويل نشاطها على مصدرين أساسيين هما من أهم المصادر الأساسية لتمويل هذا القطاع هما التمويل الذاتي والاقتراض من البنوك التجارية ومؤسسات الإقراض المتخصصة.
- إن عدم كفاءة الإدارة ونقص الخبرة من أهم أسباب فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- لقد رأينا أن هناك جملة من الصعوبات والمعوقات التي تعترض طريق هذه المؤسسات نحو النمو والتطور وقد اتخذت الحكومة الجزائرية عدة تدابير وحلول لهذه الصعوبات إلا أن هذه التدابير تبقى غير كافية بالنظر إلى التحديات الكبيرة التي تقبل عليها الجزائر.
- قامت الحكومة بإنشاء العديد من الهيئات الداعمة لنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتشجع على إقامتها.
- إن تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبح أكثر من ضرورة في تحسين مركزها السوقي في إطار تنافسية المؤسسات العالمية، ومواكبة التغيرات الذي تفرضه عولمة المبادلات الدولية وهذا بالتركيز على تأهيل المحيط الإداري، والتشريعي، وكذا العنصر البشري قصد تحسين وتأهيل أداء هذه المؤسسات لتحقيق التنمية الاقتصادية.

الفصل الثاني:

التنافسية

تمهيد الفصل

يعد بقاء واستمرار المؤسسات في الأسواق أهم الأهداف التي تصبو إليها هذه الأخيرة، ولتحقيق ذلك تسعى كل مؤسسة إلى بناء وامتلاك مزايا تنافسية متعددة، تحقق من خلالها التميز والتفوق على منافسيها لتنال رضا ووفاء عملائها، حيث تواجه المؤسسات الحديثة منافسة شديدة وحادة في ظل المتغيرات العالمية الحالية،

كما يحظى موضوع تطوير القدرة التنافسية خلال السنوات الأخيرة باهتمام واسع النطاق على الصعيد العالمي حتى أصبح هذا الموضوع في الوقت الراهن يحتل صدارة قائمة اهتمامات وأولويات مختلف دول العالم وخاصة النامية منها، وذلك بهدف مواكبة متطلبات التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم والمتمثلة في تسارع وتيرة العولمة و الاندماج في الاقتصاد العالمي و سياسات الانفتاح وتحرير الأسواق وما نجم عنها من ظهور المزيد من التكتلات الإقليمية وانتشار ظاهرة الاندماج والتملك بين الشركات و المؤسسات العالمية إضافة إلى التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وبغية ذلك فإننا سنبحث أولاً وقبل كل شيء في ماهية التنافسية، وهذا من خلال عرض مختلف التعاريف التي تطرقت لهذا المصطلح ومؤشراتها والميزة التنافسية وعرض مختلف الاستراتيجيات العامة للتنافس وتحديد القوى التنافسية وفي الأخير سنقوم بتحليل المنافسين. وكيفية تطوير القدرة التنافسية للمؤسسة. وهو ما سنوضحه في المباحث التالية.

المبحث الأول: ماهية التنافسية.

المبحث الثاني: الميزة التنافسية للمؤسسة.

المبحث الثالث: الاستراتيجيات التنافسية.

المبحث الرابع: مبادئ التنافسية الفعالة وأسس تطويرها.

المبحث الأول: ماهية التنافسية

إن تحديد مفهوم التنافسية مسألة في غاية الأهمية لأنها تحدد معالم الظاهرة ونطاقها وكيفية قياسها وتفسيرها و معوقات تطورها، وكذلك مغزاها بالنسبة للسياسة الاقتصادية إلا أنه لا يوجد تعريف متفق عليه للتنافسية إذ يختلف باختلاف آراء الباحثين الاقتصاديين و مذاهبهم. و يختلف مفهوم التنافسية باختلاف موضوع الحديث فيما إذا كان عن مؤسسة، عن قطاع أو عن دولة. و العلاقة بين تنافسية المؤسسة و تنافسية القطاع و تنافسية الدولة في علاقة تكاملية إذ أن إحداها تؤدي إلى الأخرى فلا يمكن الوصول إلى قطاع أو صناعة تنافسية دون وجود شركات ذات قدرة تنافسية قادرة على قيادة القطاع لاكتساب قدرة تنافسية على الصعيد الدولي غير أن وجود الشركة أو صناعة ذات قدرة تنافسية لا يؤدي إلى امتلاك الدولة لهذه الميزة، و في المقابل فإن تحقيق الدولة لمعدل مرتفع ومستمر لدخل الفرد يعد دليلا على أن النشاطات الاقتصادية المختلفة تملك في مجملها ميزة للمنافسة على الصعيد الدولي.

وسنحاول إعطاء تعاريف للتنافسية ومؤشرات قياسها حسب عدة تقسيمات و المرتكزات الأساسية للتنافسية ومعوقاتها في المطالب التالية.

المطلب الأول: التنافسية على مستوى المؤسسة

تعتبر التنافسية على مستوى المؤسسة أفضل مستوى لتطبيق مفهوم القدرة التنافسية لان المؤسسات هي التي تنافس في الأسواق وليس القطاعات أو الدول، ونتطرق هنا إلى تعريف التنافسية على مستوى المؤسسة ومؤشرات قياسها.

الفرع الأول: تعريف التنافسية على مستوى المؤسسة

يمكن اعطاء التعريفين التاليين للتنافسية :

أولاً: التعريف البريطاني

تعرف القدرة التنافسية على مستوى المؤسسة في "بريطانيا" على أنها " القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بكفاءة أكثر من المؤسسات الأخرى "،¹ يتمحور هذا التعريف حول مقدرة المؤسسة على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة، وذلك بإنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة وجودة عالية وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب حتى تستطيع من خلالها النفاذ إلى الأسواق الدولية.

ثانياً: تعريف اللجنة الرئاسية الأمريكية

ترى هذه اللجنة بأن المؤسسة التي تملك قدرة تنافسية هي تلك " المؤسسة التي يمكنها أن تقدم المنتجات النوعية، وبتكلفة منخفضة مقارنة مع منافسيها المحليين والدوليين، وبما يضمن تحقيق المؤسسة للربح طويل المدى وقدرتها على تعويض

¹ - زواوي الحبيب ، "سعر الصرف ومؤشرات قياس التنافسية "، ضمن الملتقى الدولي الرابع : المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص:4.

العاملين بها وتوفير عائد للملكية¹، اعتمدت هذه اللجنة في تحديد مفهوم القدرة التنافسية من منظور الربحية حيث اعتبرت المؤسسة التنافسية هي المؤسسة القادرة على تحقيق الأرباح التي تكون في الغالب أعلى من متوسط الأرباح المحققة في قطاع النشاط الذي تنتمي إليه المؤسسة، وأن تستمر في ذلك على المدى الطويل وهذا مرتبط كثيرا بتدنية تكاليف الإنتاج ونوعية المنتجات دون أن يكون ذلك على حساب الأرباح طبعاً.

ويمكن وضع تعريف عام للقدرة التنافسية بأنها القدرة المستمرة للمؤسسات على بيع السلع و الخدمات بربحية في الأسواق.

ونعني بالتنافسية من وجهة النظر الجزئية أنها القدرة التنافسية للمنشأة أو الصناعة إذا ما استطاعت الحفاظ على استمرارية متحصلاتها عبر الزمن أو زيادة حصتها السوقية و متحصلاتها بشكل قابل للاستمرار ، بمعنى عدم تحقيق ذلك من خلال تخفيض الأسعار وتحمل الخسائر ويتم ذلك من خلال إتباع استراتيجيات تركز على التنافس إما في جانب النفقات أو في جانب اختلاف وتميز المنتج².

الفرع الثاني: مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة

يمكن قياس القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال عدة مؤشرات أهمها: الربحية، تكلفة الصنع، الإنتاجية الكلية للعوامل والحصة السوقية.

أولاً: مؤشر الربحية

ونقصد بالربحية "قدرة المؤسسة على تحقيق أرباح تكون في الغالب أعلى مستوى من متوسط الأرباح المحققة في الصناعة (قطاع النشاط) وأن تستمر في ذلك على المدى المتوسط والطويل"، لذلك ما يهم المؤسسة حقا ليست الأرباح الحالية المحققة في لحظة معينة وإنما ما يمكن تحقيقه مستقبلا بحيث يضمن لها البقاء في السوق والاستمرار لفترة طويلة من الزمن، أي أن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية لها.³

إن مؤشر الربحية مرتبط كثيرا بتدنية التكاليف وتعتمد الأرباح المستقبلية للمؤسسة على إنتاجيتها النسبية، وتكلفة عوامل إنتاجها وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على المدى الطويل في الأسواق، كما أن الربحية المستقبلية للمؤسسة يمكن أن تقوم على نفقاتها الحالية على البحث والتطوير وبراءات الاختراع التي تحصل عليها.

ويمكن قياس القدرة التنافسية للمؤسسة انطلاقاً من الربحية كمؤشر بالاعتماد على معطيات الجداول المحاسبية للمؤسسة، نذكر منها النسب التالية:

$$\text{هامش الربح من المبيعات} = \text{صافي الدخل} / \text{إجمالي قيمة المبيعات} \times 100 .$$

$$\text{العائد من الاستثمار} = \text{صافي الربح} / \text{مجموع قيمة الموجودات} \times 100 .$$

$$\text{العائد على حق الملكية} = \text{صافي الربح} / \text{حق الملكية} \times 100 .$$

¹ - ابتسام بوشويط، "آلية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، رسالة ماجستير، كلية علوم التسيير تخصص إدارة مالية، جامعة منتوري - قسنطينة - 2010، ص: 3.

² - نيفين حسين شمت، "التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية"، دار التعليم الجامعي للطباعة و النشر و التوزيع، الإسكندرية، 2010، ص: 25.

³ - ابتسام بوشويط، المرجع السابق، ص: 5.

وبطبيعة الحال إن ارتفاع هذه النسب مقارنة بالمنافسين يعطي مؤشر مهم على تحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة، وعليه المؤسسة التي تملك قدرة تنافسية هي التي تحقق أرباح أكبر مقارنة بمنافسيها.

2 - تكلفة الصنع

يمثل متوسط تكلفة التصنيع مقارنة بالمنافسين مؤشراً للتنافسية، وهذا في قطاع النشاط المتجانس. إلا أنه ينبغي أن لا تكون تدنيه التكاليف على حساب الربحية المستقبلية، وبما أن تكلفة العمل في اغلب الصناعات تمثل النسبة الأكبر من التكاليف الكلية، فإن تكلفة وحدة العمل كافية لان تمثل متوسط تكلفة، مع الإشارة إلى احتمال تناقص وجود هذه الوضعية.¹

إن تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس إلى تكلفة المنافسين تمثل مؤشراً كافياً عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمشروع،² ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلاً جيداً عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تكون تكلفة اليد العاملة تشكل النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية، ولكن هذه الوضعية يتناقص وجودها.

3- الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج

تقيس الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج فاعلية المؤسسة في تحويل عوامل الإنتاج إلى منتجات، إلا أن هذا المفهوم لا يقدم إيضاحاً حول مزايا ومساوئ عوامل الإنتاج. إضافة إلى هذا فإن الإنتاجية الكلية للعوامل لا تعبر عن جاذبية منتجات المؤسسة إذا كان الإنتاج معبر عنه بوحدات فيزيائية. ويرجع نمو الإنتاجية الكلية للعوامل إلى تحسينات تقنية وتحرك دالة التكلفة إلى الأسفل أو تحقيق وفورات الحجم.

وبالمقابل تعتبر المؤسسة غير تنافسية إذا كانت تكلفتها المتوسطة أعلى من منافسيها، ويُعزى ارتفاع التكلفة المتوسطة إلى ضعف الإنتاجية الكلية للعوامل أو إلى أن عوامل الإنتاج الموظفة مرتفعة الأسعار أو للسببين معاً، ويعود ضعف الإنتاجية إلى إدارة أقل فاعلية أو بدرجة استثمار غير فاعلة أو للسببين معاً.³

4- الحصة من السوق

من الممكن للمؤسسة ما أن تكون مرحة وتستحوذ على جزء هام من السوق الداخلية بدون أن تكون تنافسية على المستوى الدولي، ويحصل هذا عندما تكون السوق المحلي محمية بعوائق تجاه التجارة الدولية، كما يمكن للمؤسسات الوطنية أن تكون ذات ربحية آنية ولكنها غير قادرة على الاحتفاظ بالمنافسة عند تحرير التجارة أو بسبب اختفاء واضمحلال السوق، لذلك ينبغي مقارنة تكاليف المؤسسة مع تكاليف منافسيها على الصعيد الدولي.

عندما يكون هناك حالة توازن تعظم المنافع ضمن قطاع نشاط ما ذي إنتاج متجانس، فإنه كلما كانت التكلفة الحدية للمؤسسة ضعيفة بالقياس إلى تكاليف منافسيها، كلما كانت حصتها من السوق أكبر وكانت المؤسسة أكثر ربحية مع افتراض تساوي الأمور الأخرى، فالحصة من السوق تترجم إذن المزايا في الإنتاجية أو في تكلفة عوامل الإنتاج. وفي قطاع نشاط ذي إنتاج غير متجانس، فإن ضعف ربحية المؤسسة يمكن أن يفسر بالأسباب أعلاه و لكن يضاف إليها سببا آخر هو أن المنتجات التي

¹ - مسعود جماني، "أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة"، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، 2008، ص: 9.

² - حسن بشير، محمد نور: ورقة بعنوان: "سياسات التنافسية وأثرها على مناخ الاستثمار"، مقدمة إلى وزارة الاستثمار، لجنة الاستثمار الأفريقي، بالتعاون مع مركز دراسات الشرق الأوسط وأفريقيا، ورشة الاستثمار الأفريقي في السودان. ص: 7.

³ - نفس المرجع، ص: 9.

تقدمها قد تكون أقل جاذبية من منتجات المنافسين بافتراض تساوي الأمور الأخرى أيضاً، إذ كلما كانت المنتجات التي تقدمها المؤسسة أقل جاذبية كلما ضعفت حصتها السوقية ذات.¹

المطلب الثاني: التنافسية على مستوى القطاع

فيما يتعلّق بالتنافسية على مستوى القطاع يمكن إعطاء عدة تعاريف في الفرع الأول ومؤشرات قياسها في الفرع الثاني كالاتي.

الفرع الأول: تعريف التنافسية على مستوى القطاع

يمكن تعريف التنافسية من وجهة نظر القطاع على أنّها قدرة قطاع من القطاعات الاقتصادية على استغلال عوامله الإنتاجية المدى الطويل.

كما يمكن تعريف التنافسية على مستوى القطاع على أنّها قدرة الشركات في قطاع معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية، دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية.²

و في تعريف آخر للتنافسية القطاع "إن فرع النشاط يكون تنافسياً إذا كانت الإنتاجية الكلية لعوامل إنتاجه مساوية أو أعلى منها لدى المنافسين الأجانب، ويكون فرع النشاط تنافسياً أيضاً إذا كان مستوى تكاليف الوحدة الواحدة منه (المتوسطة) يساوي أو يقل عن مستواه لدى المنافسين الأجانب.³

الفرع الثاني: مؤشرات قياس التنافسية على مستوى القطاع

يمكن حساب مقاييس التنافسية على مستوى فرع النشاط حينما تكون المعطيات عن المؤسسات التي تشكله كافية، وهذه المقاييس تمثل متوسطات وقد لا تعكس أوضاع مؤسسة معينة ضمن الفرع المدروس، إن إجراء تحليل التنافسية على مستوى قطاع النشاط أو العناقيد (تجمع أنشطة) يشترط أن تكون المتوسطات على هذا المستوى ذات معنى وفوارق مؤسسات القطاع محدودة، وتعود تلك الفوارق عادة إلى تفسيرات عديدة مثل توليفة المنتجات، عوامل الإنتاج، عمر المؤسسة، الحجم، الظروف التاريخية وعوامل أخرى.

وإذا كان من الممكن تقييم تنافسية المشروع في السوق المحلية أو الإقليمية بالقياس إلى المشروعات المحلية أو الإقليمية، فإن تقييم تنافسية فرع النشاط يتم بالمقارنة مع فرع النشاط المماثل لإقليم آخر أو بلد آخر الذي يتم معه التبادل، إن فرع النشاط التنافسي يتضمن مشروعات تنافسية إقليمياً ودولياً أي تلك التي تحقق أرباحاً منتظمة في سوق حرة.

وتنطبق غالبية مقاييس تنافسية المشروع على تنافسية فرع النشاط، إذا أن فرع النشاط الذي يحقق بشكل مستديم مردوداً متوسطاً أو فوق المتوسط على الرغم من المنافسة الحرة من الموردين الأجانب، يمكن أن يعتبر تنافسياً إذا تم إجراء التصحيحات اللازمة.

¹ - رحمان أسماء : " دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، جامعة احمد بوقرة ، 2009 ، ص: 21 .

² - زغدار احمد، "المنافسة، التنافسية و البدائل الاستراتيجية"، دار جرير للنشر و التوزيع، 2011، ص: 26.

³ - كلثوم كباي ، " التنافسية وإشكالية الاندماج في الاقتصاد العالمي"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008، ص07.

1- مؤشرات التكاليف والإنتاجية¹

يكون فرع النشاط تنافسياً إذا كانت الإنتاجية الكلية للعوامل (PTF) فيه مساوية أو أعلى منها لدى المشروعات الأجنبية المزاخرة أو كان مستوى تكاليف الوحدة بالمتوسط يساوي أو يقل عن تكاليف الوحدة للمزاحمين الأجانب. وغالباً ما يتم لذلك إجراء المقارنات الدولية حول إنتاجية اليد العاملة أو التكلفة الوحيدة لليد العاملة CUMO، ومن الممكن تعريف دليل تنافسية تكلفة اليد العاملة لفرع النشاط i في البلد j في الفترة t بواسطة المعادلة التالية :

$$CUMO_{ijt} = \frac{W_{ijt} \times R_{jt}}{\left(\frac{e}{L}\right)_{ijt}}$$

حيث:

W_{ijt} : تمثل معدل أجر الساعة في فرع النشاط i والبلد j في خلال الفترة t .

R_{jt} : تمثل معدل سعر الصرف للدولار الأمريكي بعملة البلد j في خلال الفترة t .

$\left(\frac{e}{L}\right)_{ijt}$: تمثل الإنتاج الساعي في فرع النشاط i والبلد j في خلال الفترة t .

ويصبح من الممكن التعبير من خلال المعادلة التالية عن "التكلفة الوحيدة لليد العاملة النسبية" مع البلد k

$$CUMO_{ijkt} = CUMO_{ijt} / CUMO_{ikt}$$

ويمكن أن ترتفع CUMO للبلد j بالنسبة إلى مثيلاتها للبلدان الأجنبية لسبب أو أكثر مما يلي :

✓ 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.

إن المشكلة الرئيسية لمقارنة التكلفة الوحيدة تنجم عن غموضها، فإن ارتفاع التكلفة الوحيدة النسبية بسبب ارتفاع في الأجور أو في زيادة في سعر الصرف، يكون مرغوباً إن كان يعكس زيادة في حاذية صادرات البلد أو قيمتها في البلدان الأجنبية أو زيادة في تكلفة "العدول" للعمال بالبلد، وإلا فالتكلفة الوحيدة للبلد ينبغي أن تهبط بالمقارنة مع تكلفة شركائه التجاريين، وهذا التراجع يمكن أن يستلزم تحسينات في الإنتاجية أو هبوطاً في الأجور أو خفضاً للعملة.

تبنى العديد من الاقتصاديين حتى منتصف الثمانينات فكرة أن التنافسية الدولية محددة بشكل وحيد بأسعار التصدير التي هي دالة أساساً في تكلفة عوامل الإنتاج الصناعي الوحيدة وعلى الخصوص الأجور، لذلك كانت توصياتهم العملية حول السياسة الاقتصادية في ضوء هذه المقارنة للتنافسية الدولية تتناول :

✓ إجراءات مستندة أساساً على التكلفة الأجرية وإنتاجية القوى العاملة، وفي بعض الأحيان التكلفة الأجرية فقط.

✓ إمكان تحقيق مكاسب في التنافسية من خلال خفض قيمة العملة.

¹ - القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية. العدد الرابع والعشرون، ديسمبر/كانون الأول، 2003، ص: 14.

لكن هذه الرؤية وجهت لها انتقادات بناء على تجربة ألمانيا واليابان فقد عرفنا ارتفاع في CUMO وتوسع في حصصهما من السوق الدولية في آن واحد بسبب أن تكلفة اليد العاملة لم تشكل القسم الأكبر من التكلفة الإجمالية، ولكن خبرة البلدين تتوافق مع تزايد الطلب الخارجي على صادراتهما وبذلك نشأ توازن جديد برفع سعر الصرف والكميات المخصصة للتصدير الدولي، والانتقاد الثاني كون تكلفة اليد العاملة يمكن ألا تشكل إلا جزءاً صغيراً من تكلفة السلع والخدمات التي يتم تبادلها وبذلك يمكن تحديد أثر تلك التكلفة بواسطة تغير ملحوظ في قطاعات أخرى أو في أسعار عوامل الإنتاج الأخرى وبذلك لن يكون لتغيرات CUMO أثراً على سعر الصرف.

2- مؤشرات التجارة والحصة من السوق الدولي

يستخدم الميزان التجاري والحصة من السوق كمؤشر لقياس تنافسية قطاع نشاط معين، فالقطاع يخسر تنافسيته عندما تنخفض حصته من الصادرات الوطنية الكلية، أو حصته من الواردات تتزايد¹ لسلعة معينة أخذاً في الاعتبار حصة تلك السلعة في الإنتاج أو الاستهلاك الوطني الكلي.

3- الميزة النسبية الظاهرة

أنشأ بورتير (1990) مقياساً للتنافسية مستنداً على الميزة التنافسية الظاهرة (RCA): Revealed Comparative Advantage index ويمكن حسابه لبلد ما J لمجموعة منتجات أو فرع نشاط i كالتالي :

$$RCA_{ij} = \frac{[الصادرات الكلية للبلد j] / [صادرات المنتج i للبلد j]}{[الصادرات الدولية الكلية] / [الصادرات الدولية للمنتج i]}$$

عندما تكون RCA_{ij} أكبر من الواحد فإن البلد يمتلك ميزة تنافسية نسبية ظاهرة للمنتج i، و يجدر الاهتمام بالميزان التجاري لفرع النشاط، فإن فرعاً صناعياً تبلغ حصته 6% من الصادرات الدولية و 7% من الواردات الدولية لا يمكن اعتباره تنافسياً.²

¹ - سامية سرحان: " أثر السياسات البيئية على القدرات التنافسية لصادرات الدول النامية"، رسالة ماجستير تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011، ص: 42.

² - عميش عائشة، حدادو علي: " مؤشرات قياس التنافسية ووضعيتها في الدول العربية"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص: 7.

المطلب الثالث: التنافسية على مستوى الدولة

سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف التنافسية على مستوى الدولة في الفرع الأول ومؤشرات قياسها في الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعريف التنافسية على مستوى الدولة

يعرف تقرير التنافسية العالمية تنافسية البلد بأنها "القدرة على تحقيق معدلات نمو مرتفعة و مستدامة في دخل الفرد الحقيقي مقاسا بنصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي".

كما تعرف هيئة الولايات المتحدة للمنافسة الصناعية تنافسية الدولة بأنها "قدرة البلد على إنتاج السلع والخدمات التي تنتج في امتحان أو اختبار الأسواق الدولية وفي الوقت نفسه تحافظ وتوسع الدخل الحقيقي للمواطنين .

وتعرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية الأوروبية التنافسية على مستوى الاقتصاد الوطني على أنها " الدرجة التي يستطيع البلد في ظل أسواق حرة وعادلة لإنتاج السلع والخدمات التي تنجح في اختيار الأسواق الدولية ,وفي نفس الوقت المحافظة على توسيع الدخول الحقيقية لمواطنيها في المدى الطويل .

هذا ويرى البعض أن التنافسية هي قدرة البلد على توليد نسبي لمزيد من الثروة بالقياس إلى منافسيه في الأسواق العالمية .¹

وطبقا لهذا المفهوم فإن عناصر تنافسية للدولة ومؤشراتها تبدأ بالمؤشرات الكلية للاقتصاد القومي مروراً بموقف العلاقات الاقتصادية مع العالم الخارجي، ومواصفات عناصر إنتاج من موارد طبيعية و رأس مال وقوة عمل والبنية الأساسية بمفهومها المشكل للقاعدة العلمية التكنولوجية، والكفاءات الإدارية وتنتهي بدور الحكومة وكفاءاتها في القيام بوظائفها المتنوعة وجودة السياسات التي تتبعها لتحقيق أهدافها.²

الفرع الثاني: مؤشرات قياس تنافسية الدولة

هناك العديد من المؤشرات المقترحة للتنافسية الوطنية، ولكن سنركز على نمو الدخل الحقيقي للفرد وعلى النتائج التجارية للبلد.

أ- نمو الدخل الحقيقي للفرد: إن نمو الدخل الحقيقي للفرد ونمو الإنتاجية مفهومان مترابطان، فالدخل الحقيقي للفرد يعتمد على إنتاجية العوامل الكلية total factor productivity (TFP) وعلى رأس المال والموارد الطبيعية وحدود التجارة كما أن الارتفاع في TFP يزيد من دخل الفرد وهذا ما من شأنه رفع ثروة البلد من الموارد الطبيعية ورأس المال وتحسين التجارة، وعندما تتحسن حدود التجارة لبلد ما فإنه يتمكن من زيادة وارداته الممولة بعائدات الصادرات ذاتها، إذن فتحسن حدود التجارة يرفع من حجم الاستهلاك الداخلي المحتمل.

¹ - عبد الرحمان بن عنتر ، " نحو تحسين الإنتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الصناعية" ،رسالة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية تخصص تحليل اقتصادي ،جامعة الجزائر 2004 ،ص: 146 .

² - تشام فاروق: " دور وأهمية مناخ الاستثمار في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية" ، في الملتقى الوطني الأول حول «المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد" 23/22 أفريل 2003 ، ص: 5.

ويمكن أن تتحسن حدود التبادل للبلد وبالتالي دخل الفرد فيه إذا كان هناك طلب دولي إضافي على السلع والخدمات التي يصدرها أو كان هناك فائض في العرض الدولي من السلع والخدمات التي يستوردها.

غالباً ما لا يتم التفرقة بين نمو الإنتاجية ونمو الدخل الفردي، فإذا كان نمو دخل الفرد الذي يعزى أساساً إلى نمو TFP يشكل المؤشر الأفضل للازدهار الاقتصادي، فإنه بالإمكان عملياً استعماله للتأشير عن التنافسية الوطنية

ب - النتائج التجارية: هناك عدة مقاييس لتحديد النتائج التجارية للبلد ونذكر منها ما يلي:

ب-1 - الميزان التجاري: إن العجز في الميزان التجاري يمكن أن ينشأ عن عجز في موازنة الدولة أو معدل ادخار ضعيف مع مستوى منخفض للاستثمارات الخاصة في مجمل الاقتصاد أو العاملين معاً. كما أن العجز في الحساب الجاري يمثل تحويلاً حقيقياً للأجانب أي زيادة قيمة السلع والخدمات المستوردة من الخارج عن قيمة الصادرات إلى الخارج. وكتيجة للادخار السلبي والقروض الخارجية فإن المشروعات العاملة في القطاعات ذات السلع المتاجر بها والخدمات للبلد المعني أقل تنافسية، وفي الغالب فإن الحصة من السوق للمنتجين المحليين سوف تنقص.

ب-2 - تركيب الصادرات: لقد استعمل بعض الاقتصاديون تقنية تقيس نسبة الصادرات لبلد ما العائدة للقطاعات ذات القيمة المضافة المرتفعة لكل عامل أو إلى القطاعات ذات التقانة العالية. فإذا كانت هذه النسبة كبيرة نسبياً أو تتزايد فهذا سيسمح بوجود تحسن في الميزة النسبية في القطاعات التي تكون فيها الأجور مرتفعة وهذا يعني أن الإنتاجية تزيد في فروع النشاط المنتجة للسلع القابلة للتجارة وذات القيمة المضافة المرتفعة للفرد بشكل أسرع مما يتم في الفروع الأخرى¹.

المطلب الرابع: المرتكزات الأساسية للتنافسية ومعوقاتها²

تعتبر السرعة في إقتناص فرصة تحقيق مزايا تنافسية جديدة من بين المرتكزات الأساسية للتنافسية بالإضافة إلى مجموعة من المرتكزات الأخرى، كما تواجه التنافسية معوقات عديدة سيتم التطرق إليها في الآتي.

الفرع الأول: المرتكزات الأساسية للتنافسية

ترتكز التنافسية على سبعة عناصر أساسية، تتمثل في:

- تحقيق وتعظيم رضا كافة الأطراف المعنية، من خلال تقديم منتجات وخدمات متميزة مقارنة بالمنافسين.
- تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية للعميل ومن ثم تلبيتها بطريقة أفضل من المنافسين.
- السرعة في اقتناص فرصة تحقيق مزايا تنافسية جديدة، وذلك قبل أن يسبقها إليها المنافسون.
- القدرة على مفاجئة وإبهار الآخرين من خلال خلق ميزة تنافسية جديدة.
- استخدام سلسلة من التكتيكات والطرق لخلق ميزة تنافسية مؤقتة مما يغير في قواعد لعبة المنافسة.
- الإعلان عن الأفعال الإستراتيجية المرغوب اتخاذها مما يسمح بتعطيل ردود أفعال المنافسين.

¹ - يوسف مسعداوي: "إشكالية القدرات التنافسية في ظل تحديات العولمة"، مقدم إلى الملتقى العلمي الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، الشلف، أيام 27 و 28 نوفمبر 2007، ص: 14.

² - معمر قوادي فضيلة: "أثر إدارة التغيير على الإستراتيجية التنافسية للمؤسسة الصناعية"، مرجع سابق، ص: 16.

-تنظيم خطوات متابعة ومتناسقة للتطور الاستراتيجي مما يسمح بخلق فرص تسويقية جديدة أكبر.

الفرع الثاني: معوقات التنافسية

من بين المعوقات التي تضعف من دور التنافسية:

-ضعف الهياكل التنظيمية في المجتمع.

-انخفاض مستوى المورد البشري وتخلف الاتصالات الإدارية.

-غياب قاعدة البيانات ومنظومة المعلومات الإدارية.

-غياب حرية المديرين والمسيرين.

-غياب روح الفريق وحلقات الجودة.

-تدهور المناخ التنظيمي والسلوك التنظيمي الفعال.

-غياب الأداء الأفضل للعمليات.

-الفشل في قياس الفرص والتعرف على التهديدات البيئية.

المبحث الثاني: الميزة التنافسية للمؤسسة

تسعى المؤسسات لان تبقى في السوق وتستمر في مجال عملها ولكن ذلك لا يتحقق بشكل سهل بل تتعرض إلى منافسة شديدة وقوية، ومن أجل مواجهة ذلك ولتحقق أهدافها المطلوبة، فإنه يستوجب أن تمتلك ميزة تنافسية تعبر بها ومن خلالها عن تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى في ذات الصناعة، ولذا يستوجب أن تعرف المؤسسة قواعد التنافس القائمة في السوق وكيف يمكن أن تلعب الأدوار لكي تكتسب الميزة التنافسية التي تجعلها قادرة على مجارات المنافسين أو التفوق عليهم.

وضمن هذا المبحث سنتطرق إلى مفهوم الميزة التنافسية وأنواعها في المطلب الأول، أما المطلب الثاني سنتناول فيه محددات الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودتها، ومن ثم مصادر الميزة التنافسية وأهميتها في المطلب الثالث.

المطلب الأول: تعريف الميزة التنافسية وأنواعها

سنتناول في هذا المطلب تعريف الميزة التنافسية وأنواعها.

الفرع الأول: تعريف الميزة التنافسية

كثير استخدام مصطلح الميزة التنافسية في الآونة الأخيرة وهناك العديد من الباحثين الذين تطرقوا إلى تعريف الميزة التنافسية أهمها:

- أكد كوتلر على أهمية التركيز على الأداء ووصف الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على تحقيق الأداء بأسلوب معين أو أساليب متعددة وهناك صعوبة تقليد هذا الأداء من قبل المنافسين في الوقت الحاضر.
 - ويرى Hazer بأنها عبارة عن تكوين نظام يمتلك مزايا منفردة ومتميزة على باقي المنافسين وان الفكرة الرئيسية هي خلق قيمة للزبون بطريقة كفؤة ومناسبة.¹
 - إنها تعني المركز التنافسي الذي تكون به المنظمة والذي تعمل على تطويره بوجه منافسيها من خلال ما تمتلكه من قدرات ومهارات وموارد تتيح لها فرصة التفوق على منافسيها.²
 - وقد عرفت أيضا أنها قدرة المؤسسة على خلق قيمة أفضل لربائنها وأرباح مجزية لنفسها، فالتمايز في المزايا المعروفة والتكلفة و المزايا الموضوعية تضيف مكانة المؤسسة في هذه الصناعة وبأنها مؤسسة رائدة في أي من التكلفة أو التمييز.³
 - تخص الميزة التنافسية مساحة نشاط المؤسسة، أي كل المساحة التي يمتد إليها نشاط المؤسسة.⁴
- بعد استعراض التعاريف أعلاه يمكن القول أن للميزة التنافسية بعدان رئيسيان هما:

البعد الداخلي: بالنسبة له تعني الميزة التنافسية لأي مؤسسة على القدرات المميزة ويجب على القائمين على هذه المؤسسة التعرف جيدا على هذه القدرات الداخلية كالألات والمهارات التي يتمتع بها المورد البشري... الخ.

¹ - يوسف حجيم سلطان الطائي: هاشم فوزي دباس العبادي، "التسويق الإلكتروني"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص: 342.

² - ثامر البكري: "استراتيجيات التسويق"، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص: 192.

³ - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف: "التسويق الاستراتيجي"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011، ص: 243.

⁴ - عيسى حيرش: "الإدارة الاستراتيجية"، الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن 2010، ص: 29.

أما **البعد الخارجي** للميزة التنافسية فيتمحور حول حقيقة مفادها انه لا توجد ميزة تنافسية بدون القدرة على لجم أو صد الأطراف الخارجية والتعامل معها على أسس راسخة من القوة والسيطرة والثبات.

ولقد جاءت كلمة التنافسية مرتبطة بالميزة كإشارة لأهمية كون هذه الميزة ذات علاقة تضاد وتصادم مع الأطراف الخارجية سواء أكانوا المنافسين أو الموردين أم المشترين وغيرها.¹

إن الشيء المؤكد الذي نود التركيز عليه هنا هو أن الميزة التنافسية ترتبط أساسا بالأداء المتحقق من المؤسسة والعاملين فيها وبالتالي لا يمكن أن تبني أو تمتلك أية مؤسسة ميزة تنافسية دون أن ترتقي بأدائها إلى المستوى الذي تتفوق به على المنافسين الآخرين وملدى زمني مناسب، وقد يطول أو يقصر تبعاً لقدرتها في الحفاظ واستخدام تكنولوجيا متقدمة تتيح لها فرصة التفوق على منافسيها في ذات الصناعة.²

مع تصاعد المنافسة وتزايد المنافسين الجدد بأساليبهم ومنتجاتهم الجديدة في ظل العولمة ، فلا ضمانة لأي ميزة تنافسية أن تستمر طويلا ما لم يتم تطويرها باستمرار ولقد انقسم الباحثون في هذا المجال إلى فئتين:

الفئة الأولى: تبنت مدخل الميزة التنافسية طويلة الأمد على أساس إن من الممكن إن تكون الميزة التنافسية دائمة وإن العمل الاستراتيجي هو الذي يحقق استدامة الميزة التنافسية.

الفئة الثانية: تبنت مدخلا جديدا يقوم على أن الميزة التنافسية طويلة الأمد كانت ممكن في الماضي عندما كانت الشركات الأمريكية الكبيرة تتنافس ضد الشركات الصغيرة والمحلية على أساس اقتصاديات الحجم أما الآن وفي ظل الأسواق سريعة التغير والمنافسة الفائقة على الصعيد العالمي فلا ضمانة لميزة تنافسية طويلة الأمد.³

الفرع الثاني: أنواع الميزة التنافسية

إن وجود الميزة التنافسية يساهم في خلق وضعية تنافسية متفوقة يسمح للمؤسسة من تحقيق أرباح اعلي من منافسيها وذلك من خلال قدرة المؤسسة إما على التميز بتكاليف منخفضة ، وإما من خلال تميز منتجاتها عن منافسيها.

وبذلك نجد نوعين رئيسيين من المزايا التنافسية وهما:

أولا: التكلفة الأقل

والتي تتحقق كنتيجة لقدرة المؤسسة على إنتاج وتسويق منتجها بأقل تكلفة ممكنة⁴، بالمقارنة مع الشركات المنافسة وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر ولتحقيق هذه الميزة لابد فهم الأنشطة الحرجة في حلقة أو سلسلة القيمة للشركة والتي تعد مصدرا هاما للميزة التكاليفية.⁵

¹ - يوسف حجي سلطان ، مرجع سابق ، ص: 342

² - ثامر البكري، مرجع سابق ، ص: 194.

³ - محمد سمير أحمد، " التسويق الالكتروني "، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن ، 2009 ، ص: 79.

⁴ - عرابة الحاج، محمددين نور الدين ، "وظيفة البحث والتطوير كأساس لتحقيق ميزة تنافسية جديدة في المؤسسات الاقتصادية" في الملتقى الدولي: المعرفة في ظل الاقتصاد

الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية ، يومي 27-28 نوفمبر 2007 ، جامعة الشلف ، ص: 9 .

⁵ - نبيل مرسي خليل، "الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية، مصر، 1998 ، ص : 84.

و لكي تتوصل المؤسسة إلى تحقيق هذه الميزة، فإنها تعتمد على مراقبة عوامل تطور التكاليف و المتمثلة فيما يلي¹:

• **مراقبة الحجم:** يمكن كل من التوسع في تشكيلة المنتجات، الحيازة على وسائل إنتاج جديدة، التوسع في السوق أو نشاط تسويقي مكثف من تخفيض التكاليف، فمثلا التوسع في تشكيلة المنتجات يمكن من تقسيم التكاليف الثابتة على عدد كبير من المنتجات و بالتالي تخفيض تكلفة الوحدة.

• **مراقبة التعلم:** و يتم ذلك عن طريق مقارنة أساليب و تقنيات التعلم مع المعايير المطبقة في نفس القطاع.

• **مراقبة الروابط:** و يتم بفضل التعرف على الروابط الموجودة بين الأنشطة المنتجة للقيمة من جهة و استغلالها من جهة أخرى، فمثلا اختيار أفضل مكونات المنتج و بالشكل الدقيق و الصحيح يسمح للمؤسسة من تخفيض تكاليف المراقبة للمنتجات التامة الصنع.

• **مراقبة الإلحاق:** يتم تجميع الأنشطة المهمة و المنتجة للقيمة و ذلك قصد استغلال الإمكانيات المشتركة أو تحويل كيفية العمل في تسيير نشاط منتج للقيمة إلى وحدات إستراتيجية تمارس أنشطة مماثلة.

• **مراقبة الرزنامة:** أي المفاضلة بين كون المؤسسة السبابة لدخول قطاع أو نشاط معين من أجل استفادتها من ميزة التكلفة الأقل بشكل متواصل بسبب موقعها الجيد في السوق أو توظيفها لأحسن المستخدمين و تعاملها مع أفضل الموردين أو انتظارها لمدة محددة قبل دخولها لهذا القطاع، إما لكون التكنولوجيات المستعملة سريعة التغير أو بغرض دراسة سلوكيات المستهلكين و تحديد نقاط القوة و الضعف لديهم و بعدها الدخول إلى القطاع بأكثر معرفة للظروف التنافسية السائدة.

• **مراقبة الإجراءات:** يمكن للمؤسسة أن تؤدي بعض الإجراءات، و مع مرور الوقت يكشف تحليل التكاليف عن ضرورة إلغاء أو تغيير البعض منها والذي لا يساهم في تحقيق ميزة التكلفة الأقل أو أنها تكلف المؤسسة أكثر من اللازم، و بالتالي فان هذه المراقبة تسمح بتخفيض التكاليف.

• **مراقبة التموضع:** الخاص بالأنشطة، الموردين و العملاء و الذي من شأنه تخفيض التكاليف و ذلك من خلال تأثيره على عناصر عدة منها: مستوى الأجور، فعالية الإمداد و سهولة الوصول إلى الموردين.

• **مراقبة العوامل الحكومية و السياسية:** كالتشريعات الموضوعة لتنظيم النشاط الاقتصادي.

ثانيا: تمييز المنتج

معناه قدرة الشركة على تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك، (جودة أعلى، خصائص خاصة للمنتج، خدمات ما بعد البيع)² وتعتبر هذه الأخيرة مكلفة بسبب تكلفة للانفراد بنشاطات منتجة للقيمة أفضل من المنافسين كمساعدة العملاء فنيا، توفير مختصين إضافيين وتصنيع منتجات أكثر دواما واستمرارا.

وتنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع.

¹ - فويدر لوزية، كشيدة حبيبة ، "دور الميزة التنافسية في بيئة الأعمال و مصادرها"، في الملتقى الدولي: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية ، يومي 27-28 نوفمبر 2007 ، جامعة الشلف ، ص: 5 .

² - نيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص : 84.

المطلب الثاني : محددات الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودتها

نقدم في هذا المطلب كل من محددات الميزة التنافسية و معايير الحكم على جودتها.

الفرع الأول: محددات الميزة التنافسية

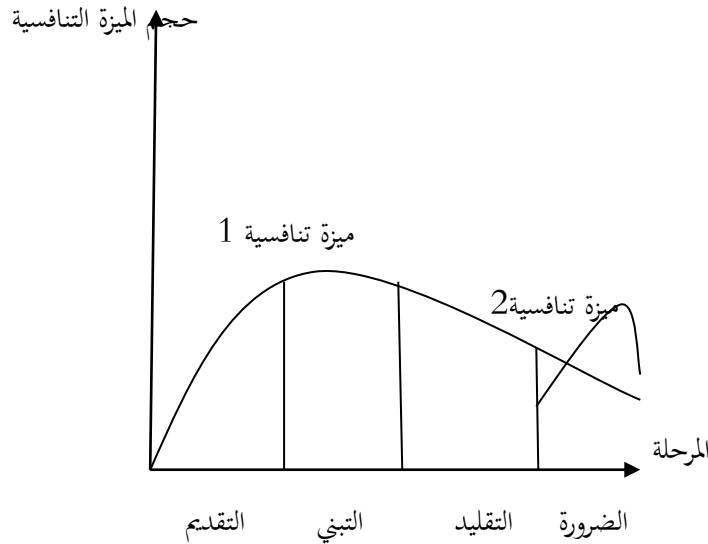
تحدد الميزة التنافسية للشركة من خلال متغيرين أو بعدين هامين هما:

أولاً: حجم الميزة التنافسية

يتحقق للميزة التنافسية سمة الاستمرارية إذا أمكن للشركة المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو تمييز المنتج في مواجهة الشركات المنافسة أطول مدة ممكنة أو عموماً فكلما كانت الميزة أكبر كلما تطلبت جهوداً أكبر من الشركات المنافسة للتغلب عليها أو إلغائها، وكما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة، فإن للميزة التنافسية دورة حياة كذلك .

ويتم تمثيل ذلك من خلال الشكل التالي :

شكل رقم (1): دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: مرسي خليل، "الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية، مصر، 1998، ص 86 .

1- مرحلة التقديم: تمثل أطول المراحل بالنسبة للشركة المنشئة للميزة التنافسية، لكونها لا تحتاج الكثير من التفكير والاستعداد المادي والمالي، وتعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر، ويرجع ذلك للقبول الذي تناله من قبل عدد متزايد من العملاء.

2- مرحلة التبني: هنا تعرف الميزة نوعاً من الاستقرار من حيث الانتشار، لأن المنافسين بدؤوا يركزون عليها، وتكون الوفورات هنا أقصى ما يمكن.

3- مرحلة التقليد: يتراجع حجم الميزة وتتجه تدريجياً إلى الركود لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة الشركة، وبالتالي يتراجع تفوقها عليهم ومن ثم انخفاض في الوفورات.

4-مرحلة الضرورة: هنا تظهر ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطورها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة على أساس مختلف تماما عن الميزة الحالية.

وإذا لم تتمكن الشركة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة، فإنها تفقد أسبقيتها تماما وعندها يكون من الصعوبة العودة إلى التنافس من جديد.

ثانيا: نطاق التنافس

يعبر عن مدى اتساع أنشطة وعمليات الشركة الهادفة لتحقيق مزايا تنافسية، فنطاق النشاط على مدى واسع يمكن أن يحقق وفرة في التكلفة عن الشركات المنافسة. وكمثال على ذلك الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة، وخبرة فنية واعدة، واستخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة، أو مناطق مختلفة، وفي مثل هذه الحالة تتحقق اقتصاديات النطاق وخاصة في حالة وجود علاقات متداخلة ومتراصة بين القطاعات السوقية أو المناطق التي تغطيها عمليات الشركة. وفي المقابل يمكن للنطاق الضيق تحقيق ميزة تنافسية من خلال التركيز على نطاق سوقي معين وخدمته بأقل تكلفة أو تقديم منتج مميز له . وهناك أربعة أبعاد لنطاق التنافس من شأنها التأثير على الميزة التنافسية وهي¹ :

1- نطاق القطاع السوقي: يعكس مدى تنوع منتجات الشركة والعملاء الذين يتم خدمتهم وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

2-النطاق الرأسي: يعبر عن درجة أداء الشركة لأنشطتها سواء الداخلية أو الخارجية، فالتكامل الرأسي المرتفع بالمقارنة مع المنافسين يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التمييز، كما يتيح التكامل درجة أقل من المرونة للشركة في تغيير مصادر التوريد.

3-النطاق الجغرافي: يمثل عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها الشركة ويسمح هذا النطاق بتحقيق مزايا من خلال تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة، وتبرز أهمية هذه الميزة بالنسبة للشركات العالمية، حيث تقدم منتجاتها أو خدماتها في كل أنحاء العالم.

4-قطاع النشاط: يمثل مدى الترابط بين القطاعات التي تعمل في ظلها الشركة فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة قطاعات من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة.

فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات التكنولوجية أو الأفراد والخبرات عبر القطاعات المختلفة التي تنتمي إليها الشركة².

¹ - نبيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص: 86 .

² - هلاي الوليد، "الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة"، شهادة الماجستير، تخصص: علوم تجارية، جامعة محمد بوضياف- المسيلة-، 2009، ص:

الفرع الثاني: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

تحدد جودة الميزة التنافسية من خلال ثلاث عوامل رئيسية متمثلة في:

أولاً: مصدر الميزة

يمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق درجتين هما:

1- مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة مثل التكلفة الأقل من قوة العمل والمواد الخام، وحيث يسهل نسبياً تقليدها من قبل الشركات المنافسة.

2- مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة مثل التكنولوجيا، تمييز المنتج (التميز والتفرد من تقديم منتج أو خدمة من نوعية معينة) السمعة الطيبة والعلامة التجارية القوية، العلاقة الوطيدة مع العملاء وحصيلة من المعرفة المتخصصة.¹

ثانياً: عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة

فاعتماد المؤسسة على ميزة تنافسية واحدة فقط يؤدي إلى سهولة محاكاتها أو التغلب عليها من قبل المنافسين كاعتمادها مثلاً على التكلفة المنخفضة للمواد الأولية، في حين يصعب تقليد الميزة عند تعدد مصادرها.

ثالثاً: درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة

إذ يجب أن تسعى المؤسسات إلى خلق مزايا جديدة وبشكل أسرع وذلك قبل قيام المنافسين بمحاكاة الميزة الحالية لها، وعليها أن تخلق ميزة تنافسية جديدة من مرتبة مرتفعة.²

الفرع الثالث: قياس الميزة التنافسية³

تكون المؤسسة بحاجة إلى معرفة حجم الميزة التنافسية التي تمتلكها ويتم ذلك عبر مقاييس مختلفة تتأثر بالآتي:

أولاً: مقاييس نوعية

تنصب هذه المقاييس على أساس مدى درجة رضا الزبون عن منتجات الشركة قياساً بالمنافسين الآخرين ويمكن للزبائن أن يدركوا جودة المنتجات المقدمة لهم من خلال التمييز بين عدد من المستويات المختلفة للنوعية والتي تمثل الميزة التنافسية وهي:

1. النوعية المتوقعة: وهي تلك الدرجة من النوعية التي يرى الزبون وجوب وجودها في المنتج وهو أمر يصعب تحقيقه في الغالب بسبب التباين والاختلاف بين خصائص وحاجات ورغبات الزبائن.

2. النوعية المدركة: وهي تلك الدرجة من النوعية التي يكتشفها الزبون عند اقتنائه أو حصوله على المنتج وقد تكون أكثر أو أقل مما توقعه مما ينعكس على درجة رضاه من عدمه.

3. النوعية القياسية: وهي ذلك من النوعية التي تقدمها الشركة والتي تتطابق مع المواصفات الأساسية المحددة من قبلها مسبقاً والمخطط لها.

¹ - نبيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص: 99

² - العيهار فله، "دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة"، رسالة ماجستير في علوم التسويق، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2005، ص: 115.

³ - ثامر البكري، مرجع سابق، ص- ص: 200-203 .

ثانياً: مقاييس كمية

وهي المقاييس الأكثر اعتماداً من قبل المؤسسة في قياس الميزة التنافسية وترتبط أساساً بالأداء المالي للمؤسسة في السوق ويتم ذلك عبر عدد من المؤشرات ومن أبرزها:

1. مقياس جودة المنتج النسبي

يمكن اعتماد هذا المقياس في المنظمات التي تتعامل بأكثر من منتج في السوق و بالتالي تحدد مستوى جودة منتجاتها قياساً بالمنافسين سواء كان ذلك بشكل يفوقها أو يساويها أو دونها، ويعتمد في تحديد هذا المقياس على أساس المردودات المحققة من المبيعات أو التعويضات المدفوعة للمشتريين كما يتضح في الآتي:

$$\text{نسبة الضرر جراء مستوى جودة المنتج} = \frac{\text{إجمالي مردود المبيعات}}{\text{إجمالي المبيعات}}$$

2. المنتجات الجديدة النسبية

وتعبر عن مقدار إسهام و تأثير المنتجات الجديدة في القوة التنافسية و المبيعات المحققة إلى إجمالي مبيعات الشركة، وما تحققه بالتالي من ميزة تنافسية مضافة إلى الشركة

3. تكاليف التسويق

وهي مجمل التكاليف المباشرة التي يتم إنفاقها على النشاط التسويقي بمجمله قياساً بالمنافسين .

4. الحصة السوقية

وهو مؤشر مهم في تقدير حصة المؤسسة من المبيعات إلى إجمالي مبيعات الصناعة ذاتها وكلما ارتفعت هذه النسبة كلما تأثر قوة المؤسسة في السوق و هي كما يلي:

$$\text{الحصة السوقية} = \frac{\text{إجمالي قيمة مبيعات المؤسسة}}{\text{إجمالي قيمة مبيعات الصناعة}}$$

كما يمكن بذات الوقت قياس القوة التنافسية للمؤسسة من خلال قوة مبيعات المؤسسة إلى أقوى المنافسين في السوق وهي كما يلي :

$$\text{القوة التنافسية} = \frac{\text{إجمالي قيمة مبيعات الشركة في السوق}}{\text{إجمالي قيمة مبيعات أكبر المنافسين في السوق}}$$

وكلما كانت النتيجة تقرب إلى (1) واحد فان ذلك يعني أن المؤسسة ذات قوة تنافسية كبيرة في السوق و العكس صحيح ، أما إذا كانت النتيجة واحد فان ذلك يعني بان المؤسسة هي الأقوى و القائدة للسوق لكون قيمة مبيعاتها تمثل بذات الوقت قيمة أكبر المنافسين في السوق .

المطلب الثالث: أهمية ومصادر الميزة التنافسية

لا يمكن لأي مؤسسة بأن تتمتع بميزة تنافسية إلا إذا توفرت لديها مجموعة موارد ومصادر وتمكنت من استغلالها بشكل جيد، ولكن مصادر هذه الميزة تختلف من مؤسسة إلى أخرى حسب المجال الذي تنشط فيه المؤسسة.

الفرع الأول: أهمية الميزة التنافسية

تشهد العقود الأخيرة البحث والتركيز في موضوع التنافسية وأخذت المؤسسات بالتنسيق مع الجهات البحثية من اجل الوصول إلى أسرار امتلاك الميزة التنافسية و البحث عن سبل إدامتها.

ويمكن تحديد أهمية الميزة التنافسية بما يأتي:

- تعد بمثابة السلاح الأساسي لمواجهة تحديات السوق والمؤسسة المنافسة .
- كونها تمثل معيارا مهما لتحديات المؤسسات الناجحة عن غيرها .
- تمثل مؤشر إيجابيا نحو توجه المنظمة لاحتلال موقع قوي في السوق من خلال حصولها على حصة سوقية أكبر من منافسيها.¹
- تنبع أهمية القدرة التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية المناسبة لتوفير كفاءة في تخصيص واستخدام الموارد وتحفيز الإبداع والابتكار وتحسين مستوى الإنتاجية وجودة الإنتاج ،ومن اجل تحسين مستوى معيشة المستهلكين عن طريق تخفيض التكاليف والأسعار.²

الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية

يمكن للمؤسسة أن تحقق ميزة تنافسية من خلال مصادر عدة يمكن تحديد أهمها فيما يلي:³

1. التكلفة المنخفضة: إن تميز المنظمة بالتكلفة المنخفضة يعني قدرة المنظمة على إتباع سياسة تسعيرية تتسم بالمرونة و القدرة على تحديد الأسعار بشكل أقل من المنافس مع الاحتفاظ بالجودة المميزة ،لكن عندما تقوم المؤسسة بتخفيض التكلفة من أجل الحصول على الميزة التنافسية لابد أن لا يكون على حساب نوعية أو جودة المنتجات أو الخدمات لأن أي انخفاض في جودة المنتجات لا يمكن اعتبارها ميزة إذا تم تخفيض مستوى الجودة في المنتجات المقدمة.
2. القيمة: عندما يتم تقديم قيمة عالية للزبون من خلال التميز في المنتجات أو الخدمات فهنا يشكل مصدر آخر من مصادر الميزة التنافسية للمنظمة ، فالتفوق في المنتجات أو الخدمات المقدمة للزبون بالمقارنة بما يقدمه المنافس يشير بوضوح إلى التفرد في هذه المنتجات.
3. التكلفة المنخفضة والقيمة: قليل من المؤسسات تستطيع الجمع بين الميزة بالتكلفة و القيمة (التميز في المنتجات) لأن هذا الجمع يحتاج إلى الكثير من الموارد و القدرات و كذلك الكفاءة والمهارة بالإضافة إلى إستراتيجية ذات تأسيس صحيح وواضح وقادر على ذلك، والمؤسسات التي تتوفر فيها هاتان الميزتان حتما ستكون حتما قائدة في سوقها ومتفوقة على منافسيها.

¹ - يوسف سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العباسي، مرجع سابق، ص:348.

² - سياسات التنافسية ، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، العدد 115 نيليو تموز 2012 ،ص:1.

³ - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق ص245،244.

كما أن المؤسسة تستطيع تحقيق ميزة تنافسية من خلال المصادر التالية:

- تطوير شبكات توزيع فعالة يكون فيها الموزعون أكثر ولاء وتحفيزاً .
 - بناء صورة جيدة للمنتوج و تحقيق الولاء للعلامة التجارية.
 - الإعلانات الناجحة والفعالة.
 - الخدمات المقدمة للعميل انطلاقاً من المعرفة الجيدة لحاجات مختلف قطاعات السوق.
 - استخدام التكنولوجيا المتطورة.
 - اكتشاف الفرص التسويقية ومحاولة استغلالها بأفضل الطرق والوسائل.
 - الاستخدام لموارد وإمكانيات المؤسسة.¹
- وبذلك يمكن القول أن تحقق الميزة التنافسية للمؤسسة يتم بتحديد الحاجات والرغبات الواجب إشباعها لدى العملاء ،بالإضافة إلى تطوير الاستراتيجيات الفعالة لمواجهة المنافسين.

¹ - نادية تاهمي، "دور التوزيع في الاستراتيجية التنافسية للمؤسسة الإنتاجية"، رسالة ماجستير خصص علوم التسيير، فرع تسويق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006، ص، ص: 65، 66.

المبحث الثالث: الاستراتيجيات التنافسية

تعتبر الاستراتيجية التنافسية للمؤسسة عن تحرك مرحلي تقوم من خلاله المؤسسة بوضع تخطيط بعيد المدى من أجل تحقيق جملة من الأهداف المحددة مسبقاً، وذلك انطلاقاً من تحليل البيئة الداخلية لها (تحديد نقاط القوة التي تتميز بها المؤسسة، و نقاط الضعف التي تعاني منها)، إلى جانب تحليل البيئة الخارجية لها (تحديد الفرص السوقية و التهديدات)، وذلك من خلال استغلال نقاط قوتها ومحاولة التخلص من نقاط ضعفها من جهة، وكذا استغلال الفرص المتاحة لها و محاولة تجنب، أو مواجهة التهديدات التي قد تتعرض إليها من جهة أخرى.

بذلك تتجه الاستراتيجية التنافسية للمؤسسة إلى تحديد القدرات الذاتية لها، والمزايا النسبية التي تتمتع بها واستخدامها في تدعيم موقفها التنافسي لمواجهة التغيرات البيئية.

وهذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال عرض مختلف الاستراتيجيات العامة للتنافس وتحديد القوى التنافسية وفي الأخير سنقوم بعرض تحليل المنافسين.

المطلب الأول: استراتيجيات العامة للتنافس

توجد الكثير من البدائل الاستراتيجية التي يمكن أن تتبناها المؤسسة، و تقوم باختيار احدها أو مجموعة منها وذلك حسب وضعيتها، وأهدافها و إمكاناتها الداخلية وظروف البيئة الخارجية .

وقد حدد بورتر ثلاث استراتيجيات عامة يمكن أن تتبعها المؤسسة لتحقيق الفوز على المنافسين فيجب على وحدة الأعمال أو القطاع أن تتبنى إحدى هذه الاستراتيجيات لتنجح وإن لم تفعل فستجد نفسها وسط سوق تنافسية وبدون أي ميزة تنافسية مما يؤدي إلى أداء أقل من المتوسط .

الفرع الأول: استراتيجية قيادة التكلفة

في ظل مواجهتها لمنافسة المؤسسات الأخرى العاملة في نفس القطاع تعمل المؤسسة بجدية إلى تحقيق أقل تكاليف الإنتاج و التوزيع،¹ فتلجأ المؤسسة إلى تخفيض تكلفة الوحدة الواحدة من سلعتها، والمقصود بتكلفة الوحدة هنا و السعر النهائي الذي تصل به السلعة إلى المستهلك، بمعنى السعر الذي يأخذ بعين الاعتبار تكلفة الإنتاج والتوزيع، فإذا تمكنت المؤسسة من بيع منتجاتها بسعر منخفض فيمكنها الفوز بحصة من السوق.²

المزايا التي تحققها استراتيجية التكلفة الأقل

تحقق هذه الإستراتيجية عدة مزايا جذابة للشركات المنتجة بأقل تكلفة في الصناعة وهي :

- فيما يتعلق بالمنافسين فالشركة المنتجة بتكلفة أقل تكون في موقع أفضل من حيث المنافسة على أساس السعر .
- فيما يتعلق بالمشتريين فالشركة المنتجة بتكلفة أقل سوف تتمتع بحصانة ضد العملاء الأقوياء حيث لا يمكنهم المساومة على تخفيض الأسعار.

¹ - فيلب كوتلر، حازي ارمستروذج، ترجمة سرور علي، ابراهيم سرود، أساسيات التسويق، دار المريخ للنشر، 2007، ص:980.

² - زغدار أحمد، مرجع سابق ص:50.

- فيما يتعلق بالموردين، فالشركة المنتجة بتكلفة أقل يمكنها في بعض الحالات أن تكون في مأمن من الموردين الأقوياء وخاصة في حالة ما إذا كانت اعتبارات الكفاءة تسمح لها بتحديد السعر وتحقيق هامش ربح معين لمواجهة ضغوط ارتفاع أسعار المدخلات الهامة.

- فيما يتعلق بدخول المنافسين المحتملين إلى السوق، فالشركة المنتجة بتكلفة أقل تحتل موقعا تنافسيا ممتازا يمكنها من تخفيض السعر ومواجهة أي هجوم من المنافس الجديد.

- فيما يتعلق بالسلع البديلة، فالشركة المنتجة بتكلفة أقل يمكنها مقارنة مع منافسيها استخدام تخفيضات السعر كسلاح ضد السلع البديلة والتي قد تتمتع بأسعار جذابة.¹

ويتضح مما سبق أهمية الإستراتيجية إلى توفر قدر من الحماية للمؤسسة ضد كل أنواع قوى التنافس الخمس (وأيضاً أهميتها في زيادة مقدرة المؤسسة على تحديد سعر الصناعة) لان المساومة تستمر في تقليل الأرباح حتى القضاء على أرباح المنافس التالي الأكثر كفاءة، ولكن المنافسين الأقل كفاءة سيعانون أولاً في مواجهة الضغوط التنافسية.

إن تحقيق موقع التكلفة الإجمالية المنخفضة يتطلب في الغالب حصة مرتفعة نسبياً في السوق أو مزايا أخرى، مثل الحصول بطريقة مواتية على المواد الأولية وربما يتطلب تصميم المنتجات ذات الصلة لتوزيع التكاليف، وخدمة كل الزبائن الرئيسيين لرفع الحجم، وربما يتطلب تنفيذ هذه الإستراتيجية بدور استثماراً رأسمالياً مسبقاً عالياً في احدث المعدات، وتسعير هجومي، وخسائر في البداية لرفع الحصة في السوق وربما يتيح ارتفاع الحصة في السوق التوفير في المشتريات ما يزيد من خفض التكاليف.²

وعندما يتحقق موقع التكلفة المنخفضة فإنه يوفر هامش ربح مرتفعة يمكن إعادة استثمارها في معدات جديدة ومنشآت جديدة من اجل المحافظة على الريادة في التكلفة.

تتحقق ميزة التكلفة الأقل من خلال:³

- الاعتماد على اقتصاديات الحجم، أي الإنتاج بحجم كبير مما يؤدي إلى تقليل تكلفة الوحدة الواحدة.

- اكتشاف مورد منخفض التكلفة للمواد الأولية.

- التخلص من الوسطاء والاعتماد على منافذ التوزيع الخاصة بالمؤسسة.

- استخدام طرق في الإنتاج والتوزيع تخفض التكلفة.

- استخدام الحاسب الآلي لتخفيض القوى العاملة.

واختيار أحد هذه السبل يتوقف على الإمكانيات الداخلية للمؤسسة وطبيعة الفرص والتهديدات التي تواجهها ويمكن أن نجد فاعلية هذه الإستراتيجية في المؤسسات التي لديها خبرة في إنتاج نفس المنتج لفترة طويلة نسبياً وتؤدي هذه الخبرة إلى تخفيض التكلفة.

¹ - نبيل محمد مرسي. "الإدارة الاستراتيجية" - تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس" - دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص: 236، 234.

² - مايكل بورتر، ترجمة: عمر سعيد الأيوبي: " الاستراتيجية التنافسية"، كلمة دار الكتاب العربي، 2010، ص: 77.

³ - فيروز شين، "البقعة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، ضمن الملتقى العلمي الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، مرجع سابق ص: 4.

تميز إستراتيجية السيطرة عن طريق التكاليف :-

- ضمان حصة كبيرة للمؤسسة عن طريق الحجم الكبير للمبيعات والسعر التنافسي .
- السعر التنافسي يشكل حاجز دخول أمام المنافسين المحتملين.
- السيطرة عن طريق التكلفة لا تعني تقديم منتجات عديمة الجودة.

ولضمان نجاح هذه الإستراتيجية يجب:

- امتلاك القدرة على الإنتاج بكميات كبيرة مع الحرص على التكلفة المنخفضة.
- إيجاد أنظمة للتوزيع بأقل التكاليف.
- متابعة نظام التكاليف مع ضمان عدم تأثير ذلك على الجودة.
- إنتاج المنتج تسويقي معروف لدى الزبائن، متوفر، يضيف قيمة للمستهلك، يتميز بجودة معقولة، يوفر ربح دائم.
- دراسة دائمة للمنافسة.
- جعل تقليل التكلفة ضمن ثقافة المؤسسة.
- متابعة التطورات التكنولوجية.

مخاطر ميزة التكلفة الأقل¹

تفرض الريادة في التكلفة أعباء شديدة على الشركة المحافظة على موقعها ما يعني إعادة الاستثمار في المعدات الحديثة، والتخلص من الأصول القديمة، وتجنب تنويع خط الإنتاج، ومتابعة التحسينات التكنولوجية بيقظة. ومن بين هذه المخاطر نذكر:

- التغيير التكنولوجي الذي يلغي الاستثمارات.
- انخفاض تكلفة التعلم على الداخلين الجدد إلى الصناعة، من خلال التقليد أو قدرتهم على الاستثمار في أحدث المنشآت.
- عدم القدرة على رؤية التغيرات المطلوب إدخالها على المنتج أو التسويق بسبب التركيز الاهتمام على التكلفة.
- تضخم التكاليف التي تضيق قدرة الشركة على المحافظة على التميز السعري الكافي لمعادلة صور العلامات التجارية لدى المنافسين أو المقاربات الأخرى للتميز.

الفرع الثاني: استراتيجية التمييز

تعمل هذه الإستراتيجية على تمييز المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة عن طريق خلق شيء ما تدركه الصناعة على أنه متميز ومنفرد ويمكن لصيغ التمييز أن تتخذ أشكالاً عدة منها:

التصميم، النوعية، التكنولوجيا، خدمات الزبائن، شبكة الموزعين والباعة، صورة نوع المنتج في أذهان المستهلك.

¹ - مايكل بورتر، مرجع سابق، ص: 88.

وتحقق هذه الإستراتيجية ميزة يمكن الدفاع عنه، حيث يوفر التميز حاجز إزاء العداء التنافسي بسبب الولاء للعلامة التجارية من قبل الزبائن، مما ينتج عنه حساسية أقل للأسعار. وتؤدي إلى زيادة هامش الأرباح مما لا يستدعي الحاجة إلى مركز تكلفة منخفضة، وتكون المؤسسة التي تقوم بتمييز نفسها للحصول على ولاء الزبائن في موقف أفضل إزاء المنتجات البديلة مقارنة بمنافسيها.¹

المجالات التي يمكن التميز فيها

من أهم مجالات التمييز التي تحقق ميزة تنافسية أفضل ولفترة زمنية أطول:

- التمييز على أساس التفوق الفني،
- التمييز على أساس الجودة.
- التمييز على أساس تقديم خدمات مساعدة أكبر للمستهلك.
- التمييز على أساس تقديم المنتج قيمة أكبر للمستهلك نظير المبلغ المدفوع فيه.²

الشروط اللازمة لتطبيق هذه الإستراتيجية

يمكن القول بأن إستراتيجيات التمييز تحقق مزايا أكبر في ظل عدة مواقف منها:

- عندما يقدر المستهلكون قيمة الاختلافات في المنتج أو الخدمة ودرجة تميزه عن غيره من المنتجات.
- تعدد استخدامات المنتج وتوافقها مع حاجات المستهلك.
- عدم وجود عدد كبير من المنافسين يتبع نفس إستراتيجية التمييز.³

قد يحول تحقيق التميز أحيانا دون كسب حصة كبيرة في السوق، غير أن من الشائع أن يعني تحقيق التميز المقايضة مع موقف التكلفة إذا كانت الأنشطة المصاحبة المطلوبة مكلفة، مثل الأبحاث الواسعة، أو تصميم المنتجات، أو مواد عالية النوعية وفي حين يقر زبائن الصناعة بتفوق الشركة، لن يكون كل الزبائن راغبين في دفع الأسعار الأعلى أو قادرين على ذلك.

مخاطر إستراتيجية التميز

يشتمل التميز على سلسلة من المخاطر:

- أن يصبح تمييز التكلفة بين المنافسين ذوي التكلفة المنخفضة والشركة المتميزة كبيرا جدا لكي يحافظ التميز على الولاء للعلامة التجارية وهكذا يضحي المشترون ببعض المزايا أو الخدمات أو الصورة التي تتمتع بها الشركة المتميزة مقابل الوفورات الكبيرة في التكلفة.
- سقوط حاجة المشترين إلى العامل المميز، يمكن أن يحدث ذلك عندما يصبح المشترون أكثر حنكة.
- أن يضيق التقليد التميز المتصور، وهو أمر شائع الحدوث عند نضوج الصناعات.⁴

¹ - كازم نزار الزكاي، " الإدارة الإستراتيجية ، العولمة والمنافسة"، دار وائل للنشر، الأردن، 2004 ، ص: 163.

² - نبيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص: 119.

³ - نبيل محمد مرسي، مرجع سابق، ص: 238.

⁴ - مايكل بورتر، مرجع سابق، ص: 89.

الفرع الثالث: استراتيجية التركيز

تعتمد المؤسسة من خلال هذه الإستراتيجية إلى تقسيم السوق إلى عدة قطاعات لتعامل مع قطاع واحد، فتوجه كافة مواردها إلى هذا القطاع الصغير مما يكسبها قدرة عالية على الاستجابة للتغيرات الحاصلة في هذا القطاع، ويتوقف النجاح في هذه الإستراتيجية من ناحية على ملائمة القطاع المختار مع إمكانيات المؤسسة ومن ناحية أخرى على وجود احتمالات لنمو السوق وازدهاره.¹

تقوم المؤسسة بتحديد القطاع التي تعمل فيه انطلاقاً من جاذبيته، التي تبني على معرفة المؤسسة به، الأرباح التي يمكن تحقيقها فيه، هذا بالإضافة إلى مدى توفر المؤسسة على الإمكانيات التي تسمح لها بمواجهة الطلب في هذا الجزء من السوق، وتحديد كيفية بناء ميزة تنافسية في القطاعات السوقية المستهدفة.

تحقيق ميزة تنافسية في ظل إستراتيجية التركيز

لتحقيق ميزة تنافسية في ظل هذه الإستراتيجية هناك طريقتين:

- النجاح في تحقيق قيادة التكلفة
- التمييز في القطاع أو القطاعات المستهدفة.

وبالنسبة لأي من الطريقتين يتم استخدام المداخل المناسبة لكل طريقة .

ففي ظل الطريقة الأولى يتم استخدام نفس أنواع المداخل المتبعة لتخفيض التكلفة في ظل إستراتيجية قيادة التكلفة.

أما ظل الطريقة الثانية فيتم استخدام نفس أنواع المداخل المتبعة لتمييز المنتج في ظل إستراتيجية تمييز المنتج للسوق الواسع.²

وتنقسم هذه الإستراتيجية إلى نوعين رئيسيين هما:³

1. التركيز على التكلفة: تحاول المؤسسة أن تعمل على تحقيق ميزة بالتكلفة في القطاع أو القطاعات المحددة المستهدفة وبالتالي تحاول الحصول على ميزة تنافسية في هذا القطاع أو هذه القطاعات المحددة، وأن هذه الميزة التنافسية تتيح للمؤسسة فرض أسعار تنافسية ذات تكلفة منخفضة في هذه الأجزاء المحددة المستهدفة.

2. التركيز على التمييز: هنا تبحث المؤسسة داخل القطاع السوقي المستهدف، وتحاول إنتاج منتجات أو خدمات متميزة تستهدف خدمة الزبائن وبالتالي الاحتفاظ بهم.

مخاطر إستراتيجية التركيز

تنطوي هذه الإستراتيجية على مجموعة من المخاطر بينها:

- توسع فارق التكلفة بين المنافسين الواسعي النطاق والشركات المركزة بحيث يلغي مزايا تكلفة خدمة هدف صغير أو يعادل التميز المتحقق بالتركيز.

- تضيف الاختلافات في المنتجات أو الخدمات المرغوبة بين الهدف الاستراتيجي والسوق ككل.

- عثور المنافسين على أسواق فرعية ضمن الهدف الاستراتيجي و التغلب في التركيز على الشركة المركزة.⁴

نخلص إلى أن المؤسسة من خلال اعتمادها على الاستراتيجيات التنافسية العامة أو ما يسمى باستراتيجيات بورتير(Porter)، هدفها من وراء ذلك هو الرفع من تنافسيتها في الأسواق المحلية والعالمية، وهو ما يتم باختيار

¹ - كريمة كندري، "دور الإمداد في تحسين تنافسية المؤسسة"، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد النقل والإمداد، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، ص: 50.

² - نبيل محمد مرسي، مرجع سابق، ص ص: 241، 242.

³ - محمود جاسم الصميدعي، مرجع سابق، ص: 253.

⁴ - مايكل بورتير، "الاستراتيجيات التنافسية"

الإستراتيجية المناسبة التي تراعي استغلال إمكانات المؤسسة الداخلية (نقاط القوة والضعف) وتكييفها مع الأسواق التي ترغب العمل فيها، كما تراعي الفرص والتهديدات الناجمة عن البيئة الخارجية، والجدول رقم (08) يوضح ويلخص لنا ذلك بصورة جيدة.

الجدول رقم (08): ملخص عام للاستراتيجيات العامة للتنافس

أنواع الاستراتيجيات الاختيارات	قيادة التكلفة	التمييز	التركيز
تمييز المنتج	منخفض أساسا من خلال السعر	مرتفع أساسا من خلال تقديم منتج فريد	منخفض/مرتفع من خلال السعر/ أو تقديم منتج فريد
قطاعات سوقية	منخفضة (السوق ككل)	مرتفعة (عدة قطاعات سوقية)	منخفضة (قطاع أو عدد محدود من القطاعات)
جوانب التمييز والتفرد	التصنيع وإدارة الموارد	البحوث والتطوير، المبيعات والتسويق	أي نوع من جوانب التمييز والتفرد

المصدر: نبيل محمد مرسي، مرجع سابق، ص: 243، بتصرف.

المطلب الثاني: تحليل القوى التنافسية الخمسة

إن تحليل القوى التنافسية في قطاع صناعي كما يشير إليه M.Porter في معظم مراجعه، تهدف إلى تحديد ومعرفة جاذبية القطاع. إن هذه تتوقف على التأثير الذي تحدثه القوى التنافسية، حيث أشملها M.Porter في خمسة قوى.

فالضغط الذي تحدثه هذه القوى، هو الذي يحدد جاذبية القطاع نظرا للعلاقات التي تنتج عن ذلك. ومن أجل أن تتكيف المؤسسة مع القواعد الجديدة، عليها أن تأخذ بعين الاعتبار عدة إجراءات منها ما يلي:

-تحديد ومعرفة أصل تلك التهديدات والضغوطات بدقة.

-ترتيبها حسب تأثيرها .

-توقع الإستراتيجيات الممكنة إتباعها لمواجهة هذه القوى.

وتتمثل هذه القوى التنافسية الخمسة فيما يلي:

أولاً: تهديد الداخلين الجدد¹

إن الداخلين الجدد إلى الصناعة يجلبون معهم طاقات جديدة و رغبة في امتلاك حصة في السوق، و في معظم الأحيان موارد مالية هامة، إن جدية تهديد دخول المنافسين يعتمد بدرجة كبيرة و أولى على المعوقات - الحواجز- الموجودة في القطاع الصناعي المراد دخوله ، وعلى توقعات المشارك الجديد حول ردود فعل المنافسين الآخرين. فيما يخص حواجز دخول المنافسين الجدد توجد عدة مصادر لهذه المعوقات ويمكن ذكر بعضها فيما يلي:

1 - اقتصاديات السلم: وهي تلك التخفيضات في التكلفة الوحديّة للمنتج، والتي تتحقق عندما تكون الكمية المطلقة المنتجة مرتفعة في الفترة، تعتبر أهم حواجز دخول في قطاع إنتاج الإعلام الآلي مثلاً.

2- تمييز المنتج: وهو ناتج عن الصورة الجيدة للمؤسسة وللزبائن الأوفياء...الخ ويعد هذا الحاجز الأهم في منتجات صحة الأطفال (دانون)، العطور، العمليات البنكية...الخ.

3- احتياجات رؤوس الأموال: يتطلب دخول المؤسسات الجديدة أموالاً معتبرة خاصة في مجالات الإعلان البحث والتطوير ، بناء شبكة التوزيع...الخ. ومثال ذلك في الجزائر بسوق الهاتف النقال مع الشركة الكويتية للاتصالات " نجمة " والأموال الكبيرة الموجهة للإعلان.

4- تكاليف التبديل أو التحويل: وهي تلك التكاليف الآنية التي يجب أن يتحملها الزبون مقابل انتقاله من منتج مورد إلى منتج مورد آخر. فإذا كانت هذه التكاليف مرتفعة فعلى الداخلين الجدد أن يقوموا بتقديم معتبر في ميدان التكاليف والنتائج حتى يقبل الزبون التخلي عن منتجات المؤسسات المتواجدة .

¹ - أحمد بن مويّزة: " التحليل التنافسي ودوره في إعداد الاستراتيجية التسويقية بالمؤسسة الاقتصادية"، رسالة ماجستير تخصص: علوم التسويق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006، ص: 109.

5- النفوذ إلى قنوات التوزيع: وذلك بمجرد تفكير الداخلين الجدد في توزيع منتجاتهم ، فهذا يشكل في حد ذاته حاجزا للدخول. ويحتم عليها إقناع الشبكة الحالية للتوزيع بتوزيع وتعريف منتجاتهم من خلال إقناع تجار الجملة أو التجزئة بإدخال منتجاتهم ضمن متاجرهم وطوابيرهم مقابل تقديم وعود للدعاية حول متاجرهم أو طرق أخرى.

6- السياسات الحكومية: وهي الحاجز الأكبر للدخول إلى قطاعات معينة في رقابتها أو فرض رسوم... الخ.

ثانيا: شدة المزاومة بين المتنافسين في الصناعة¹

تعتبر شدة المزاومة الحالية محور ومركز القوى التي تؤثر على درجة جاذبية الصناعة، ومن بين العوامل العديدة المحددة للمنافسة نجد العناصر التالية:

- استقلالية الخدمات والتكاليف الثابتة؛
- معدل نمو الصناعة؛
- تعقيد التكنولوجيا المحورية في الصناعة؛
- معدل التحسين في المنتجات والخدمات؛
- المهارات الإدارية؛
- شدة المزاومة بين المتنافسين الحاليين في الصناعة؛
- المنتجات البديلة؛
- التركيز والتوازن بين المتنافسين؛
- تمييز المنتج.

فإذا كانت صناعة ما تتميز بنمو مرتفع، وتكاليف ثابتة نسبية أقل، والقدرة على تمييز منتجاتها، ولها درجة عالية من التمرکز، فإن الاحتمال الأكبر هو توافر فرص ربحية جيدة لمعظم المشاركين في الصناعة، فالمؤسسات المنافسة في نفس القطاع تعمل دائما أشكالاً متنوعة من المناورات للحصول على موقع متميز في السوق، وترجع شدة المزاومة أو المنافسة إلى ما يقوم به عادة المنافسون مدفوعين إلى تحسين مواقعهم، وللعمليات التي تعتمدها المؤسسات بصدد المزاومة آثاراً مهمة على المنافسين، حيث تدفعهم للرد على تلك العمليات، وهو ما يجعل المنافسة قوية في بعض القطاعات وفي البعض الآخر ضعيفة، فعندما تواجه مؤسسة ما بتكاليف ثابتة مرتفعة فإن نقطة تعادلها ترتفع إلى نسبة كبيرة من الطاقة الكاملة، وإذا لم يتم إنحاز هذا المستوى من التشغيل فإن رد الفعل الطبيعي هو تقديم تسهيلات مغرية للمستهلكين حتى يتمكن من زيادة الطلب، وغياب التمييز في صناعة المنتج مثلاً يجعل المنافسة تشد في عناصر أخرى، مثل: السعر والخدمات المرافقة للبيع، وعندما تختلف استراتيجيات المنافسين الآخرين فإن ذلك يصعب أمام المؤسسات المنافسة التنبؤ بقراراتها والإجراءات التي سوف تتخذها.

وبالتالي، نجد أن العوامل السابقة تعمل بدرجات متفاوتة على شدة المزاومة داخل القطاع.

¹ - إبراهيم عبد الحفيظي: "دراسة تنافسية الاقتصاد الجزائري في ظل العولمة الاقتصادية"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة بن يوسف بن خدة، 2008، ص: 79، 78.

ثالثا: تهديدات المنتجات الإحلالية¹

إن المنتجات الإحلالية لها تأثير على سياسة المنتج للمؤسسة، وهذا من ناحية النوعية، والسعر، والتكلفة، وهامش الربح.

فتحليل درجة تأثير ذلك ومعرفته يتم من خلال القيام بما يلي:

- معرفة المنتجات التي تقوم بإشباع نفس الحاجات ولكن تتطلب استعمال تكنولوجيا مغايرة.
- تحليل العلاقات من خلال النسب الملائمة بين السعر والتكاليف بالنسبة لمنتجات القطاع السوقي.
- القيام بتقدير تطور نسب الملائمة على تحسن المنتجات الإحلالية.

إن معرفة المنتجات الإحلالية يدفع المؤسسات إلى البحث عن المنتجات التي تلي نفس الحاجات بأقل تكلفة ممكنة مع استعمال الكفاءات الضرورية لضمان لنفسها حصة معتبرة في القطاع السوقي.

رابعا: قدرة التفاوض مع الزبائن²

هذه القوة مرتبطة بالخصائص المختلفة لوضعية هؤلاء الزبائن في السوق و بالأهمية المرتبطة بمشترياتهم لدى القطاع مقارنة بنشاطهم الإجمالي .و يعتبر الزبائن أقوياء إذا توفرت فيهم الشروط التالية:

1. إذا امتازوا بدرجة تمركز كبيرة كانت مشترياتهم كبيرة؛
2. إذا كانت مشترياتهم نمطية أو غير متميزة؛
3. إذا كانت المنتجات المشتراة تتمثل جزءا هاما من تركيبة المنتجات الخاصة بالزبون و من تكاليفهم؛
4. إذا كانت أرباح الزبائن قليلة؛
5. إذا كان منتج القطاع لا يؤثر على نوعية المنتجات أو الخدمات الخاصة بالزبون؛
6. إذا كان المنتج لا يحقق ادخار أو وفرة للمؤسسة؛
7. إذا كان قادرا على التكامل العمودي من الأعلى و لإنتاج المنتج بنفسه؛
8. إذا تكاليف التغيير التي يواجهها الزبائن ضعيفة؛
9. إذا كان الزبون يملك معلومة كاملة مثلا: الطلب، أسعار السوق الحقيقية، تكاليف الموردين.

خامسا: قدرة تفاوض الموردين³

التأثير الذي يحدثه هؤلاء الموردين على المؤسسات يمكن أن يؤثر على مردوديتهم، وذلك بتحكمهم في أسعار المواد الأولية أو النصف المصنعة. و زيادة على ذلك، فرضهم لشروط بيع معينة، أو امتلاكهم الحق في بعض الأنشطة التسويقية كالتوزيع مثلا. إن الموردين تكون قدرة على التأثير في بعض الحالات التالية:

- عندما يكون العرض مركز.
- عدم وجود منتجات إحلالية تنافس المنتجات التي يتعامل بها الموردين.

¹ - فيصل سايفي: "أنظمة المعلومات: استخداماتها، فوائدها وتأثيرها على تنافسية المؤسسة"، رسالة ماجستير، تخصص ادارة اعمال، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2009، ص:35.

² - شيقارة هجر، "الاستراتيجية التنافسية ودورها في اداء المؤسسة"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، فرع ادارة اعمال، جامعة الجزائر، 2005، ص: 18.

³ - فيصل سايفي، مرجع سابق، ص:36.

- المنتجات التي في حوزة الموردين ضرورية للمؤسسة للقيام بمهامها.
- إن المؤسسة تكون في وضعية قوية في التفاوض في حالة وجود فائض في المنتجات والعكس صحيح. ونتيجة ذلك، بإمكان المؤسسة أن تتبنى عدة إستراتيجيات لمواجهة الوضعيات المختلفة ومنها على سبيل المثال:
- إستراتيجية التنوع وذلك بتنوع مصادر التمويل مما يقلل درجة التبعية اتجاه الموردين.
- إستراتيجية الاندماج العمودي حيث تأخذ وضعية من الأعلى إلى الأسفل. إنها تحقق للمؤسسة ميزات مالية، وتقنية،
- واستراتيجية متنوعة منها التقليل من الضغوطات للمتبادلات الوسطية، واسترجاع لهوامش الموردين، والتحكم في النوعية، وتقليل من عدد العمليات التقنية، والسيطرة على الحصص السوقية، الخ...

المطلب الثالث: تحليل المنافسين

إن تحليل المنافسين يعتبر جزءا مهما من عملية التخطيط الاستراتيجي، لأن هذا التحليل جزء مهم من تهيئة الخطط الاستراتيجية وكذلك الخطط السنوية، فالتحليل التنافسي هو عملية استكشاف للمؤسسات داخل القطاع الصناعي الواحد، أو هناك فجوة تنافسية يتم التنافس عليها من خلال المنتجات أو الخدمات للحصول على حصة سوقية أكبر. وإن هذا التحليل يمثل استكشافا عميقا للمنافسين.

إن التحليل التنافسي يجب أن يتضمن جميع المفاتيح التي تؤثر على الكيفية التي يتم فيها التنافس وإن ثلاثة أسئلة يجب الاجابة عليها قبل إجراء التحليل التنافسي:

- ما الذي يجعل المؤسسة تنافس: هنا لابد ان يتم تحديد معايير التنافس، الحجم، الموقع، الحصة السوقية، متغيرات الصناعة التي تزاولها المؤسسة ... وهذه تدخل في عملية تعريف وتحديد المنافسين .
- من هم المنافسين: من أجل أن يكون التحليل التنافسي ناجحا فلا بد أن تحدد المنافسة الفعلية وليس فقط المنافسة المحسوسة، وهنا تجري المؤسسات البحث عن المنافسة وفق المعايير التنافسية المحدد
- من هم الزبائن: تحديد الزبائن الحاليين والمستقبليين للمؤسسة وتحديد حاجاتهم ورغباتهم بشكل دقيق وصحيح . وإن تحليل الزبائن امر لابد منه من اجل بناء قاعدة صحيحة للتحليل التنافسي.

أولا: دور التحليل التنافسي¹

يلعب التحليل التنافسي دورا مهما في التخطيط الاستراتيجي وهذا الدور يتضح من خلال:

- مساعدة الادارة على فهم المزايا التنافسية التي تتمتع بها.
- توليد فهم لطبيعة المنافسين في الماضي والاستراتيجيات المستقبلية.
- توفير قاعدة واسعة لتطوير الاستراتيجيات لأنجاز الميزة التنافسية في المستقبل.
- المساعدة على توقع العائدات والتي تعتبر محددًا للاستثمار المستقبلي .
- وضع الخطط اللازمة لاحتمالات ردود فعل المنافسين على منتج جديد، استراتيجية تسعيرية، تقنية جديدة.

¹ - محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص: 237.

ثانياً: منافع التحليل التنافسي¹

يمكن إنجاز منافع التحليل التنافسي فيما يلي:

- فهم أفضل لمنافسي المؤسسة: ماذا يعملون، من هم وما يعرضون من منتجات أو خدمات للزبائن.
- يساعد المؤسسة على الاحتفاظ بميزتها التنافسية .
- يساعد على التخطيط لوضع إستراتيجية للمؤسسة.
- توسيع قاعدة المعرفة للذين يعملون في نفس الصناعة التي تعمل بها المؤسسة.
- يعرض التحليل معلومات دقيقة عن كل ما يتعلق بالمنافسين من أهداف، إستراتيجيات، وبرامج يراد تنفيذها .
- يحدد البيانات الخاصة بالمنافسين واتجاه الاستراتيجيات التنافسية الواجب صياغتها وتنفيذها.

ثالثاً: مصادر تحليل المنافسين

يمكن أن تجمع المعلومات حول المنافسين من عدة مصادر هي:

- سجل البيانات: وهذه المعلومات متوفرة بسهولة على شكل منشورات إما داخليا أو خارجيا، وتتضمن أمثلة جيدة عن تقارير المنافسين السنوية .
- بيانات مهمة وجديرة بالملاحظة: إن هذه البيانات يجب أن تتابع وتجمع في أغلب الأحيان من عدة مصادر مثل الجديد في إستراتيجية تسعير منتجات المنافسين.
- بيانات عن الفرص: تحليل الفرص المتوفرة في الأسواق واحتمالية استغلالها من قبل المنافسين.
- بيانات ومعلومات عن:
 - ✓ البيانات التجارية عن المنافسين الحاليين والمستقبليين.
 - ✓ المبيعات والأرباح العامة.
 - ✓ الحصة السوقية.
 - ✓ نظام التوزيع وتكاليفه.
 - ✓ إستراتيجية الترويج والإعلان ومحمل الانفاق عليها.
 - ✓ الزبائن، مستوى رضاهم، الاحتفاظ بهم.
 - ✓ استراتيجيات تطوير وتقديم المنتجات الجديدة.
- موقع المنافس على الشبكة الدولية،
- انطباعات العملاء، ،
- تجربتك الشخصية مثل استخدامك لمنتجه أو خدمته، إعلاناته التجارية
- المعارض التجارية التي يشارك فيها، كتالوجه (كتيب المبيعات)،
- الندوات و المؤتمرات التي يشارك فيها،
- سياساته التسعيرية

¹ - المرجع السابق، ص: 238.

- المناقصات التي يطرحها في الجرائد أو في موقعه على الشبكة الدولية، سياساته في التوسع و شراء مؤسسات أخرى، إعلاناته التوظيفية، مقابلات تلفزيونية أو صحفية مع مديري الشركة.
- قد نعرف عن منافس أكثر من منافس آخر و قد نعجز عن معرفة كل ما نتمناه و لكن هذا لا يمنعنا من بذل الجهد في تحليل ما لدينا من معلومات للوصول إلى أفضل تصور عن المنافسين.
- **مثال:** أنت تريد أن تفتتح مطعما صغيرا في منطقة بها الكثير من السكان والمارة. ما الذي تريد أن تعرفه عن المنافسين وما الذي تستفيده من ذلك؟

- من المهم أن تعرف مستوى الخدمة لديهم، مستوى الأسعار، نوعية العملاء، نوعية الأطعمة، هل لديهم قدرة ورغبة في التوسع وإن كان فهل يمكن أن يتوسعوا في نفس المكان أم في مناطق أخرى، هل هذا المطعم يمتلكه شخص أم مجموعة، ما هو طموح المالك أو المدير، هل هذا المطعم يمتلكه أسرة وتعيش من عائدته في أضيق الحدود أم تمتلكه الدولة أم يمتلكه مستثمر يهتم بالربح ما هي موارد هذا المطعم وعلاقاته بموردين الأطعمة وحصته السوقية...

كيف نستفيد من هذه المعلومات؟

مستوى الخدمة والأسعار: قد نجد ان هناك عشرة مطاعم مثلا ولكنهم كلهم أو أكثرهم يقدمون خدمة متميزة وباهظة الثمن أو نجد أن معظمهم يقدم خدمة متواضعة وبتكلفة منخفضة. هذا يساعدنا على معرفة فرصنا في الاستثمار في المشاريع الجديدة فيمكننا أن نعمل في المستوى الذين لا يعمل فيه معظم المطاعم. هذا بالطبع يتوقف على وجود عملاء لهذا المستوى من المطاعم في تلك المنطقة. الأمر الثاني هو أن نعمل من هم المنافسون الحقيقيون لنا وهم الذين يقدمون نفس المستوى من الخدمة والأسعار.

نوعية الأطعمة: قد نجد ان هناك نوعا ما من الأطعمة لا يقدم في المطاعم الموجودة أو لا يقدم في أكثرها أو لا يقدم بشكل جيد. هذا يفتح لنا مجالاً للتخصص في هذا النوع من الطعام أو تقديمه بشكل جيد مع غيره من الأطعمة. هذا بافتراض أن هذا النوع من الطعام مقبول لدى العملاء. كذلك فإننا بمعرفة نوعية الأطعمة المقدمة في كل مطعم يمكننا معرفة المنافسون لنا وهم الذين يقدمون نفس نوعية الطعام. بالطبع توجد منافسة بين المطاعم التي تقدم نوعية مختلفة من الطعام ولكنها تكون أكثر تأثيراً بين من يقدمون نفس النوعية.

هل لديهم قدرة وطموح للتوسع؟: هذا يساعدنا على معرفة فرصنا في المنافسة فإن كانت لديهم رغبة قوية في التوسع في نفس المكان وكانت خدمتهم مقاربة لنا فإن توسعهم يعني استيعابهم لعدد أكبر من العملاء وربما مكاناً أرحب للجلوس وهذا يؤثر علينا.

طبيعة المالك: إن كان المالك شخص متواضع يعيش من هذا المطعم ويمضي وقته فيه فإن منافسته بتقليل الأسعار تكون قاتلة إذ أنه سيستمر في المنافسة إلى أن يموت لأنه يرضى بأقل ربح ويكفيه أن يجد ما يشغل به وقته في هذا المطعم. ولكنه قد لا يكون لديه القدرة الإدارية على تقديم خدمة متميزة ومتجددة وكذلك قد لا يكون لديه قدرة على التوسع.

الموارد: كلما كانت موارد المنافس المالية والفيزيائية كبيرة كلما كانت قدرته على المنافسة كبيرة وهذا يجعلنا نفكر في الاختلاف عنه في نوعية الخدمة لتجنب المنافسة المباشرة.

العلاقة بمُوردي الأطعمة: قد نجد أن هناك علاقة قوية جدا بين المنافسين الحاليين وموردين الأطعمة لدرجة نَعجز معها على الحصول على توريدات الأطعمة بالشكل المطلوب. وقد نجد أنهم لم يستثمروا كثيرا في بناء علاقة مع الموردين فنجد نحن فرصة لبناء علاقة قوية مع الموردين والحصول على أسلوب توريد يحقق لما وفورات ومميزات لم يحصل عليها المنافسون.

الحصة السوقية: كلما كانت حصة المنافس أكبر كلما كانت له الكلمة الأعلى في تحديد الأسعار والتأثير في السوق. وبالتالي فيكون لزاماً أن نقوم بتحليل هذا المنافس بشكل أدق.

تتضح فائدة تحليل المنافسين بشكل أكبر عند ربطها بباقي خطوات دراسة الجدوى أو التخطيط الاستراتيجي مثل عوامل النجاح الأساسية لكل شريحة وتحليل قدراتنا ومواردنا ودراسة كل شريحة على حدة.¹

رابعاً: التعرف على المنافس

إن عملية معرفة المنافس تتطلب الكثير من الجهد والانشطة السلوكية التي تهدف إلى جمع المعلومات من مختلف مصادر المعلومات . وإن معرفة المنافس تتطلب القدرة على الحصول وتفسير وتكامل المعلومات بالبيئة التنافسية المحلية والعالمية.

إن نجاح أي مؤسسة يعتمد أساساً على قدرتها على تقديم منتجات أو خدمات تتلائم مع الزبائن وتحقق لهم الإشباع والرضا بشكل أفضل من المؤسسات المنافسة.

لذلك فإن التركيز في الوقت الحاضر لدى المؤسسات على قدرتها في خلق ميزة تنافسية من خلال ما تتمتع به منتجاتها من جودة عالية وأسعار تنافسية وهذا ما يحقق لها تفوق على المنافسين. فمن الضروري لأية مؤسسة أن تهتم بالتعرف على إستراتيجيات المنافسين بنفس درجة الاهتمام برضا الزبائن.²

ماذا نريد أن نعرف عن المنافس؟

- **استراتيجيته:** هل المنافس يهدف إلى تقديم جودة عالية أم سعر منخفض؟ هل هو يهدف إلى التوسع؟
- **أهدافه:** هل هو يهدف إلى تحقيق ربحية سريعة أم إلى الربحية الكبيرة على المدى البعيد؟ هل هو يهدف إلى الربح أم أن المنافس شركة مملوكة للدولة تهدف إلى زيادة الإنتاج و المبيعات بالدرجة الأولى؟ هل هو مؤسسة عائلية تهدف إلى استغلال الوقت في العمل و لا تهتم كثيراً بتحقيقي ربح عالي؟ هل يهدف إلى تحقيق تقدم تكنولوجي على كل المنافسين؟
- **تصوره للقطاع (افتراضاته أو معتقداته عن القطاع):** قد يكون المنافس يعتقد أنه لا يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات في هذا القطاع؟ قد يكون يعتقد أن نوعية معينة من المنتجات لا يمكن أن تكون مربحة؟ قد يكون المنافس يعتقد أن السوق في حالة الانحدار؟

موارده وقدراته:

ما مدى حدود موارده المالية؟

ما هي موارده البشرية (العدد- الكفاءة - المستوى التعليمي - الخبرة - السن - الولاء - التدريب)؟

ما هي موارده الفيزيائية (المعدات - الأدوات - المحلات - الموقع - المخازن)؟

هل يمتلك اسم تجاري كبير؟ ما مدى ولاء الناس لمنتجاته أو خدماته؟

ما هي قدراته في التصنيع؟ هل هو ناجح في تقليل التكلفة؟ هل عنده مرونة في تغيير مواصفات المنتج هل لديه قدرته على التطوير؟

¹ - على الموقع الإلكتروني التالي: <http://samehar.wordpress.com/> بتاريخ: 19/03/2013 على الساعة 9:00.

² - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف ، مرجع سابق، ص- ص: 237- 241.

هل لديه قدرات بحثية؟

ما هي قدراته في التوزيع والبيع؟ ما مدى سرعته في الاستجابة للعملاء؟ ما هو مستوى خدمته للعملاء؟
ما هي قدراته التسويقية؟ ما هي ردود أفعاله على تغيرات السوق؟.

من هو المنافس؟

المنافس هو أي مؤسسة أو شخص يتنافس معك أو قد يتنافس معك. بالطبع يصعب -أحياناً- دراسة كل المنافسين و بالتالي يتم التركيز على أهمهم من ناحية التنافس على نفس الشريحة أو نفس المنطقة الجغرافية وبالتالي ندرس عدد من المنافسين الرئيسيين.

هناك بعض المنافسين المحتملين مثل شركة تعمل في دول أخرى ولديها رغبة في التوسع فقد تقرر أن تستثمر في بلدك.
لا بد من دراسة المنافسين المحتملين الرئيسيين.

المبحث الرابع: مبادئ التنافسية الفعالة وأسس تطويرها

لابد من وجود اسس لتطوير القدرة التنافسية في المؤسسة ومعرفة المبادئ الفعالة للتنافسية.

سنتناول في هذا المبحث عرض أسس ومبادئ التنافسية الفعالة في المطلب الأول وأسس تطوير القدرة التنافسية في المطلب الثاني.

المطلب الأول: أسس ومبادئ التنافسية الفعالة¹

من بين أسس ومبادئ التنافسية الفعالة نذكر مايلي:

- أن المستقبل ليس امتداداً آلياً للماضي، بل هناك متغيرات وتحولات مستقبلية تجعل المستقبل مختلفاً عما سبقه من مراحل.
- أن المنافسة الحقيقية هي تلك التي تتجه إلى خلق وتنمية الأسواق الجديدة، وليس مجرد التنافس على أجزاء من السوق القائمة.
- أن المنافسة هي مواجهة شاملة تستخدم فيها المؤسسة كل أدواتها وقدراتها لتحقيق تفوق ساحق على كل جهات التنافس. فليست المنافسة الآن قاصرة على جودة السلعة أو انخفاض سعرها، لكنها تعتمد على كل ما تستطيع الإدارة توظيفه من طاقات للوصول الأسرع والأكفأ للأسواق وإرضاء العملاء.
- تعتمد المنافسة على العمل المترابط للمؤسسة كلها وليس فقط القطاعات المهمة بالتسويق. إذ أن الوصول إلى المركز التنافسي المتميز يتطلب تكامل كافة الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها أجزاء المنظمة جميعاً.
- أن التوصل إلى ميزات تنافسية واستثمارها بكفاءة يلفت أنظار المنافسين ويستدعيهم للبحث في الحصول على ميزات مماثلة أو أفضل منها، الأمر الذي يؤكد الحاجة إلى استمرار المنظمة ذات القدرات التنافسية الأعلى في العمل على ابتكار وتنمية قدرات جديدة وتوظيفها بكفاءة لقطع السبل على المنافسين.
- أن هدف المنافسة ليس مشاركة المنافسين في الفرص المحدودة المتاحة في الأسواق، بل البحث عن الفرص الجديدة الهائلة والمعنى أن المنافسة الحقيقية هي على السوق الذي لم ينشأ بعد.
- يعتبر الوقت هو العامل الحاسم في كسب معركة التنافسية، وبالتالي تتركز جهود بناء القدرات التنافسية في ضغط الوقت واستثماره لإبداع قدرات جديدة والوصول بها إلى السوق قبل المنافسين.
- التنافسية الجديدة عملية تراكمية تتكامل فيها المعرفة الإدارية التي تبدأ بدراسة الظروف المحيطة واستنتاج ما بها من فرص ومهددات، وتقدير الموقف النسبي للمنظمة بالمقارنة مع منافسيها المباشرين وغير المباشرين، ثم تتجه الإدارة إلى التخطيط الاستراتيجي من أجل سد الفجوة التي تفصل المنظمة عن منافسيها وتحديد القدرات التنافسية الواجب تنميتها واستثمارها لتحقيق التفوق التنافسي، ومن ثم تتجه الإدارة إلى بناء وتنمية تلك القدرات وتوظيفها من أجل التفوق والتميز على المنافسين.
- تتم جهود بناء وتنمية وتوظيف القدرات التنافسية في شكل عمليات تراكمية تمر خلال مراحل تماثل دورة حياة الكائن.

¹ - على الموقع الإلكتروني التالي: <http://www.abahe.co.uk> /20:20 -07 -05 -2013.

- إن أهم العوامل الحاسمة في بناء وتفعيل القدرات التنافسية هي ثلاثة عوامل جوهرية هي التقنية الأفضل، والموارد البشرية المتميزة، والقيادة الإدارية الواعية.

المطلب الثاني: اسس تطوير القدرة التنافسية

هناك سبع نقاط أساسية تركز عليها القدرة التنافسية:

1- الالتزام بالموصفات الدولية للجودة: وتعني الالتزام بمستوى ثابت من الجودة و ليس التقلبات في نوعية الإنتاج، مثلا ما يصطلح عليه حاليا بـ " ISO " ومنه " ISO 9000 " مثلا.

2- التطور التكنولوجي: لا يقصد بالتكنولوجيا فقط كمية الإنتاج، و الآلات الكبيرة التي تنتج كميات كبيرة و بسرعة، و لكن تعني في وقتنا الحاضر الوصول إلى آخر مستوى بدءا من الإنتاج إلى التغليف والتعليب والتخزين والحفظ والنقل.

3- تطور اليد العاملة و تكوينها: إن استعمال تكنولوجيا حديثة ومتطورة والالتزام بالموصفات الدولية للجودة " ISO " يتطلب تكوين اليد العاملة المؤهلة التي تستجيب لمتطلبات السوق.

4- تكيف نظام التعليم مع احتياجات السوق: بحيث يجب أن تكون نظم التعليم متوافقة مع احتياجات سوق العمل و حسب الطلب المستقبلي على العمل و التوجيهات التكنولوجية المستقبلية.

5- الاهتمام بالبحث و التطوير: يجب تفعيل العلاقة ما بين المؤسسات من جهة و الجامعات من جهة ثانية و مركز الأبحاث من جهة ثالثة ، ففي كثير من الأحيان تكون هذه المؤسسات لا تعمل وفق هدف واحد و لا يوجد تنسيق كامل فيما بينها، و يعتبر العنصر البشري المؤهل له الدور الأكبر في تنشيط البحوث العلمية (توليد المعارف العلمية) ونقل تلك المعارف و استغلالها، كما تقوم البحوث بدورها في تطوير الكفاءات البشرية و توفير العوائد التي تكفل تنميتها وبيئتها بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة.

6- دراسة الأسواق الخارجية: تعتبر السوق المحلية سوقا محدودة ولا بد من البحث عن خيارات أكثر تطورا وتوازنا وأسواق محدودة المخاطر وهنا تبرز المسؤولية الحكومية عن طريق توفير كافة المعلومات عن اتجاهات الطلب ونوعية المخاطر التجارية وغير التجارية التي يمكن التعرض لها داخل هذه الأسواق.

7- تطوير نظام المعلومات (تقنية المعلومات): إنتاج المعلومات وتداولها و خزنها وتوثيقها يعتبر اليوم تقنية ذات تأثير كبير في الطريقة التي يعمل بها الاقتصاد ، فالتحسينات الهائلة في تقنية الاتصال (الانترنت) هي قوة فاعلة في نمو الإنتاجية في الولايات المتحدة الأمريكية وهي على قمة الترتيب الآن.¹

¹ - <http://dimatop.yoo7.com> 2013/03/19 على الساعة 14:23 .

خلاصة الفصل

بعدما تطرقنا إلى ماهية التنافسية، والتعرض لمختلف التعاريف التي تطرقت لهذا المصطلح ومؤشراتها، والميزة التنافسية وعرض مختلف الاستراتيجيات العامة للتنافس وتحديد القوى التنافسية وتحليل المنافسين. وكيفية تطوير القدرة التنافسية للمؤسسة استخلصنا النقاط التالية:

- يختلف مفهوم التنافسية باختلاف موضوع الحديث فيما إذا كان عن مؤسسة، عن قطاع أو عن دولة.
- العلاقة بين تنافسية المؤسسة و تنافسية القطاع و تنافسية الدولة في علاقة تكاملية إذ أن إحداها تؤدي إلى الأخرى.
- تعتبر التنافسية على مستوى المؤسسة أفضل مستوى لتطبيق مفهوم القدرة التنافسية لان المؤسسات هي التي تنافس في الأسواق وليس القطاعات أو الدول.
- يستوجب أن تمتلك المؤسسة ميزة تنافسية تعبر بها ومن خلالها عن تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى في ذات الصناعة.
- مع تصاعد المنافسة وتزايد المنافسين الجدد بأساليبهم ومنتجاتهم الجديدة في ظل العولمة ، فلا ضمانة لأي ميزة تنافسية أن تستمر طويلا ما لم يتم تطويرها باستمرار.
- تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا.
- الاستراتيجيات التنافسية هي اتخاذ إجراءات هجومية أو دفاعية لإنشاء موقف يمكن الدفاع عنه في صناعة ما والتعامل بنجاح مع القوى التنافسية الخمس وبالتالي تحقيق عائد أعلى على الاستثمار للمؤسسة.
- يوضح بورتر بأن على المؤسسة أن تقوم باختيار استراتيجية تنافسية محددة من اجل تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال تقديم منتج بسعر اقل وباستخدام بعض أساليب التمييز وتقديم منتج أفضل يعتقد المستهلكين أنه يستحق سعر أعلى (مقابل التميز).
- حدد بورتر ثلاث استراتيجيات عامة يمكن أن تتبعها المؤسسة لتحقيق الفوز على المنافسين وهي: استراتيجية قيادة التكلفة واستراتيجية التمييز، واستراتيجية التركيز، فينبغي على المؤسسة أن تتبنى إحدى هذه الاستراتيجيات لتنجح و إن لم تفعل فستجد نفسها وسط سوق تنافسية وبدون أي ميزة تنافسية.
- تحليل القوى التنافسية في قطاع صناعي تهدف إلى تحديد ومعرفة جاذبية القطاع والضغط الذي تحدثه هذه القوى التنافسية الخمسة هو الذي يحدد جاذبية القطاع نظرا للعلاقات التي تنتج عن ذلك.
- يلعب التحليل التنافسي دورا مهما في التخطيط الاستراتيجي من خلال توفير قاعدة واسعة لتطوير الاستراتيجيات لإنجاز الميزة التنافسية في المستقبل.
- هناك عدة عناصر أساسية تركز عليها القدرة التنافسية يجب الاعتماد عليها كالالتزام بالمواصفات الدولية للجودة والاهتمام بالبحث والتطوير.

الفصل الثالث:

تنافسية المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة الصناعية في

الجزائر

تمهيد الفصل

تشكل الصناعة الركيزة الأساسية للاقتصاد الوطني باعتبارها المحرك الرئيسي لباقي القطاعات الاقتصادية الوطنية خاصة منها قطاعي الخدمات والفلاحة معا.

ونظرا للدور الكبير الذي يلعبه القطاع الصناعي في تفعيل التنمية الشاملة، وتنشيط سوق العمل فقد حظي باهتمام كبير من خلال جملة من التدابير والسياسات الرامية إلى إنعاشه وتطويره باستمرار .

كما تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية والخدمية دورا هاما ورئيسيا في الاقتصاد الجزائري، حيث تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توظيف الاستثمار ورفع معدلات التنمية الاقتصادية، واستيعاب العمالة. لكن تحول الاقتصاد الجزائري نحو اقتصاد السوق، فرض على السلطات العمومية الجزائرية اتخاذ إجراءات جديدة هدفها الارتقاء بهذه المؤسسات، لابتكار وتطوير أساليب حديثة وناجعة تمكن من تحسين وتميز أدائها ورفع من تنافسية تلك المؤسسات في ظل المحيط الجديد.

وفق هذا السياق سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر من خلال معرفة واقع الصناعة في الجزائر ودور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيه، واهم التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية إضافة إلى سبل تعزيز القدرات التنافسية لتلك المؤسسات. وهو ما سنوضحه في المباحث التالية.

المبحث الأول: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر؛

المبحث الثاني: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية؛

المبحث الثالث: سبل تعزيز القدرات التنافسية للصناعة الجزائرية؛

المبحث الأول: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر

يعتبر القطاع الصناعي ارضية خصبة للاستثمار لأن الصناعة الجزائرية هي صناعة وليدة النشأة، ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيه معتبرة.

وضمن هذا المبحث سنتطرق إلى واقع الصناعة في الجزائر بالخصائص والأهمية في المطلب الأول، أما المطلب الثاني سنتناول فيه واقع القدرة التنافسية لقطاع الصناعة التحويلية في الجزائر، ودور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع الصناعي في الجزائر في المطلب الثالث.

المطلب الأول: واقع الصناعة في الجزائر

كانت الصناعة التحويلية المحرك الأساسي للتنمية في العديد من الدول النامية وستبقى الأداة الأكثر فاعلية في تحويل الاقتصاد من نشاطات ذات قيمة مضافة منخفضة إلى تلك التي تحقق معدلات نمو سريعة وتوفير امكانية متزايدة للتنمية.

فعلى الرغم من الجهود التي بذلت من قبل السلطات في الجزائر لم تصبح الصناعة بعد قوة محركة للاقتصاد فهي لا تزال ناشئة تواجه منافسة شديدة على الصعيد المحلي والاجني.

الفرع الأول: تعريف الصناعات التحويلية وأهميتها

أولاً: تعريف الصناعات التحويلية¹

تعرف الصناعات التحويلية بأنها عبارة عن صناعات ينطوي نشاطها على تحويل المواد الأولية إلى منتجات نهائية أو منتجات وسيطة، كما يمكن تعريفها بأنها: الأنشطة التي تعالج المواد الخام المستخرجة من الطبيعة و المواد الزراعية والنباتية والحيوانية وتحويلها إلى شكل آخر قابل للاستفادة منه، ويكون لهذا القطاع قدرة تنافسية اذا كانت مؤسساته قادرة على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وتقاس تنافسية هذه الصناعات من خلال الربحية الكلية للقطاع وميزانه التجاري ومحصلة الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل والخارج , إضافة إلى مقاييس متعلقة بالتكلفة والجودة للمنتجات الصناعية.

وبالتالي يمكن القول أن الصناعات التحويلية هي تلك الصناعة التي تشمل جميع النشاطات الصناعية إضافة إلى تكرير النفط باستثناء الصناعات الاستخراجية مثل استخراج النفط الخام.

ثانياً: أهمية الصناعات التحويلية

تشكل الصناعة الركيزة الأساسية للاقتصاد الوطني لما يتوفر عليه البلد من موارد طبيعية هامة في مجال التصنيع كما تعتبر قطاع استراتيجي يحضى بأولوية في قيادة التنمية الاقتصادية التي تتطلب وضع استراتيجية محكمة لها. حيث تمكنت كافة البلدان النامية

¹ - بلغو سمية، موسوس مغنية: "متطلبات تعزيز تنافسية الصناعات التحويلية العربية في ظل انعكاسات منطقة التبادل الحر الأوروبية"، ورقة مقدمة إلى المنتدى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص: 3.

التي أولتها أهمية خاصة من التطور والتقدم بثبات كبلدان شرق آسيا، بل أكثر من ذلك فقد أصبحت الصناعة مرادفة للتقدم، وقد ثبتت أهميتها على مر التاريخ من نواحي عديدة:¹

- إن الصناعة أفضل ضمان للنمو المستقر بعيدا عن التقلبات المفاجئة في إنتاج المحروقات وأسعارها؛
- تمكن الصناعة اقتصادنا والمؤسسات الوطنية بريح الرهان في الأسواق العالمية في المفاوضات حول نقل القيمة المضافة؛ وللصناعات التحويلية أهمية كبيرة في الاقتصاديات العربية ومن بينها الجزائر وتمثل أهمها في:²
- قطاع الصناعة التحويلية يخفض من مساهمة قطاع النفط الخام في الناتج المحلي والتشغيل والاستثمار وميزان المدفوعات، وتقليص معدلات استيراد السلع المصنعة بكافة أنواعها، وسيمهد ذلك لتقليص معدلات التبعية التجارية والتكنولوجية للدول الصناعية المتقدمة.
- يساعد هذا القطاع على بناء الأساس المادي للاقتصاد من خلال تنمية باقي فروع وأنشطته، لأنه يمتلك القابلية على تحريك و تحفيز القطاعات الأخرى عن طريق خلق الترابطات الإنتاجية (الأمامية و الخلفية)، كما ينفرد هذا القطاع بميزة القابلية على تحقيق التنوع الإنتاجي، لكثرة المراحل و العمليات الإنتاجية، التي تعني قيما مضافة وأصنافا جديدة من السلع ذات منفعة أكبر.
- يعتبر قطاع الصناعات التحويلية من أكثر القطاعات مساهمة في عملية التراكم الرأسمالي، فالإنتاجية المرتفعة لهذا القطاع وقابليته على خلق التشابك الإنتاجي سيؤدي إلى رفع مستوى الفائض الاقتصادي المتحقق في هذا القطاع مقارنة بالقطاعات الأخرى، ولا تقتصر العملية على توفير الأموال اللازمة للاستثمار، وإنما تتعدى ذلك إلى تهيئة وسائل الإنتاج والتجهيزات الصناعية الأخرى التي تستخدم في عملية الاستثمار، الأمر الذي سيخفض من حجم الصعوبات التي تواجه عملية الاستثمار، وتقليص معدلات الاستيراد للسلع الاستثمارية.
- وجود قطاع صناعي متطور سيساعد على إجراء التغيير المستمر في الأجهزة الإدارية والتنظيمية ورفع مستوى كفاءة أدائها لتواكب التوسع المستمر في المؤسسات الصناعية.

الفرع الثاني: خصائص الصناعة في الجزائر

ويتسم التصنيع في الجزائر بجملة من الخصائص تتعلق بصلب العملية التصنيعية، ومنها بعض الصفات التي رافقت عملية التصنيع منذ بدايتها فأصبحت وكأنها من ضمن الخصائص التي تتميز بها الصناعة في الجزائر وتتجلى هذه الخصائص في النقاط التالية:³

1. ضعف الإنتاج الصناعي : لا تزال مساهمة الصناعة التحويلية متواضعة في الإنتاج المحلي الإجمالي، لا تتعدى 13%، وتأتي في المرتبة الثالثة أو الرابعة بعد الزراعة والصناعات الاستخراجية وقطاع الخدمات والتجارة، إضافة إلى هذا الضعف الكمي لم تستطع أن تصنع سلعا إستراتيجية تسمح لها بأن تحتل مركزا خاصا في السوق الدولية، حتى في تلك الصناعات التي زاولتها منذ فترة طويلة بداية انطلاق العملية التنموية، إذ لم تستطع التخصص فيها وإنتاجها بكميات كبيرة وأذواق متطورة وجودة متميزة، بل

¹ - مختار بن هنية: "إستراتيجيات وسياسات التنمية الصناعية"، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2008، ص: 157.

² - بلغنو صميمية، موسوس مغنية، مرجع سابق، ص: 3.

³ - زوزي محمد: "إستراتيجية الصناعات المصنعة والصناعة الجزائرية"، مجلة الباحث - 08 / 2010، ص - ص: 176-178.

انحصر تطور هذه الصناعات بتطور الاستهلاك السائد في السوق المحلية، أي التوجه للداخل، وهكذا اضطرت الصناعة التحويلية المحلية، لأن تكون سجيبة السوق الذي تعمل له ومحدودة حسب الطلب المتيسر داخل حدوده، محاولة فرض نفسها على المستهلك في ظل الدعاية التي تتمتع بها، حتى بعض الصناعات التصديرية بقيت رهينة السوق الذي تعمل له وتصارع فيه، لأجل بقائها لأنها بقيت تنتج للطلب المتوفر فيه، غير جريئة على الذهاب أبعد من ذلك مستفيدة غالبا من بعض الاتفاقيات الثنائية أو الدخول إلى الأسواق السهلة، وبالتالي لم يتكون لديها الحافز لزيادة إنتاجها وتطويره كما ونوعا.

2. ضعف الأداء وانخفاض الإنتاجية الصناعية: تتجلى أهمية قياس الإنتاجية كونها دعامة أساسية لقياس نتائج الأداء (كميات الإنتاج، القيمة المضافة، الربح، ...) وأداة هامة لترشيد القرارات على مستوى المؤسسة أو على مستوى الاقتصاد الوطني ككل، وهي تعبر عن النسبة بين كمية المخرجات التي أنتجت خلال فترة زمنية معينة وكمية المدخلات التي استخدمت في تحقيق هذه المخرجات، سواء كانت كمية الإنتاج أم القيمة المضافة المتأتية عن هذا الإنتاج. وتتصف الصناعة الجزائرية، عموما شأنها في ذلك شأن كثير من البلدان النامية بضعف الأداء وانخفاض الإنتاجية لجميع عناصر الإنتاج أي بضعف الإنتاجية الكلية.

3. الحماية وضعف القدرة على المنافسة: لقد نشأت الصناعة الجزائرية ضمن أسوار من الحماية المطلقة أو شبه المطلقة، وانحصر عملها بشكل أساسي لتلبية الطلب المحلي ضمن السياسات الصناعية السابقة، وعملها في ظل هذه الظروف لفترة طويلة نسبيا جعلها تتأقلم مع السوق الداخلية من حيث نوعية الإنتاج وأذواق المستهلكين، بالإضافة إلى الاطمئنان إلى عدم منافستها من أي منتج آخر داخل السوق، مما دفعها لاحقا إلى عدم الاهتمام بتطوير المنتج وتحسين نوعيته، وفقدت القدرة على التعامل مع الأسواق الخارجية والتعرف على طبيعتها، لذلك ليس من السهل إعطاء تقويم دقيق للقدرة التنافسية لمنتجات الصناعة التحويلية الجزائرية في السوق المحلية، بسبب المستوى المرتفع من الحماية وحتى السلع التي يتم استيرادها يتم تبادلها من خلال اتفاقيات حكومية، يفرض عليها في الغالب رسوم جمركية مرتفعة أو ضرائب أخرى تحد من قدرتها على منافسة المنتج المحلي، بحيث يصعب في مناخ كهذا تقويم القدرة الحقيقية للمنتج المحلي على منافستها. إن أسوار الحماية التي تتمتع بها القطاع العام الصناعي لم تحقق الهدف والغاية التي وجدت من أجلها، بل كانت النتائج عكس ما أريد وكانت نتائجها السلبية أكبر على القطاع الصناعي العمومي بحيث وصل إلى مرحلة يعاني من مشاكل عديدة كتدني مواصفات السلعة المنتجة، والارتفاع في كلفة الإنتاج، وآلية عمل اقتصادي وإداري سمته الأساسية البيروقراطية، وتدني مستوى الكفاءة والخبرة في التعامل مع السوق بقوانينها ومتغيراتها.

وخير ما يعكس هذه المشاكل وغيرها تزايد مستوردات القطاع العام الصناعي، وانخفاض حجم صادراته، إلى أن بدأت الدولة بتشجيع القطاع الصناعي الخاص وإعطائه دورا كبيرا أدى إلى كسر احتكار القطاع العمومي للسوق وأدخله في منافسة لم يكن مهيبا لها مع القطاع الخاص المحلي، مما زاد من مشاكله في البداية، وبدأ يحاول تحسين قدرته على المنافسة، وتطوير آليات عمله بما يتناسب وظروف المنافسة المستجدة، لكن هذا لا يخفي حقيقة أن القطاع العام الصناعي مازال يعاني من المشاكل السابقة، كما أن الوضع يختلف من قطاع إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى، إلا أن وجود هذه المشاكل وتراكمها مازال واقعا يدل عليه، وربما كانت بعض مؤشرات الأداء الاقتصادي للقطاع الخاص أفضل نسبيا من مؤشرات القطاع العام المشابهة إلا أن زيادة حدة المنافسة في السوق المحلية والعالمية أظهر بعض السلبيات غير المشجعة مثل توقف بعض المؤسسات عن الإنتاج وإجراء تخفيض إيرادي لمستوى استغلال الطاقات الإنتاجية المتاحة، والمطالبة باستمرار الحماية للإنتاج المحلي من قبل بعض المنتجين.

كل ذلك يؤكد ضعف القدرة التنافسية لمنتجات الصناعة التحويلية الجزائرية وعدم قدرتها على الصمود والاستمرار في مواجهة المنافسة الخارجية.

4. العلاقة مع السوق الخارجية : إن التوسع في السياسة الصناعية التي تبنتها الجزائر منذ انطلاقة العملية التنموية وبخاصة ما يتعلق منها بالصناعات المقامة، قد زاد من حجم المستوردات، كما زاد من اعتماد هذه الصناعة على السوق العالمية لتأمين مستلزماتها من مواد أولية والتجهيزات والمساعدة الأجنبية، وكذلك في مجال تحديد وتطوير تكنولوجيا الإنتاج الخاصة بها، مما زاد من مشاكل التعامل مع هذه السوق بتقلبات أسعارها وشروطها المحففة في كثير من الأحيان.

5. ارتفاع كلفة الإنتاج وعدم الاهتمام بالتنوع : تتميز الصناعة الجزائرية بشكل عام بارتفاع كلفة منتجاتها عن مثيلاتها في السوق العالمية وحتى المنتجات المشابهة لها في الدول النامية، ومنها الدول العربية، وهذا ما يشكل عقبة صعبة أمام وصولها إلى الأسواق الخارجية، بل وحتى المنافسة في سوقها الداخلية، وتعود التكلفة المرتفعة للمنتجات الصناعية الجزائرية إلى عدة أسباب أهمها:

- عدم التمكن من استخدام كامل الطاقات الإنتاجية المتاحة، حيث تصل نسبة الاستخدام إلى أقل من النصف في بعض المؤسسات الصناعية.
- اختيار أحجام غير ملائمة للمؤسسات الصناعية بخاصة في القطاع العام.
- الإنتاجية الضعيفة للعمالة.
- الارتفاع المصطنع في أسعار بعض المواد الأولية الداخلة في العملية الصناعية نتيجة سياسة الأسعار.

إضافة لذلك تعتبر العملية الصناعية عملية كمية، وليست عملية نوعية، أي أنها تركز اهتمامها على الإنتاج الكمي مع إهمال النوعية أو إلى اهتمام ضعيف بنوعية المنتج، والعمل على تطويره بما يتفق مع تطور أذواق المستهلكين، فالعالم يشهد تغييرا هائلا ومتسارعا في تطوير الإنتاج ومواصفاته، ولا تزال مسألة التكلفة والنوعية قائمة وتشكل أحد أهم التحديات التي تقف أمامها الصناعة الجزائرية.

6. الاعتماد على التكنولوجيا المستوردة : لقد أجرت الثورة التكنولوجية تغييرا جذريا في عالم الصناعة، فأدخلت عليها أساليب حديثة في عملية الإنتاج والإدارة والتسويق، وبخاصة في خلق سلع وخدمات جديدة، ولا يقتصر أثر التكنولوجيا في إحداث تغييرات بنوية واجتماعية فحسب، بل تغيرات أخرى تمس الأفراد وعلاقاتهم الإنسانية وأسلوب عملهم وما يهم هو ما أحدثته وتحديثه التكنولوجي في عالم الصناعة من تغييرات جذرية عديدة تتعلق ب :

- الآلات والمعدات والتجهيزات المساهمة في عملية الإنتاج.

- طرق العمل وأساليب الإنتاج، وغرضها تحسين الإنتاج من حيث الكلفة والنوعية.

- العلاقات العمالية المنظمة للعمل ورأس المال.

- خلق صناعات جديدة تنتج سلعا وخدمات عديدة لم تعرف من قبل.

وبذلك فإن تقدم الصناعة مرتبط بل مرهون بتقدم التكنولوجيا، وما يرتبط بها من معرفة وبحث علمي، كما أنها مدينة لها بكل ما حققته وستحققه، لكن الصناعة في البلدان النامية مدينة إلى عملية نقل التكنولوجيا المكتشفة والمطبقة في البلدان الصناعية، التي أخضعت عمليات نقلها إلى قنوات مختلفة تستطيع عن طريقها استغلال هذه التكنولوجيا للحصول على عوائد ومكاسب عديدة مكلفة جدا للبلدان المستوردة التي تنقل التكنولوجيا عن طريق الحصول على الآلات والمعدات والتجهيزات الحديثة، أو وثائق براءة الاختراع والعلامات التجارية والنماذج الصناعية، إضافة إلى المساعدات والدراسات الفنية لكن عملية نقل

التكنولوجيا، لا تقتصر على اقتناء هذه الآلات والوثائق بل تتطلب تطويع هذه التكنولوجيا وتفهمها واستيعابها وتطويرها لتستثمر بكامل طاقتها وبما ينسجم مع البيئة التي تعمل بها. إلا أن الواقع يشير إلى عكس ذلك، حيث أخذت عملية نقل التكنولوجيا شكل عملية التقليد، ولم يتم في أغلب الأحيان اختيار التكنولوجيا حسب متطلبات البيئة، بل تم اللجوء إلى جهات خارجية لدراسة المشروعات الصناعية وتحديد أنواع الآلات والتجهيزات وطرق التشغيل والصيانة، وبالتالي لم يتم استيعاب وتطويع هذه التكنولوجيا بما يناسب البيئة المحلية، والعمل على تطويرها أو إعادة إنتاجها بشكل آخر، وبذلك بقيت الصناعة مرهونة بكل تطور تجريه أو حتى عملية الاستبدال والصيانة للتكنولوجيات المستوردة.¹

7. عدم مرونة الجهاز الإنتاجي: يجب أن يتمتع الجهاز الإنتاجي بالمرونة الكافية التي تكسبه القدرة على زيادة الإنتاج في حالة زيادة الطلب، وكذلك القدرة على التكيف مع التغيرات والتطورات الحاصلة، سواء على أسلوب الإنتاج أو على بنية ونوعية المنتج، وذلك بإجراء تعديلات بسيطة وغير مكلفة في عملية الإنتاج، وهذا يتطلب استخدام تكنولوجيا حديثة ومرنة يمكن استخدامها في إنتاج أكثر من منتج وبنوعيات ونماذج مختلفة، من خلال تعديلات معينة في طريقة عمل هذه التكنولوجيا، وهذا ما لا نجده في الصناعة الجزائرية حيث تستخدم تكنولوجيا متقدمة بطيئة لا تتوفر فيها المرونة، لإجراء أي تعديلات في عملية الإنتاج، وإن حدث وحصل ذلك فإنه يتطلب تغييرات كبيرة ومكلفة، وهذا ما يشكل عقبة كبيرة أمام الصناعة المحلية في تحولها إلى الإستراتيجية الصناعية من أجل التصدير، لأن هذا التحول في الاستراتيجية الصناعية يتطلب جهاز إنتاجي مر قادر على التعامل مع هذا التحول، وتوفير متطلباته من حيث طبيعة المنتجات ونوعيتها وجودها.

8. العملية الصناعية المتجزئة : إن العملية الصناعية بطبيعتها عملية متكاملة متشعبة تشمل على جوانب عدة:

- عملية الإنتاج نفسها بما فيها من زيادة الإنتاج وخفض تكاليفه والأخذ بعين الاعتبار الدور الذي يلعبه في الدورة الاقتصادية (الاستهلاك)، وكذلك الدور التنموي.
- عملية نوعية تستوجب تحسين نوعية وجودة الإنتاج وتطويره باستمرار.
- عملية محرضة لعمليات أخرى تكون مشتقة منها ومكملة لها، تدعم العملية الأساسية فتضع لها مخرجات مختلفة وتزودها بمدخلات صناعية عديدة، وتمكنها من لعب دور رئيسيا في مضاعفة وخلق صناعات جديدة.
- عملية مرتبطة بعملية الإعلام والتسويق التي أصبحت من الأهمية بمكان، حتى أنها فاقت عملية الإنتاج نفسها، لأن المهمة الأساسية والشاقة أصبحت تصريف الإنتاج وبيعه.

بينما نرى أن العملية الصناعية في الجزائر مازال ينظر لها على أنها عملية إنتاجية فقط، همها تحقيق كمية معينة من الإنتاج دون الاهتمام بنوعية الإنتاج وتكاليفه أو حتى الكيفية والأسلوب المتبع في تصريفه، بالإضافة إلى كونها عملية منفصلة عما حولها حيث نلاحظ ضعف الترابط والتكامل بين الصناعات القائمة ومنفصلة أيضا عن عملية الإعلام والتسويق التي أصبحت إنجازا متما ولازما لعملية الإنتاج.

لقد أدى الوضع السابق للصناعة الجزائرية إلى ضرورة الإصلاحات وقد قامت الجزائر بمحاولات ذاتية لقناعة من القيادات السياسية إلى أن الوضع يجب أن يتغير، لذا جاءت الإصلاحات الإدارية المتمثلة في إعادة الهيكلة واستقلالية المؤسسات، والتي تمت تحت ضغط الأوضاع الداخلية، خصوصا أحداث 1988 لما لم تؤد هذه الإصلاحات ما هو منتظر منها، اضطرت الجزائر

¹ - عبود زرقون، "الاستراتيجية الملائمة للتنمية الصناعية في الجزائر"، معهد العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، بحوث اقتصادية عربية، العدد 45، 2009، جامعة أم البواقي - الجزائر، ص: 165.

إلى التوجه للمنظمات الدولية من أجل إنقاذ اقتصادها من الإفلاس، فكان تطبيق الإصلاحات المدعومة من طرف البنك الدولي والصندوق الدولي في فترة التسعينات .

المطلب الثاني: القدرة التنافسية للصناعة التحويلية في الجزائر

نظرا لصعوبة قياس تنافسية الصناعة التحويلية، يتم عادة استخدام مجموعة من المؤشرات لمعايير معينة من أجل معرفة الاتجاه العام لتنافسيته، وتعتبر الإنتاجية والتكلفة والحجم والحصة من السوق العالمي من أهم المعايير المستخدمة في قياس تنافسية الصناعة التحويلية ، من هذا المنطق ونظرا لندرة البيانات الخاصة بالجزائر، شأنا ي ذلك شأن باقي الدول العربية، نحاول فيما يلي معرفة قيمة الصناعات التحويلية في الاقتصاد الجزائري، ثم الاستعانة بمؤشرين هاميين في محاولة الوقوف على واقع القدرة التنافسية لقطاع الصناعة التحويلية في الجزائر و ذلك بالاعتماد على مؤشر مساهمة القطاع المعني في هيكله الناتج المحلي الإجمالي من ناحية وكذلك مؤشر حصة صادرات الصناعة التحويلية من إجمالي الصادرات.

الفرع الأول: قيمة الصناعات التحويلية في الاقتصاد الجزائري

إن الصناعة التحويلية تمثل في العالم أحد الروافد المهمة للاقتصاد العالمي، لما تمثله من قيمة عالية في النمو وكذا لتغطية الاحتياجات المتزايدة للسكان من الصناعات المختلفة.

في الجزائر تمثل أكبر قيمة للواردات ما تعلق بمختلف الصناعات التحويلية، خاصة عندما كانت الجزائر في سنوات السبعينات تزخر فيها بقدرات إنتاجية هامة سمحت لها بتغطية الاستهلاك المحلي وحتى بلوغ مراحل التصدير في البعض منها. وهذا راجع بالخصوص إلى السياسات والخطط التنموية المتناقضة.

فبناء قطاع الصناعة التحويلية يعتبر خيارا مصيريا بالنسبة للجزائر لكي تتمكن من تكوين قوة اقتصادية جديدة تمكنها من أن تعوض قطاع المحروقات مستقبلا .

تستمر المنتجات النفطية في الهيمنة على النشاط الاقتصادي الجزائري بقيمة مضافة تصل إلى 60% من الناتج المحلي الإجمالي، وخلافا لذلك فإن وزن قطاع الصناعة التحويلية في إجمالي الناتج المحلي يتناقص أكثر فأكثر لان الصناعة التحويلية الجزائرية تمر بمرحلة صعبة تجلت في الانخفاض المنتظم لحصة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي.¹

¹ - عماري جمعي: "استراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، ص: 200.

ولمعرفة تطور قطاع الصناعة التحويلية في الجزائر نقدم الجداول التالية:

الجدول (09) : الأرقام القياسية للإنتاج الصناعي (2004 – 2010)

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
.....	الصناعات التحويلية
30.3	31.3	34.5	32.3	33.0	34.6	40.5	المواد الغذائية والمشروبات والتبغ
16.4	18.4	18.2	18.4	21.6	25.7	24.6	المنسوجات والملابس
18.4	16.0	20.4	23.2	24.9	25.9	28.1	الورق ومنتجاته الطباعة والنشر
63.0	70.5	69.1	67.4	70.5	83.7	78.0	الكيمائيات والمنتجات النفطية والبلاستيك والفحم والمطاط
107.4	113.1	114.2	116.1	113.0	125.0	105.4	صناعات معدنية اساسية
55.0	62.9	57.6	55.4	60.9	65.6	73.6	المنتجات المعدنية والماكينات والمعدات
8.1	10.3	10.3	13.0	18.9	19.1	25.3	صناعات تحويلية أخرى

المصدر: نشرة الاحصاءات الصناعية للبلدان العربية 2004-2010، العدد السابع، 2012، ص: 70.

الجدول رقم (10) : القيمة المضافة للصناعة التحويلية (2004-2010)

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
432.678	416.770	440.535	416.286	-الصناعات التحويلية-
197.541	187.547	161.707	154.623	صنع المواد الغذائية والمشروبات
....	...	43.502	42.740	صنع منتجات التبغ
13.843	14.591	2.280	2.152	صنع المنسوجات
....	...	10.807	11.103	صنع الملابس، تهيئة الفراء وصباغته
2.593	2.549	2.555	2.385	دبغ الجلود وتجهيزها صنع الحفائب والامتعة والاحذية
...	...	4.853	4.559	صنع الخشب والمنتجات الخشبية والفلين باستثناء الاثاث
17.195	16.872	2.545	2.400	صنع الورق ومنتجاته
...	...	7.871	7.668	الطباعة والنشر
...	...	36.091	39.055	صنع فحم الكوك والمنتجات النفطية المكررة
47.657	45.215	30.413	26.712	صنع المواد والمنتجات الكيماوية
...	...	3.945	3.868	صنع منتجات المطاط واللدائن
70.523	66.865	68.017	64.303	صنع منتجات المعادن اللافلزية الأخرى
....	...	27.500	19.605	صنع الفلزات القاعدية
...	...	809	706	صنع منتجات المعادن المشكلة باستثناء الماكينات والمعدات
83.326	83.131	3.321	.4.327	صنع الآلات والمعدات غير المصنفة في مكان آخر
...	...	24.152	19.548	صنع الآلات والأجهزة الكهربائية غير المصنفة في مكان آخر
...	...	3.025	3.242	صنع أجهزة الراديو والتلفزيون والاتصالات
...	931	1.135	صنع الأجهزة الطبية وأدوات القياس عالية الدقة والأدوات البصرية والساعات بأنواعها

...	...	4.558	4.478	صنع المركبات ذات المحركات والمركبات المقطورة وشبه المقطورة
.....	175	186	صنع معدات النقل الأخرى
...	1.478	1.49	صنع الأثاث، صنع منتجات غير مصنفة في مكان آخر

المصدر: نشرة الإحصاءات الصناعية للبلدان العربية 2004-2010، العدد السابع، 2012، ص: 69.

الفرع الثاني: مساهمة الصناعة التحويلية في هيكل الناتج المحلي الإجمالي¹

إن معدلات النمو التي حققها الاقتصاد الجزائري في السنوات الأخيرة يمكن وصفها بالمشجعة حيث مكنت من المحافظة على التوازنات الكبرى و إعادة بناء استقرار الاقتصاد الكلي ، فمنذ 1999 ميزان المدفوعات و الموازنة العامة حققتا فائض، و الاحتياطات الدولية الرسمية ارتفعت بشكل محسوس.

لقد سجل متوسط النمو الاقتصادي معدلات نمو فاقت كما هو مبين بالجدول أدناه كما شهدت معدلات النمو لنصيب الفرد من الناتج تطورات ملحوظة في مقابل مستويات نمو ديموغرافي متواضع 1.88.

جدول رقم (11) تطور نمو كل من الناتج المحلي الإجمالي و نصيب كل ساكن (2001-2009).

2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	السنوات
4.7	5.1	6.4	6.5	6.5	5.9	6.8	4.1	2.6	نمو الناتج المحلي الإجمالي (%)
3.3	3.6	4.8	4.9	4.9	4.3	5.2	2.5	1.1	نمو نصيب كل ساكن من الناتج المحلي الإجمالي

المصدر: خياري زهية، شاوي شافية: "القدرة التنافسية للصناعة التحويلية"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص: 9.

إن النمو الملاحظ خلال السنوات الأخيرة مرتبط بشكل مباشر بقطاع المحروقات في الوقت الذي لاتزال فيه مساهمة القطاعات الأساسية و التي يمكن اعتبارها مهمة وحيوية كقطاع الصناعة خارج المحروقات في هيكل هذا النمو لاتزال ضعيفة و هامشية .

أما المساهمة الحالية للقطاع الصناعي في الناتج الداخلي الخام فموضح في الجدول التالي الذي يبين مساهمة القطاع الصناعي في الناتج الداخلي الخام بالأسعار الجارية (القيم بملايير الدينارات).

¹ - خياري زهية، شاوي شافية: "القدرة التنافسية للصناعة التحويلية"، مرجع سابق، ص: 9.

الجدول رقم (12): مساهمة القطاع الصناعي في الناتج الداخلي الخام بالأسعار الجارية (2001-2010)

قطاع الصناعة		الناتج الداخلي الخام	السنوات
بالنسبة المئوية	ملايير الدينارات		
7,5	315,2	4227,1	2001
7,5	337,6	4522,8	2002
6,8	355,4	5253,3	2003
6,3	390,5	6150,4	2004
5,5	420,1	7562,0	2005
5,3	449,5	8514,8	2006
5,1	479,8	9366,6	2007
4,7	519,5	11090,0	2008
5,7	573,1	10034,3	2009
5,0	597,9	12049,4	2010

المصدر: بنك الجزائر، النشرة الإحصائية الثلاثية، مارس 2012، ص:26، بتصرف.

لقد شهد الناتج الداخلي الخام للجزائر ارتفاعا خلال عشرة أعوام الماضية بفضل الاستفادة من عائدات النفط حيث ارتفع من 4227,1 عام 2001 إلى 12049,4 عام 2010، أما بالنسبة لقطاع الصناعة في الجزائر فقد شهد انخفاضا متواصلا خلال السنوات العشرة الماضية باستثناء في عام 2009 فقد أرتفع من 4,7% عام 2008 إلى 5,7% لينخفض مرة أخرى إلى 5% عام 2010.

جدول رقم (13) تطور الحصة النسبية للقطاعات في تكوين الناتج المحلي الإجمالي (1998-2007)

2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	
8.8	8.7	9	9.1	9.7	10	10.4	9	11.9	12.5	الزراعة
45.2	45	44.7	38.2	35.1	35.1	36.5	42	29.6	24.5	المحروقات
5	6	6.5	6.0	6.5	7.9	7.9	7.7	9	9.9	الصناعة
9	8.2	7	8.3	8.5	9.8	9.1	8.7	10.2	11.6	البناء والاشغال العمومية
19.7	19.7	20	20.7	21.5	24.8	24.2	21.6	25.6	26.8	الخدمات التجارية
12.2	12.4	12.8	17.7	18.2	12.5	11.9	11	13.7	14.8	الخدمات الغير التجارية

المصدر: خيارى زهية، شاوي شافية: القدرة التنافسية للصناعة التحويلية، ورقة مقدمة إلى المنتدى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص:10.

إن المساهمة في نمو الأنشطة الإنتاجية تضع المحروقات والخدمات في القمة بمساهمة تتجاوز 60% في الثروة الوطنية والواضح أن القطاع الصناعي يشغل مكانة تزداد وهنا في هيكله الناتج المحلي الإجمالي، إذ انتقلت مساهمته من حوالي 10% سنة 1998 إلى 6% سنة 2004 أي بتدهور يعادل حوالي 4 نقاط و إلى مستوى 5% سنة 2007 لتسجل مساهمة نسبية تقدر بـ 3.8% سنة 2008 و هذا حسب إحصائيات التقرير الاقتصادي العربي الموحد⁽¹⁶⁾، لتحتل المرتبة ما قبل الأخيرة بين الدول العربية، هذا في الوقت الذي يتعزز فيه وزن المحروقات في تركيبة الناتج المحلي الإجمالي حيث انتقلت مساهمة هذا القطاع من 24.5% في سنة 1998 إلى 38.2% سنة 2004 و إلى ما يقارب 45% في سنة 2005 و هو ما يعادل تقريبا نصف الثروة الوطنية المنتجة وهو الواقع الذي تؤكد في السنوات الموالية، فقطاع المحروقات لا يتحكم اليوم فقط في تمويل النفقات العمومية (الجباية البترولية تمثل أكثر من 60% من الموازنة بين 2000-2005) والاستثمارات العمومية كما هو الحال و منذ فترة طويلة، لكنه يتحكم و منذ بداية عشرية الألفين في رتم و مدى النمو الاقتصادي فأصبح بذلك القطاع الأكثر حيوية بالنسبة للاقتصاد و المجتمع كله كما لم يكن من قبل، فالإقتصاد بشكل ما أصبح رهين قطاع المحروقات و الإيرادات البترولية التي تغطي ما نسبته 98% من الواردات.

إن قراءة دقيقة ومتأنية للأرقام والمعلومات المنشورة عن الصناعة التحويلية في الجزائر توضح أنه على الرغم من الجهود التي بذلت لم تصبح هذه الصناعة قوة محركة للاقتصاد، بل إن الصناعة التحويلية الجزائرية تعيش أزمة حقيقية، فالمعطيات تشير إلى أن الصناعة التحويلية عرفت شبه استقرار بين 1983 و 1993 بمعدل نمو سنوي متوسط بـ 0.1%، أما بالنسبة للفترة الموالية 1993 و 2003 سجلت انخفاض سنوي متوسط بـ 1.1% بمعنى آخر إن القيمة المضافة للصناعة التحويلية المسجلة في سنة

2003 هي أقل بأكثر من 10% مقارنة مع سنة 1983،¹ ولم يتوقف القطاع عن التدهور ففي سنة 2004 سجل نمو سلبيا بـ 2.3% وفي سنة 2005 سجل أيضا نمو سلبيا بـ 2.8%، أما في سنة 2006 مستوى إنتاج قطاع الصناعة التحويلية وصل إلى مستوى 60% من مستوى الإنتاج المحقق سنة 1989، فلنتصور إذا مقدار الخسائر على مستوى الإنتاج.²

إن هذا التدهور يبدو أكثر أهمية عند مقارنة أداء القطاع بدول أخرى خاصة المجاورة منها، ففي سنة 1983 الجزائر احتلت المرتبة الأولى فيما يتعلق بالإنتاج الصناعي بعيدا عن كل من المغرب، تونس و مصر حيث كان نصيب كل ساكن من الإنتاج الصناعي يعادل 280 دولار بينما كان في المغرب 123 دولار وتونس 177.5 دولار أما في مصر فلم يتجاوز 84 دولار، أي أن الجزائر أنتجت ما يعادل 2.28 مرة أكثر مما أنتجته المغرب و 1.58 مرة أكثر من تونس و 3.33 مرة أكثر من مصر.

إلا أن الوضع تغير بعدها لتحتل الجزائر المرتبة الأخيرة كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (14): تطور القيمة المضافة للصناعة التحويلية بين 1983-2005 (نصيب كل ساكن من القيمة المضافة) بأسعار سنة 1983.

الاتجاه	2005	2000	1990	1983	
←	116	120	247	280	الجزائر
←	219	200	193	123	المغرب
←	414.7	369	255	177.5	تونس
←	278.9	216	144	84	مصر

المصدر: خيارى زهية، شاولي شافية: القدرة التنافسية للصناعة التحويلية، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص:12.

من خلال الجدول يتضح أن تونس تحتل المرتبة الأولى في المجموعة ففي سنة 2005 أنتجت ما يعادل 3.5 مرة ما أنتجته الجزائر في نفس السنة لتحتل بذلك الجزائر المرتبة الأخيرة في المجموعة، كما أنه ما بين 1970 و 2005 تضاعف الإنتاج الصناعي الجزائري مرتين ونصف في حين تضاعف 12 مرة في تونس وأربع مرات بالمغرب.

أن الأزمة البترولية لسنة 1986 سجلت نهاية مرحلة غطى فيها الربع البترولي كل مشاكل الصناعة المرتبطة بالإنتاجية ووفرة رؤوس الأموال للاقتصاد الوطني، ومع نهاية هذه المرحلة بات التراجع الصناعي حتمية لا بد منها، هذا التراجع الذي استمر منذ نهاية الثمانينات، شهدت معه الصناعة التحويلية نمو سلبيا بحيث لم تتجاوز نسبتها و في أحسن الأحوال 7% من الناتج المحلي الإجمالي، في حين وصلت إلى مستوى 15% مع منتصف الثمانينات.

¹ - خيارى زهية، شاولي شافية: مرجع سابق، ص:11.

² - المرجع السابق، ص:14.

الجدول رقم(15) : القيمة المضافة للقطاع الصناعي في الجزائر(2001- 2008) (مليون دولار)

القطاع	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
قطاع استخراجي	18,753	18,593	24,208	32,271	45,843	53,550	59,166	77,446
الصناعات المعدنية والميكانيكية والكهربائية	430	429	494	595	595	610	769	1,000
مواد البناء	422	407	419	529	573	597	929	1,068
الصناعة الكيماوية، المطاط والبلاستيك	256	230	237	336	343	361	1,006	1,092
الصناعة الغذائية	1,393	1,416	1,491	1,663	1,726	1,857	2,852	3,181
النسيج واللبسة	156	153	170	187	193	187	192	202
الجلد والاحذية	29	33	32	37	37	35	34	39
الخشب والفلين والورق	150	163	170	214	212	222	211	237
صناعات أخرى	483	508	585	648	675	663	22	22,91
قطاع تحويلي	3,319	3,338	3,598	4,209	4,354	4,533	6,015	6,819
قطاع صناعي	22,072	21,931	27,805	36,480	50,197	58,083	65,181	84,265

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، التقرير الصناعي العربي 2009-2010، ص: 83.

وعلى الرغم من الأداء الجيد الذي عرفه قطاع الصناعة التحويلية في مجمله عام 2008 إلا أنه يعتبر ضعيف جدا بالمقارنة مع قطاع الصناعة الإستخراجية الذي يساهم بـ 91.9٪.

الفرع الثالث: مساهمات صادرات الصناعة التحويلية في إجمالي الصادرات

يشكل أداء الصادرات المحور الرئيسي للتنافسية في الأسواق الدولية، ومن أهم المؤشرات الأساسية التي تقيم قطاع الصادرات ومساهمته في بناء قاعدة تنافسية مؤشر حصة الصادرات من السلع المصنعة، وهو في الواقع يقيس الجهد التنموي نحو التوجه إلى نموذج مبني على الاستفادة من تصنيع السلع التحويلية والابتعاد عن تصدير السلع الأولية المعروفة بعدم المرونة السعرية والدخلية في الأسواق الدولية، بالإضافة إلى تدبب الأسعار وما له من آثار سلبية على الإدارة الاقتصادية الكلية، وهي عوامل أدت بالدول إلى التخلي تدريجياً عن سياسات إحلال الواردات والتوجه نحو استراتيجية ترويج الصادرات لاستدامة معدلات النمو ورفاهية السكان، وتعتبر كوريا مثالا لذلك حيث تحتل الصدارة في هذا المجال باعتبارها دولة تصنف ضمن الدول المصنعة حديثا والتي تعتمد أساسا على الأسواق الخارجية في السلع المصنعة لإحداث النمو المطلوب.

أما الجزائر وفي الوقت الذي باتت فيه السلع الصناعية تستحوذ على أكثر من نصف الصادرات الدولية في هيكل التجارة الدولية، فإن أدائها يدل على أنها بعيدة عن توظيف سياسة ترويج صادرات مبنية على السلع المصنعة وان القطاع الأولي مازال مسيطرا على أداء قطاع الصادرات وذلك نتيجة لطغيان النفط.

جدول رقم (16): الحصة النسبية للصادرات الصناعية للجزائر وبعض دول المقارنة (1995-2006)

الدول السنوات	الجزائر		تونس		المغرب		مصر		الاردن	
	2006	1995	2006	1995	2006	1995	2006	1995	2006	1995
نسبة صادرات السلع التحويلية الى اجمالي الصادرات	1.2	3.7	86	79.4	67.8	51.4	21.2	40.4	71.2	48.7
نسبة صادرات المواد الخام والمعادن إلى الإجمالي	0.7	0.5	1.5	1.7	9.3	11.5	2.3	6.4	12.8	24.3
نسبة الصادرات من الوقود إلى الإجمالي	97.9	94.6	7.5	8.5	1.9	2.2	56.4	37.2	1.0	-
نسبة الصادرات السلع الأخرى إلى الإجمالي	0.2	1.2	11	10.4	21	34.9	20.1	16	15	-

المصدر: خياري زهية، شاوي شافية: القدرة التنافسية للصناعة التحويلية، القدرة التنافسية للصناعة التحويلية، ورقة مقدمة إلى المنتدى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص: 15.

إن الهيكلة القطاعية للاقتصاد كان لها أثرها الواضح على الصادرات، فباستثناء المحروقات يسجل الميزان التجاري للجزائر وباستمرار أرصدة سالبة بالنسبة لكل مجموعات الإنتاج الأخرى، رصيد سالب مع الاتحاد الأوروبي كما هو الحال مع باقي العالم. والنتيجة إن صادرات الجزائر تفتقر إلى التنوع المطلوب الذي يضمن تنوع مصادر الدخل وعدم الاعتماد على عدد قليل من السلع والذي يمكن أن يؤدي إلى هزات مستمرة للاقتصاد، فبالمقارنة مع بعض الدول يتضح ضعف تنوع التجارة الخارجية.

المطلب الثالث: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير قطاع الصناعة¹

إن تجربة الجزائر في التنمية الصناعية لفترة السبعينات فشلت بسبب الاعتماد على بناء المؤسسات الكبيرة التي تعتمد على استيراد التجهيزات الرأسمالية المتطورة حتى يتسنى لها إحلال الواردات وتحقيق التراكم الصناعي لدفع عجلة التنمية، ونفس الشيء النسبة إلى الصناعات المتخصصة في الإنتاج من أجل التصدير، و يعزى هذا الفشل إلى أن الإنتاج أصبح يتحدد كميته (الحجم) ونوعيته (الجودة) ومعدلات نموه طبقا لاتجاهات الطلب الخارجي، على غرار أن التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج مستوردة، إلى جانب أن فرص العمل محدودة بالنظر للكثافة الرأسمالية المرتفعة في الأدوات الإنتاجية المستعملة . حيث يمثل القطاع الصناعي في النظام الاقتصادي السابق محور الخطط التنموية للبلاد، إلا أنه تأثر بشكل كبير مع التحولات التي شهدتها الجزائر من بداية الثمانينات جراء عدم تحديث القطاع مع التطورات التكنولوجية والإدارية العالمية، والسبب الذي جعله ينهار ويوجه نحو الخوصصة التي تأخرت كثيرا في إنقاذه، وقد توجهت الجزائر حديثا إلى بعث القطاع الاقتصادي من خلال الاستثمار الخاص المحلي أو الأجنبي وكذلك دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمشاركة في تنمية القطاع، ويمثل الجدول التالي تطور القطاع الصناعي الجزائري وقيمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في ذلك.

جدول رقم(17): الناتج الوطني الاجمالي للصناعة خارج المحروقات

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الناتج الصناعي خارج المحروقات	315230	369939	401014	390542	420121	444369	556027.5
الناتج المحلي الاجمالي	3754871	4023414	4700040	5547188	6931778	7842716	8523745
نسبة الناتج الصناعي	8.4	9.19	8.5	7.1	6.2	5.66	6.5
عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	93440	99764	110482	119860	130251	142838	155394
نسبة مساهمة الصناعة الإجمالي	51.9	52.6	53.1	53.1	52.9	52.9	52.8

المصدر: عماري جمعي، قندوز طارق: "التسويق الصناعي كمدخل استراتيجي وتنافسي لترقية الصادرات الصناعية الجزائرية مع التطبيق على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، ورقة مقدمة إلى المنتدى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص: 9.

¹ - عماري جمعي، قندوز طارق: "التسويق الصناعي كمدخل استراتيجي وتنافسي لترقية الصادرات الصناعية الجزائرية مع التطبيق على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، ورقة مقدمة إلى المنتدى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص: 9.

يوضح لنا الجدول أن مساهمة الناتج الإجمالي الصناعي في الناتج الإجمالي لم تتعدى 9.19 % سنة 2002، وهي في انخفاض تدريجي، ويرجع ذلك للتركيز على قطاع التجارة الخارجية خاصة الواردات الصناعية، فرغم أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمثل أكثر من 50 % من إجمالي المؤسسات إلى أنها لم تؤثر بالشكل المناسب والفعال في تطوير قيمة الناتج الإجمالي الصناعي،... ويجب أنه يجب تبني خطة تنموية رائدة لتنمية القطاع من خلال ما يلي: ¹

- تحسين وتطوير الرأسمال البشري بتحسين نوعية تكوين وتأهيل الموارد البشرية، وتطوير البرامج التعليمية في مختلف المستويات التربوية.
- الاستثمار في ميدان التكنولوجيا.
- تشجيع الشراكة مع الدول الممثلة للتكنولوجيا المتقدمة.
- بما أن المحيط الذي تعمل فيه المؤسسات يمتاز بعدم التأكد والتحولات الكبيرة والمتسارعة التي تطرأ عليه، والمنافسة الشديدة، فإن ذلك يحتم القيام بتحليل ودراسات استراتيجية قصد تحديد الصناعات التي تمتلك فرص كبيرة للنجاح وذات قدرات تنافسية، وهذا بالاعتماد على معطيات ومعلومات تقنية تجارية مالية عند إجراء هذه الدراسات.
- تحسين القدرة التنافسية وتطوير المؤسسات الصناعية، بوضع مسار لتأهيلها وتحديث آليات الإنتاج والطرق المستعملة في العملية الانتاجية، وكذا تطوير الكفاءات التسييرية، إضافة إلى تحسين وتطوير النوعية والجودة، ومسار التأهيل هذا يجب أن يوضع بتعاون الميسيرين أو المساهمين، ويدعم تقنيا وماليا من قبل السلطات .

والجدول التالي يوضح تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع الصناعة التحويلية (2011-2012)

جدول رقم (18) : تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع الصناعة التحويلية (2011-2012)

التطور السنوي	%	2012	%	2011	فرع النشاط
% 5.39	% 1.02	4142	% 1.02	3930	الزراعة والصيد البحري
% 4.24	% 0.49	2014	% 0.50	1932	المحروقات، الطاقة، المناجم والخدمات المتصلة
% 4.41	% 34.30	139875	% 34.92	133969	البناء والاشغال العمومية
% 4,77	% 16.15	65859	% 16.39	62860	الصناعة التحويلية
% 8.28	% 48.04	195889	% 47.16	180903	الخدمات
% 6.30	% 100.00	407779	% 100	383594	المجموع

المصدر : نشرية المعلومات الإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 2012، رقم 21، ص:16.

نلاحظ أن نسبة إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لقطاع الصناعة التحويلية منخفضة (4.77) مقارنة مع القطاعات

الأخرى.

¹ - عماري جمعي: مرجع سابق، ص: 112.

لقد بلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية 65859 مؤسسة خلال عام 2012 مقارنة بـ 62860 مؤسسة عام 2011 أي بتطور سنوي يقدر بـ 4,77 % ، بينما التطور السنوي الاجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة بلغ 6.30%.

حيث تتوزع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لقطاع الصناعة حسب الفروع كما يلي:

- الصناعة الغذائية: 19758 مؤسسة صغيرة ومتوسطة (30 % من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية).
 - صناعة الخشب والورق: 14169 مؤسسة صغيرة ومتوسطة (21.51 % من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية).
 - الحديد والصلب: 10141 مؤسسة صغيرة ومتوسطة (15.40 % من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية).
 - مواد البناء: 8487 مؤسسة صغيرة ومتوسطة (12.89% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية).
- جدول رقم(19): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع الصناعة التحويلية (2011- 2012)

عام 2012	حركية التسجيلات عام 2012				عام 2011	قطاع النشاط
	الزيادة (1+3)- 2	اعادة انشاء(3)	الشطب(2)	انشاء(1)		
10141	241	31	26	236	9900	الحديد والصلب
8487	262	42	24	244	8225	مواد البناء
2710	107	11	13	109	2603	كيمياؤ- مطاط- بلاستيك
19758	586	91	91	586	19172	الصناعة الغذائية
4910	183	25	9	167	4727	صناعة النسيج
1747	29	6	3	26	1718	صناعة الجلد
14169	468	80	59	447	13701	صناعة الورق والخشب
3937	93	13	11	91	3844	صناعة مختلفة
65859	1969	299	236	1906	63890	المجموع

المصدر: نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 2012، رقم 21، ص:17.

فيما يخص حركية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لعام 2012، بلغ عدد المؤسسات المنشأة حديثا 15 471 مؤسسة صغيرة ومتوسطة منها 1906 مؤسسات صغيرة ومتوسطة صناعية، في حين بلغ عدد المشطوبين 1 987 مؤسسة صغيرة ومتوسطة منها 236 مؤسسات صغيرة ومتوسطة صناعية.

المبحث الثاني: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية

إن واقع الصناعة في الجزائر وما تتصف به من خصائص يشيران بالمحمل إلى ضعف هذه الصناعة وتأخرها عن مواكبة التطورات العالمية في بعض الجوانب مما يجعلها غير قادرة على الاستمرار والمنافسة، إذا ما بقيت على وضعها الراهن، ومن هنا فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يُعول عليها بصورة كبيرة لمحاكمة تحديات انفتاح الاقتصادي الجزائري من خلال الرفع من تنافسية تلك المؤسسات.

وضمن هذا المبحث سنتطرق إلى الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر لدعم تنافسية المؤسسات في المطلب الأول وفي المطلب الثاني التحديات التي تواجه القطاع الصناعي أما في المطلب الثالث سنقوم بعرض الضغوط التي تفرض تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والصناعة الجزائرية.

المطلب الأول: الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر لدعم تنافسية المؤسسات

لقد عرفت الجزائر تطورات هامة و عديدة طرأت على اقتصادها من مرحلة الاقتصاد المخطط مركزيا إلى مرحلة الانتقال نحو اقتصاد السوق، حيث أن عملية الانتقال هذه ميزها مباشرة الجزائر لجملة من الإصلاحات الاقتصادية و ذلك بمعية المؤسسات النقدية و المالية الدولية في إطار تطبيق برنامج التعديل الهيكلي، فمنذ الانخفاض الذي عرفته أسعار النفط سنة 1986م والأزمة الاقتصادية التي تلتها، شرعت آنذاك بإدخال إصلاحات هيكلية والتي كانت بدايتها الفعلية منذ 1994م عندما تم توقيع اتفاق مساندة مع صندوق النقد الدولي لمدة سنة وقد استمرت هذه الإصلاحات التي أصبحت تخص قطاعات الاقتصاد وذلك بعد توقيع الجزائر لاتفاق ثاني مع صندوق النقد الدولي في ماي 1995م لفترة ثلاث سنوات إلى غاية نهاية أفريل 1998م.

من أجل إصلاح المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وتدعيم تنافسيتها اتخذت الحكومة مجموعة من السياسات حول كيفية عمل المؤسسات الوطنية وكيفية مساعدتها والمتمثلة في:

الفرع الأول: استقلالية المؤسسات¹

نتيجة سيادة شعور عدم جودة النظام الاشتراكي وتعرض الجزائر لأزمة اقتصادية إثر انهيار أسعار المحروقات في منتصف الثمانينات من القرن الماضي والضغط الخارجية من كل من صندوق النقد الدولي والبنك العالمي للإنشاء والتعمير المطالبة بتحرير الاقتصاد الجزائري من احتكار الدولة، لذلك قامت الحكومة بإصدار الميثاق الوطني لسنة 1986 الذي يسعى إلى دعم استقلالية المؤسسات العمومية لأنها تعتبر وسيلة لتحقيق الإستراتيجية التنموية بعيدا عن مفهوم المؤسسة الاقتصادية التي تسعى إلى تحقيق الرشادة الاقتصادية .

وقد دعم هذا الميثاق استقلالية المؤسسات من حيث:

❖ وجود ذمة مالية مستقلة: والتي ترتب عنها أيضا بحيث تتمكن المؤسسة الخد بسياسة التمويل الذاتي وذلك عن طريق الاعتماد على الموارد الخاصة بالمؤسسة وفوائض أرباحها دون تدخل من الدولة.

¹ - محزم حسينة: " أثر المعايير البيئية على تنافسية المؤسسات، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية"، فرع التحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص-ص: 122-123 .

❖ التمتع بالأهلية القانونية المستقلة: بحيث تتمكن المؤسسة من التعاقد بكيفية مستقلة بواسطة أجهزة المؤسسة وبمقتضى قانونها الأساسي.

ولقد دعمت هذه الاستقلالية عن طريق إصدار القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية الصادر سنة 1988 والذي أعطى نوع من المرونة في التسيير وذلك عن طريق النقاط التالية:

✚ الإعداد بحرية لهيكلها التنظيمي.

✚ تحديد أسعار أكثر تعبيراً واختيار قنوات التوزيع.

✚ قانون حرية اختيار الاستثمارات خاصة في حالة التمويل الذاتي .

✚ رفض أي تدخل رسمي أو غير رسمي في تسييرها إلا الذي ينص عليه القانون التجاري.

كما تم تحديد صفة المؤسسة العمومية الاقتصادية، والتي عرفت على أنها شركة مساهمة أو شركة ذات مسؤولية محدودة حيث تملك الدولة أو الجماعات المحلية فيها بصفة مباشرة أو غير مباشرة جميع الأسهم ، على أن تكون هنالك استقلالية بين ملكية رأس المال وصلاحيات الإدارة والتسيير حيث تنوب صناديق المساهمة للدولة في أداء دور الملك لرأس المال المؤسسة، هذا باعتبارها مؤسسات مالية اقتصادية تلعب دور الوسيط بين المؤسسات العمومية والدولة.

وبالتالي فإن استقلالية المؤسسات تعني إلغاء القوانين والأوامر التي تجبر المؤسسات الخضوع لسلطة الوصاية أو السلطة المركزية وبموجب هذه النصوص الحديثة تستطيع المؤسسة أن تهرم العقود وتجري الصفقات دون أن ترجع إلى موافقة سلطة الوصاية والاستقلالية تضمن أبعاد اجتماعية واقتصادية وسياسية ، فبادرت السلطات السياسية إلى إصدار قانون استقلالية المؤسسات ، وكما جاء في خطاب الرئيس السابق الشاذلي بن جديد" لم تلغي أبدا ملكية الدولة لهذه المؤسسات ، كما أنها لم تلغي أبدا المبدأ الجماعي للتسيير وكل ما هناك أنها ضبطت بشكل دقيق تبين صلاحيات كل واحد داخل المؤسسة حيال أربع قضايا أساسية هي: التخطيط، الإنتاج، التسويق والوصاية إلا أنه لم يتحقق النجاح المرجو للمؤسسات التي طبق عليها قانون الاستقلالية وخير دليل هو بقاء المؤسسات تتراوح مكانها، وتنتظر في الدعم من خزينة الدولة والتي صرفت مبالغ طائلة لعمليات التطهير المالي للمؤسسات وإلغاء ديونها ومع بداية التسعينات كانت هناك بداية لمرحلة جديدة هي الإصلاحات الاقتصادية ويقصد بها الانتقال إلى اقتصاد السوق وخصوصة القطاع العام.

الفرع الثاني: تحرير التجارة والمرور من اقتصاد مخطط إلى اقتصاد السوق

كانت بداية غير مشجعة للمستثمرين الأجانب حيث تزامن تحرير التجارة دون أن يعاد النظر في النظام الجبائي والتعريفية الجمركية مسبقا، ففي مرحلة منح حرية استيراد بضائع بهدف إعادة بيعها وقد تميزت بالتمييز كونهما تخص قطاع تجارة الجملة وتحرير البضائع المستوردة إلى جانب فرض العملة الصعبة في تسوية العمليات التجارية أما في المرحلة الثانية قد تميزت بتحرير تام للتجارة الخارجية إلا أنها تشترط القيد في السجل التجاري أما في المنتجات ذات الاستهلاك الواسع يشترط الخضوع لدفتر الأعباء الذي يعتبر مجرد إجراء إداري. فيمكن القول أن سياسة الحكومة الخارجية تهدف إلى تحسين الحساب التجاري في المدى المتوسط والتحرير الكامل لهذا القطاع والسعي لتخفيف عبء المديونية الذي كان 22.5 مليار دولار حسب البنك العالمي. كما تسعى إلى تشجيع تنويع الصادرات خارج المحروقات.

إن تحرير التجارة الخارجية قد أثر سلباً على الاقتصاد الجزائري حيث أدت إلى تدفق السلع والخدمات في الأسواق المحلية الذي أدى بدوره إلى تهديد السلع المحلية التي لا تقوى على المنافسة.

لقد عاش الاقتصاد الوطني خلال هذه المرحلة هزات عدة جاءت نتيجة تخريب العديد من ممتلكات الدولة كحرق المصانع، هجرة الإطارات والكوادير من جهة، وإفلاس المؤسسات وغلقها، وكذا تسريح عمالها من جهة أخرى، التدهور في قيمة العملة، ولكن رغم هذا وذاك بقيت الدولة صامدة أمام هذا الوضع واستمر مسؤولي القطاعات الاقتصادية في إتباع أنظمة جديدة تخرج البلاد من الأزمة.

وفي سنة 1990م أصدرت الدولة قانون 10/90 الخاص بالقرض والنقد وبموجبه أنشئ مجلس النقد والقرض، فمن خلال هذا القانون (كان أول قانون صدر في تلك المرحلة) أدركت الدولة أن السير الأفضل للتنمية والنهوض باقتصادها هو الانتقال إلى تحرير الاقتصاد الوطني بإتباع سياسة السوق الحرة ورفع يد الدولة عن العديد من الأمور الاقتصادية وإبراز نية توجيهها السياسي نحو ما يسمى بـ: "اقتصاد السوق".

إن مفهوم السوق يستند إلى مبدأ كمال السوق وهذا المبدأ مفاده سيادة الحالة الطبيعية للسوق ونعني بها المنافسة الكاملة، وفيه يكون تدخل الدولة ما هو إلا دور منظم ومسير مع ضبط تحرك السوق عن طريق القوانين لتفادي وجود احتكارات وما يعرف اليوم بـ: "اقتصاد السوق"، ومفهومه يختلف من بلد لآخر.

1. مبادئ اقتصاد السوق

أ- المصلحة الذاتية: هي أهم مبدأ ترتكز عليه الرأسمالية وهي حق الملكية الفردية لوسائل الإنتاج فهي تقدير الدوافع الذاتية للفرد.

ب- الحرية الاقتصادية: ويقصد بها أن يتعامل الفرد مع من يشاء ومع من يريد في أي وقت.

ت- الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج: ويقصد بها في الفكر الرأسمالي حق الفرد في امتلاك واستخدام وسائل الإنتاج المملوكة بالشكل الذي يتحقق مع مصلحته الشخصية، على هذا الأساس يقوم اقتصاد السوق بتنظيم الملكية الخاصة وحمايتها.

ث- المنافسة والمبادرة الحرة: تمارس المنافسة على المستويين الوطني والدولي حيث تعوض رجال الأعمال والمؤسسات منافسة دولية متكافئة، أما المبادرة الحرة فتسمح بالتفتح والارتقاء وتنمي قدرات الإبداع، فالدول الأكثر تقدماً هي التي تدافع عن المبادرة الحرة والمنافسة في السوق.

إن المنافسة في ظل اقتصاد السوق تعني إلغاء كل الحواجز مهما كان نوعها قانونية أو تنظيمية حتى تصل المنتجات إلى طالبيها أو التقاء العرض بالطلب، مما يعني زوال الحيز المكاني، وبصفة عامة فمن أهم مبادئ اقتصاد السوق حرية المنافسة والتي تعطي فرص أكثر للمستهلك ومن ثم خيارات أكبر لإشباع حاجاته بأقل تضحيات باعتبار أن الأسعار تعتبر كمية النقود التي يضحى بها المستهلك وللمنافسة أثر كبير على رفاهية المستهلك والمجتمع ككل وعلى التخصيص الأمثل للموارد وعلى التنمية الاقتصادية ككل لهذا تتدخل الدولة في بعض الحالات لمحاربة الاحتكارات.¹

¹ - صرامة عبد الوحيد: "تدخل الدولة في ظل الانتقال إلى اقتصاد السوق مداه وحدوده"، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006-2007، ص: 71.

إن إلغاء كل الحواجز يتطلب حرية المبادرة فالمنتج وفي سعيه لتحقيق أعظم ربح سيحاول أن ينتج ما يطلبه السوق وتلبية حاجيات الأفراد، وإذا كان هدف المنتج ليس السعادة التي يشعر بها الأفراد من استهلاكهم لسلعته، ولكن الأموال التي تدخل خزينته. ففي ظل الحرية والمنافسة سيحاول المنتج إدخال أفكار جديدة وتطوير طرق ووسائل الإنتاج بما يحقق تنمية الاقتصاد والمجتمع كما أن المنافسة تحتم عليه الكفاءة والفعالية بتقديم أحسن المنتجات بأقل الأسعار.

2. الدور الجديد للدولة في ظل الاقتصاد المعاصر¹

إن الدولة الجزائرية اليوم تبحث عن الكفاءة والفعالية كأحد الثوابت وذلك بإدخال الاقتصاد الوطني في السوق الدولية ولتحقيق ذلك يجب المرور عبر محاربة التضخم والتحكم في الكتلة النقدية، امتصاص عدم التوازن السلبي في ميزانية الدولة وتحديد دورها في الظروف الجيدة وهي اقتصاد السوق والقيام بإصلاحات في القطاع العمومي.

3. دور الدولة في ظل اقتصاد السوق

1- ففي اقتصاد السوق تصبح الدولة تلعب دور المتحكم في الاقتصاد والموجه سواء للقطاع الخاص والعام وضرورة تفضيل القطاع الخاص لأنه صاحب القوة المحركة ضمن اقتصاد السوق.

2- أن تتجه نحو المهام العادية للدولة وتوفير قوة عمومية وتتحكم في الموارد المالية التي تتميز بالندرة المستمرة في تطلعات المجتمعات والنمو الديمغرافي وما يصاحبه من حاجيات إلى العدل والتطور.

3- الأداء التام لدور الدولة الجديدة، الذي يفرض دخول اقتصادها في تفاعل مع اقتصاديات أخرى، وتميز حاليا العلاقات بالتكتلات على المستوى الجهوي وما يحدث من تغيرات في مختلف جهات العالم.

4- وعلى الدولة أن تحدد دورها في اقتصاد السوق اتجاه المؤسسات العمومية إذ لم يبق دورها المتمثل في المالك والموجه والمنتج الذي أثبت فشله في مراحل سابقة.

ولقد تحسنت المؤشرات المالية والاقتصادية الجزائرية منذ منتصف التسعينات، وذلك يعود إلى السياسات الإصلاحية المعتمدة والمدعومة من صندوق النقد الدولي، إضافة إلى إعادة جدولة ديون الجزائر من قبل نادي باريس، ولقد ساهم عاملان في إخراج الجزائر ثاني أكبر بلد إفريقي من الاحتناق الاقتصادي نحو آفاق استثمار واعدة

*يكن العامل الأول في السلم الذي بدأ يستتب بعد أعمال عنف خلفت سقوط 200 ألف قتيل ومنعت استقرار اقتصاد البلد الواقع على أبواب أوربا.

*أما العامل الثاني في تغيير صورة الجزائر فيتمثل في ارتفاع أسعار النفط مما جعل الإيرادات تصل إلى 45.6 مليار دولار، وقال الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" : "لقد بدأ شركاؤنا في التراجع عن التردد وأدركوا أخيرا أن فرص استثمار ثمينة في الجزائر".

¹ - على الموقع الإلكتروني التالي: <http://www2.3oloum.org/t273-topic> 15:15 2013/4/1

الفرع الثالث: أسلوب الخصخصة كإصلاح اقتصادي جديد

أولاً: تعريف الخصخصة¹

فالخصخصة : تعني " التقليل من دور الحكومة وزيادة مساهمة القطاع الخاص في إدارة الاقتصاد وتوليد الدخل، وتتم عبر مجموعة من السياسات المتكاملة التي تستهدف الاعتماد الأكبر على آلية السوق ومبادرات القطاع الخاص والمنافسة؛ لأجل تحقيق أهداف التنمية والعدالة الاجتماعية "

ومعناها أيضا " تحويل الملكية وتحويل نطاق المنافسة في إنتاج وتسويق السلع والخدمات كلها " .

ويرى البعض أن الخصخصة: " عملية إعادة توزيع الأدوار بين الحكومة والقطاع الخاص يتم من خلالها دور الحكومة الإنتاجي أو زيادة دور القطاع الخاص في امتلاك أو إدارة الموجودات المتاحة في الاقتصاد الوطني للوصول بالمقدرات الإنتاجية و الأنشطة الخدمية إلى أعلى درجات الكفاءة والمنافسة الممكنة .

أصبحت عملية خصخصة المؤسسات التابعة للقطاع العام بأشكالها المختلفة إحدى الأدوات الهامة لسياسات الإصلاح الاقتصادي في العديد من دول العالم، وتتم التوصية بتطبيقها وإنتاجها من قبل المنظمات العالمية ذات الصلة بإنعاش الاقتصاد الوطني- على المستوى الكلي أو الجزئي - ولا سيما البنك الدولي والصندوق النقدي الدولي .

إذن يمكن القول أن المقصود بالخصخصة هو: " عملية تحويل المؤسسات العامة- أي ملكية القطاع العام- كلياً أو جزئياً إلى القطاع الخاص " .

عموما لا توجد صيغة واحدة للخصخصة بل هناك مجموعة صيغ يمكن تطبيقها؛ وفقا للظروف ولنوع المؤسسة أو المرفق المزمع تخصيصه من حيث: تحويل ملكية القطاع العام جزئياً أو كلياً إلى القطاع الخاص، بيع مؤسسة عامة ما بالكامل أو تحويلها إلى مؤسسة مختلطة يشارك القطاع الخاص في جزء من ملكيتها..... الخ

كما يأخذ مفهوم الخصخصة العديد من المعاني، مثل: تعويم وتوسيع حجم القطاع الخاص عبر إلغاء كوابح وحواجز نموه وتطوره في الفروع الإنتاجية التنافسية. تعمل الخصخصة سواء وفق إجراءات التعديل الهيكلي أو بدونه على إدخال عناصر حيوية في قطاع الدولة، مثل:

1- أشكال تسيير خاص مثل: التأجير، المساعدة في إدارة الأعمال وغيرها؛

2- إدخال وإدراج رؤوس الأموال ومختلف أشكال التسيير الخاص الفوري؛

¹ - الأخصر عزي: "فعالية الحكم الراشد (الحوكمة) في تفعيل خصخصة الشركات"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول حول "حوكمة الشركات ودورها في الإصلاح الاقتصادي"، جامعة محمد بوضياف-المسيلة-الجزائر، 15- 16 تشرين الأول-2008، ص: 12.

ثانياً: أهداف الخصوصية

تسعى السلطات الوطنية الجزائرية إلى تحقيق أهداف منها:

- الإسراع في خصوصية الاقتصاد وتنظيم الموارد المحصل عليها من العملية إلى جانب البحث عن الزبائن.
- مع المحافظة على مناصب العمل.

ومنه فإن الفائدة من مسار الخصوصية هو تحقيق جملة من الأهداف وهي:

- يمكن أن تؤدي الخصوصية إلى تحسين نوعية إتخاذ القرار الإداري من طرف الإطارات المسيرة والمشرفة عن طريق حفظ درجة التدخل السياسي العالية في عمليات المؤسسة العامة ، إذ أن الساسة في الكثير من الأحيان يؤثر على أهداف المؤسسة ،وقد تطفئ الأهداف الماكرو اقتصادية أو الاجتماعية على الأهداف ذات الطابع التجاري مثل محاولة التركيز على مناطق جغرافية معينة أو إنشاء وظائف جديدة أو إعادة توزيع الدخل بحيث يؤدي إلى الحد من التدخل السياسي إلى إعفاء المسؤولين من ضرورة الحرص على تلبية رغبات الساسة ، مما قد يؤدي بالتالي إلى تحسين أداء المؤسسة. ولا تتعارض الخصوصية مع السعي لتحقيق بعض الأهداف غير التجارية ، لكن ما يتطلبه الأمر في هذه الحالة هو أن تقدم الحكومة أو الدولة دعماً مباشراً لتغطية التكلفة الإضافية اللازمة لتحمل عبئ مثل هذه الأهداف.

- تؤدي الخصوصية إلى نقل المسؤولين من موقع المسؤولية أمام البيروقراطية إلى المسؤولية المباشرة أمام حاملي الأسهم وهم فئة تسعى إلى تحقيق الربح.

ثالثاً: آثار الخصوصية¹

يمكن استخلاص الآثار التالية :

1. الآثار الاقتصادية

تعد الخصوصية أحد السياسات المتبعة لإنعاش تراكم رأس المال لدى القطاع الخاص باعتبار أن بيع مشروعات الدولة سوف يؤدي إلى إعادة توزيع الثروة وبالتالي إعادة توزيع الدخل لصالح قطاع الأعمال الخاص، الأمر الذي يؤدي إلى عدم مقدرته على الاستثمار والإنتاج ،وزيادة كفاءة التشغيل والنهوض بالإنتاجية للمشروعات المباعة ، والواقع أن هناك آثار اقتصادية للخصوصية تتعلق بحجم الاستثمار وبالعنصر الأجنبي ، وبحقوق المستهلكين.

وما يلاحظ في البلدان النامية غياب الدعائم والأساسيات التي تبنى عليها الخصوصية كالأنظمة الخاصة والقوانين ، إذ يؤدي هذا الفراغ القانوني إلى احتمال انعدام أو تعثر الإنتاج أثناء عملية انتقال الملكية ،ولهذا يجب التأكد من توفر حد أدنى من شروط المنافسة الكاملة ووضع جهاز ضريبي قوي وفعال ، كما يجب تجنب سيادة أوضاع احتكارية داخل السوق ، وإلا لا توجد أية ضمانات اقتصادية تدعو إلى تحقيق الأهداف المقرر تحقيقها في ظل عملية الخصوصية .

¹ - زروخي فيروز: "استراتيجيات خفض العمالة"، رسالة الماجستير في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، فرع : إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص: 42.

2. الآثار الاجتماعية

مستقبل الخوصصة فيما يتعلق بالآثار الاجتماعية يحتم علينا الإشارة إلى 3 نقاط رئيسية ألا وهي: العدالة الاجتماعية العمالة ونقابات واتحادات العمل.

- على مستوى العمل فلقد تم تسريح عدد كبير من العمال من قبل الممتلكون الجدد للمؤسسات.
- تدهورت أوضاع العمال، من جراء تدهور مداخيلهم إلى مستوى أقل من حد الفقر الأدنى الرسمي.

3. الآثار المالية

تؤدي الخوصصة إلى استقرار في ميزانية الدولة من خلال :

- انخفاض المبالغ المدفوعة لإعانة المؤسسات العمومية أو لتغطية خسائرها، وما ينتج عنه من انخفاض في الضغوطات التضخمية التي تزعزع اقتصاد البلاد.
 - تحصيل الدولة على إيرادات من خلال عملية بيع المؤسسات العمومية وكذا فرض الضرائب عليها بعد تنشيطها من جديد.
- لكن بيع هذه المؤسسات لا يؤدي إلى تحسين وضع السيولة لدى الحكومة دون تغيير الثروة لديها. لأن الحكومة تستبدل أصلا سائلا بأصل مادي لكن كليهما متعادل في القيمة ومعنى ذلك أن الوضع المالي للحكومة لن يتغير إلا فيما يتعلق بتركيب الأصول من حيث توزيعها.

ويتضح لنا أن الخوصصة هي جزء من برامج التكيف الهيكلي تهدف إلى تحسين المردودية، والعمل على إعادة إحياء المؤسسات ذات الوضعية المالية الحرجة، ولكن الخوصصة أو كل برامج الإصلاح الاقتصادي لها آثارها الإيجابية، كما لها آثار سلبية على الاقتصاد والمؤسسة والفرد على حد سواء.

المطلب الثاني: التحديات التي تواجه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في

الجزائر والقطاع الصناعي

من بين أهم ما يواجه المؤسسات الصناعية مجموعة من التحديات وفيما يلي توضيح لأهم هذه التحديات.

أولاً: ثورة المعلوماتية

تشير الدلائل أن سمة القرن الحادي والعشرين هي المعلوماتية، حيث أن المعلومات ستشكل عنصراً إنتاجياً جديداً سيتفوق على عناصر الإنتاج الأخرى التقليدية: العمل، رأس المال، والأرض، والتنظيم، وستصبح العنصر الحاسم في النمو الاقتصادي الحديث، هذا ما يوضع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أمام وجوب الاعتماد المتصاعد على تكنولوجيا المعلومات، ووسائلها المتقدمة، بقصد توسيع وتطوير خدماتها بما يحقق التأقلم مع الاحتياجات المستقبلية للمتعاملين.

ثانياً: التنافسية العالمية

تعرف القدرة التنافسية بأنها " قدرة الدولة على إنتاج السلع والخدمات التي تنجح في اختراق السوق الدولية، وفي الوقت نفسه تزيد من الدخل الحقيقي للأفراد وتحقق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة، وعليه فإن التحدي الأساسي أمام المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة الجزائرية، يكمن في تحسين القدرة التنافسية لضمان الاستمرارية، خاصة وأن الكثير من المنتجات الجزائرية هي منتجات تقليدية. ولا تعتمد في كثير من الأحيان على التكنولوجيا المتقدمة، خصوصاً الصناعية منها، التي لا تملك غالبيتها القدرة على النفاذ إلى الأسواق الخارجية، هذا يستدعي ضرورة انطلاق روح الإبداع لإنتاج منتجات ومبتكرات جديدة تتجاوز حدود المنتجات التقليدية إلى المنتجات المتطورة تكنولوجياً، مع ضرورة الحفاظ على الجودة الشاملة للخدمات والسلع المقدمة، كي تستطيع المؤسسات الصناعية غزو السوق العالمية أو على الأقل حماية نفسها من الصناعات الأجنبية

ثالثاً: عجز الصناعات الصغيرة والمتوسطة عن تلبية احتياجات المصانع الكبيرة

معظم المنتجات يتم استيراد ما يقارب 50 % من مكوناتها، وبالتالي فإن نقص الصناعة الغذائية يمثل عقبة كبيرة أمام الصناعة الجزائرية، ويرجع ذلك إلى أن الصناعات الصغيرة والمتوسطة مازالت تعاني من كثير من المشاكل رغم الجهود المبذولة من طرف الدولة للنهوض بها.

ويجب حل المعوقات التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأنه لا يمكن لمجتمع أن يتقدم دون الاعتماد على قاعدة متكاملة من الصناعات الصغيرة والمتوسطة تكون مغذية للصناعات الكبيرة والاستراتيجية¹.

رابعاً: التكتلات الاقتصادية

سينجم عن النظام الدولي الجديد خلق تحالفات اقتصادية، وسيعزز من توجه الدول صوب التكامل الاقتصادي للقدرة على البقاء والاستمرار، مما سيؤدي إلى تأجيج درجة المنافسة بين تلك التكتلات الاقتصادية التي تتميز بكفاءات عالية واقتصاديات تشغيل غير مسبوقه، الأمر الذي يستوجب من المؤسسات الجزائرية أن تقوم بتدعيم قدراتها التنافسية بكافة الوسائل الممكنة.

ويمكن أن نقدم بعض التحديات التي تواجه القطاع الصناعي في الجزائر، من خلال معرفة أثر إقامة منطقة التبادل الحر الأوروبية الجزائرية على القطاع الصناعي، وانعكاسات انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على القطاع الصناعي.

1. اثر إقامة منطقة التبادل الحر الأوروبية الجزائرية على القطاع الصناعي

ستؤدي إقامة منطقة التبادل الحر الأوروبية الجزائرية إلى الانتقال من نظام تفصيلي قائم على أساس التنازلات المقدمة من طرف واحد هو الطرف الأوربي إلى نظام جديد للتنازلات التجارية يساهم فيه الطرفان الموقعين لاتفاق الشراكة من الجيل الجديد، الأمر الذي يعني الاستفادة التامة للاقتصاد الأوربي وخاصة في ظل السياسة الصناعية القادمة من الاتحاد الأوربي، في الوقت الذي يعاني فيه الاقتصاد الجزائري العديد من المشاكل والاختلافات الهيكلية، مع انخفاض رهيب في تنافسية المنتجات الوطنية أمام نظيرتها الأجنبية إضافة إلى الاعتماد على سياسة الاستيراد من الخارج وانعدام سياسة فعالة لترقية الصادرات خارج المحروقات، إضافة إلى الضغط الشديد الذي يشهده القطاع الزراعي والسياحي الجزائري، ومن جهة أخرى تسعى الجزائر لفتح تدريجي للسوق المحلي أمام السلع الأوربية على أساس المعاملة بالمثل، هذا التوسع يخص كل القطاعات التي تكون فيها حصة الواردات المحدودة الحماية الجمركية المعدلة حالياً، أو التي يتجه فيها المعدل للانخفاض، ويكون فيها المستوى التنافسي للصناعة المحلية ضعيف، كما أن الأثر المتوقع لمنطقة التبادل الحر على النسيج الصناعي بالنسبة للاقتصاد الجزائري يختلف حسب القطاعات وحسب درجة

¹ - رحيم حسين: "تحديات ومنتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل قواعد المنشأ في اتفاقية الشراكة الأوروبية"، الملتقى الدولي حول: استراتيجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، ورقة يومي 18 و 19 أبريل 2012، ص: 11، 12.

انفتاحها ومستوى كفاءتها في الأداء، وإزالة الرسوم الجمركية وغير الجمركية يقدم العديد من المزايا بالنسبة للمصدرين الأوربيين، وتبقى مسألة حماية الإنتاج الوطني مرهونة بالقدرة التفاوضية للجزائر ضمن الفضاء التجاري الأورومتوسطي، وكذلك بالمستوى الكمي للإنتاج الوطني، وكذلك التحكم في تكاليف الإنتاج وهو ما يعني التأثير في الاقتصاد الوطني ككل بمختلف جوانبه، السياسة، التجارية، المالية، الجبائية وكذلك الإدارية.¹

2. انعكاسات انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على القطاع الصناعي²

إن انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة له انعكاسات إيجابية كما له انعكاسات سلبية على القطاع الصناعي.

أولاً: الآثار الإيجابية

هناك العديد من الآثار الإيجابية لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على القطاع الصناعي نذكر منها مايلي:

1. إن عملية تخفيض الضرائب و الرسوم الجمركية في إطار المنظمة العالمية للتجارة و إلغاءها التدريجي سيؤدي إلى التقليل من فاتورة استيراد المنتجات الموجهة لتشغيل الآلة الإنتاجية و التي تحتل مرتبة معتبرة في هيكل الواردات، وهو الأمر الذي سيجعل المنتجات الوطنية أكثر تنافسية في الأسواق الأجنبية.
2. إن انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة من شأنه أن يجفز المستثمرين الأجانب على الاستثمار بالداخل ونقل التكنولوجيا التي تعتبر أحد عوامل رفع مستوى تنافسية الاقتصاد الوطني، كما ستساهم هذه الاستثمارات في تنمية التصدير وهو ما يستدعي تنفيذ سياسات اقتصادية ملائمة كفيلة بتنظيم وتوفير شروط استقبال هذه التدفقات.
- ومن بين الآثار الإيجابية الأخرى:
3. تنوع كبير للصادرات خارج قطاع المحروقات وتحسين كفاءة و فعالية المؤسسات الإنتاجية في ظل المنافسة.
4. سهولة إيجاد منافذ لتسويق المنتجات، تجعل المؤسسات تهتم أكثر بزيادة وتحسين الجودة والسعر.
5. توفير بيئة اقتصادية مستقرة لجلب الاستثمارات الأجنبية .
6. تحسين الكفاءة الاقتصادية، بحيث يشمل المعايير الاستثمارية والإنتاجية والتنظيمية والإدارية و إخضاعها لمعايير الأداء المتميز.
7. الاهتمام بالميزة التنافسية للمنتجات الوطنية على مستوى السوق الوطنية والدولية، لمواجهة المنافسة الحادة.
8. زيادة فعالية دور القطاع الخاص في برامج وسياسات التنمية الاقتصادية الشاملة.
9. الاستفادة من التطور التكنولوجي من خلال عملية الشراكة .
10. خصوصية المؤسسات في إطار الحرية الاقتصادية .

كما أن تحرير التجارة الخارجية له آثار إيجابية عديدة أخرى منها:

- تحسين كفاءة وفعالية المؤسسات الإنتاجية في ظل جو تسوده المنافسة .
- توفر السلع الصناعية التي تتمتع بجودة عالية و بأقل تكاليف .

¹ - رميدي عبد الوهاب، سماي علي: " الآثار المتوقعة على الاقتصاد الوطني من خلال إقامة منطقة التبادل الحر الأوروجزائرية "، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي حول: آثار وانعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري وعلى منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يومي 13-14 نوفمبر 2006، ص: 14.

² - زايد مراد: " دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق"، رسالة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، فرع التسير، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2005-2006، ص- ص: 249-251.

■ زيادة الاستثمار الأجنبي يؤدي إلى تطوير الجهاز الإنتاجي وخلق مجالات إنتاجية جديدة مما يؤدي إلى توفير فرص عمل وبالتالي تخفيض معدلات البطالة.

ثانياً: الآثار السلبية

تمتاز الصناعة الجزائرية بأنها تركز على المواد الخام التي تحتل نسبة كبيرة من الصادرات، حيث تمثل الصادرات البترولية لوحدها %98 من إجمالي الصادرات، و تبقى نسبة 2% من الصادرات خارج قطاع المحروقات، ليست لها القدرة على الصمود في وجه المنافسة الأجنبية للأسباب التالية:

1. ارتفاع تكاليف الإنتاج.
2. ضعف التكنولوجيا المستخدمة .
3. اعتمادها على استيراد قطع الغيار من الخارج .
4. عدم توفر محاسبة تحليلية في المؤسسات الإنتاجية و التي تسمح بمعرفة سبب ارتفاع تكاليف الإنتاج.
5. حل الكثير من المؤسسات التي لا تقوى على المنافسة.

بالإضافة إلى ما سبق، هناك آثار سلبية أخرى وهي:

6. ضعف المؤسسات الوطنية في مواجهة المنافسة الأجنبية، خاصة في مجالات التسيير، التسويق و الاستثمار.
7. اعتماد القطاع الصناعي على قطاع المحروقات كمورد أساسي يحتل نسبة عالية من صادرات الجزائر.
8. الانضمام، يعني إلغاء القيود التجارية، وبالتالي فتح المجال أمام دخول السلع إلى السوق الوطنية، مما يشكل خطر على الصناعات الناشئة التي تشكو من ضعف في الجودة والتنوع وارتفاع تكاليف الإنتاج، مما يقلل من نسبة مقاومتها للسلع الأجنبية.
9. ضعف مقاومة المنتجات المحلية، يعني غلق المؤسسات الإنتاجية، وبالتالي ينتج عنه زيادة في مستوى البطالة.

إن الصناعة الجزائرية هي صناعة وليدة النشأة، و بالتالي ستتضرر إذا لم يكن هناك اتفاق يضمن حمايتها من المنافسة الدولية، خاصة و أنها لم تتعود على ذلك ولم تمتلك الآليات التي تسمح لها بالمنافسة الكاملة، مما يبرز دور وأهمية الحماية الظرفية لصناعاتها الناشئة (في إطار ما تسمح به المنظمة)، بعد تنفيذ البرنامج الوطني لتأهيل القطاع الصناعي (العام و الخاص)، ومن بين عناصره، نجد هيكلية القطاع الصناعي العام والخاص، الإسراع بخصوصية المؤسسات العمومية، ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والعمل على تكييف المحيط التشريعي والاقتصادي والاجتماعي بما يتوافق و متطلبات تطوير آليات تحسين الجودة، تحسين فعالية المؤسسات المالية و الإدارية.

بالإضافة إلى برنامج التأهيل، لا بد أن تستفيد الجزائر من عمليات الشراكة مع المؤسسات الأجنبية، فإذا تمكنت من استقطاب عدد كبير من المستثمرين خارج قطاع المحروقات، فيمكنها تعويض ما خسرت في مجال الإيرادات الجمركية و التي كانت تجنيها من قبل¹.

¹ - زايد مراد: مرجع سابق، ص: 251

المطلب الثالث: الضرووات التي تفرض تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتأهيل الصناعة الجزائرية

إن الجزائر أصبحت مقتنعة بضرورة تأهيل مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة وذلك لتحضيرها للاندماج في الاقتصاد العالمي و مجابهة المنافسة المترتبة على ذلك الإندماج.

الفرع الأول: دوافع تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ومتطلبات التأهيل.¹

أولاً: دوافع التأهيل

والتي تتمثل فيما يلي:

- تحديات المنافسة العالمية نتيجة الشراكة الأورو- جزائرية والانضمام المرتقب للمنظمة العالمية للتجارة.
- قصور الخبرات الإدارية والقدرات التنظيمية، وذلك بسبب سيادة الإدارة الفردية التي تقوم على الاجتهادات الشخصية لا على أسس علمية، مما أدى بهم إلى عدم الاستفادة من مزايا التخصص والتفويض وتقسيم العمل في زيادة الإنتاجية، بالإضافة إلى غياب الهياكل التنظيمية للمؤسسة، وعدم تناسق القرارات بسبب نقص القدرة والمهارة الإدارية لدى المدير/المالك، وغياب الرؤية الاستراتيجية الواضحة لديه، ونقص الروح المقاولاتية لدى أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- عدم تلاؤم نمط التسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع مثيلاتها في الخارج بحيث بقي نظام تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قسماً لا يتماشى مع متطلبات الاقتصاد التنافسي.
- المشاكل المتعلقة بالمحيط كمشكل العقار والذي يتمثل في غياب الإطار القانوني والتنظيمي الذي يحدد طرق وكيفيات وآجال وشروط التنازل عن الأراضي وموضوع استخدامها ومشاكل أخرى أيضاً كصعوبة الحصول على التمويل، ضعف التكوين- وجود الجزائر في المرتبة 118 على المستوى العالمي من حيث الكفاءة التعليمية، صعوبة الحصول على المعلومة، بطء الإجراءات الإدارية، الصعوبات الجبائية.

ثانياً: متطلبات عملية التأهيل

- قبل القيام بعملية التأهيل، يجب على الهيئات المعنية أن تعي متطلباته أولاً، لكي تستطيع وضع المسار الصحيح لهذه العملية و يمكننا حصرها فيما يلي:
- التسيير الاستراتيجي والذي يعتبر مورد تستطيع أن تملكه المؤسسة وتحقق به ميزة تنافسية بحكم أنه نظام مرن، فهو يسمح لها بتدعيم المركز التنافسي من خلال وضوح الرؤية المستقبلية والقدرة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية، كما يهدف أيضاً إلى تحسين المر دودية التنظيمية ويستخدم كأساس لإعداد أدوات التسيير وتكييف خدماتها ونشاطاتها طبقاً لاحتياجات أسواقها وزبائنها.
- التسويق، فعلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تهتم ببناء أجهزة قوية لتسويق منتجاتها وذلك بوضع سياسات تسويقية تتناسب مع ظروف المستهلك.

¹ - سليمة غدير أحمد: "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 2011/09، جامعة ورقلة، الجزائر، ص: 35-36.

- تأهيل المورد البشري إذ يعتبر العنصر الوحيد الذي تزيد قيمته مع تقدمه، ولذا يعتبر الاستخدام الفعال لهذا المورد طريقة لتعظيم فعالية النظم الأخرى، ونظرا لهذه الأهمية يتوجب اتخاذ عدد من الإجراءات لتكوينه وتأهيله.

- العمل بمعايير وقياسات النوعية فلكي تستطيع مؤسساتنا الصغيرة والمتوسطة تحسين قدراتها التنافسية والارتقاء إلى مصاف المؤسسات الناجحة، وجب عليها أن تلتزم بمواصفات قياسية محددة، تخص مواصفات السلع والخدمات حيث أنه لا يمكن اليوم لأي مؤسسة من المؤسسات أن تحقق التنافسية بغياب مواصفات الجودة، ومواصفات المواد الأولية المصنعة وكذا مواد التعبئة والتغليف.

- التجديد التكنولوجي والذي أصبح خيارا استراتيجيا لا مفر منه فهو السبيل الوحيد لرفع القدرة التنافسية لمؤسساتنا الصغيرة والمتوسطة ولاقتصادنا ككل، وعليه يجب أن يكون التجديد شاملا لمختلف جوانب المؤسسة من منتجات، عمليات، تنظيم، موارد بشرية...، ضف إلى ذلك الاهتمام بتطوير الإبداع التكنولوجي داخل المؤسسة.

- تأهيل محيط المؤسسة الصغيرة والمتوسطة والذي يعتبر أمرا ضروريا لتمكين المؤسسات ص و م من تحسين أداؤها والوصول إلى الرفع من قدراتها الإنتاجية وتحسين تنافسيتها، وتكمن عملية تأهيل المحيط في إجراء التعديلات على كل الهيئات والأجهزة والأنظمة التي تتعامل معها المؤسسة.

الفرع الثاني: الضرورات التي تفرض تأهيل الصناعة الجزائرية¹

إن تأهيل الصناعة الجزائرية وإعادة هيكلتها لمواجهة التحديات المستقبلية و الاستعداد للاندماج في السوق العالمية بفاعلية و الاستفادة من الفرص التي يتيحها لها السوق أصبحت مطالب أساسية تفرضها الضرورات التالية:

- تغيرات الطلب

لقد أفضت التطورات الكبيرة في تكنولوجيا الإنتاج إلى زيادة ضخمة في كميات الإنتاج ، وتنوع هائل في أصناف و أشكال و أحجام السلع ، إضافة إلى الإمكانيات المتاحة لخلق سلع جديدة بشكل مستمر . وقد ساعدت عوامة الاقتصاد على الانتشار السريع لهذه التطورات، مما أتاح للمستهلك اختيارات كثيرة لإشباع حاجاته المتنامية و المتطورة باستمرار في سوق تنافسية كما أدت هذه التطورات إلى جانب عوامل أخرى إلى تطور سلوك المستهلك من حيث عادات الاستهلاك و تغيير أولويات إشباع الحاجات . أمام هذا الواقع أصبحت المشكلة الأساسية للإنتاج هي كيفية تصريف السلع في عالم متطور يسوده تنافس شديد لاكتساب الأسواق، وهذا ما يتطلب التعرف إلى الأسواق الداخلية والخارجية، والوقوف على رغبات الزبائن في هذه الأسواق تكييف الإنتاج بما ينسجم مع تلك الرغبات، فالإنتاج ليس هدفا بحد ذاته، بل هدفه الوصول إلى المستهلك وتلبية حاجاته، من هنا تأتي إعادة هيكلة الصناعة الجزائرية للتوافق مع التغيرات والتحويلات في الطلب، والتحضير لبيئة مناسبة للانتقال إلى هيكل صناعي متقدم قادر على الدخول في عالم تنافسي جديد، والتركيز بشكل أساسي على الصناعات التي تملك فيها ميزة نسبية يمكن أن تتحول إلى ميزة تنافسية، بخاصة الصناعات التي تتضمن قيمة مضافة عالية وتمتع بطلب مرن.

¹ - عبود زرقون، مرجع سابق، ص: 169.

- الاختلافات الحاصلة في القطاع الصناعي

لا يخفى على أحد ما يعانيه القطاع الصناعي، وبخاصة القطاع العمومي من الضعف والخلل في جوانب مختلفة، بنيته وأدارته وعلاقته الترابية، قدرته التنافسية الإنتاجية والأحور، الخلل بين العرض والطلب، الخلل بين الاعتبارات الاقتصادية وغير الاقتصادية... الخ، كل ذلك يستوجب العمل الجاد لمعالجة مشاكل هذا القطاع والتغلب على نقاط ضعفه وتهيئته بالشكل الذي يمكنه من الوفاء بمتطلبات المرحلة المقبلة، ولا يمكن القيام بذلك إلا بإعادة هيكلته على أسس اقتصادية سليمة.

- تغيير السياسات الصناعية من صناعة متجهة نحو الداخل إلى صناعة متجهة نحو الخارج والداخل

أدت عملية الإصلاحات التي قامت بها الدولة إلى تغييرات مهمة في السياسة الاقتصادية، كان من أهمها تغيير اتجاه السياسة الصناعية من سياسة متجهة نحو الداخل إلى سياسة متجهة نحو الخارج والداخل مع التركيز على الإنتاج المعد للتصدير، وتشجيع عمليات التصدير، وهذا التوجه بالطبع له متطلباته وشروطه الخاصة التي تختلف عن تلك التي تتطلبها السياسات الصناعية السابقة من حيث تكنولوجيا الإنتاج وشروط الإنتاج ونوعية السلع المنتجة. كما أن هذه السياسة تتطلب جهازا إنتاجيا مرنا غير متوفر في صناعاتنا المحلية، مما يستدعي إعادة تأهيل الصناعة المحلية لتتكيف مع متطلبات هذا التحول و العمل على خلق صناعات متطورة تنتج بقصد التصدير وتملك القدرة على المنافسة في الأسواق الخارجية.

- الاندماج بالأسواق العالمية و التحديات التي تواجهها الصناعة الوطنية

إن ما يجري من تحولات اقتصادية في العالم في ظل عولمة الاقتصاد والتوجه نحو تطبيق سياسته الليبرالية الاقتصادية، و اعتماد آليات السوق، وما يترتب على ذلك من تحديد لدور الدولة الاقتصادي والتركيز على القطاع الخاص في السياسات الاقتصادية ولاندماج في اقتصاديات السوق العالمية، يستوجب من الجزائر اتخاذ إجراءات اقتصادية تتوافق مع التوجه الاقتصادي العالمي بحيث تسمح له بالتعامل والتفاعل مع الاقتصاد الدولي، ولا سيما أن اتفاقية تحرير التجارة العالمية، بانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، واتفاقية الشراكة الأوروبية، تضعان الصناعة الجزائرية، بمياكلها ذات الطابع التقليدي وما تتسم به من تخلف، أمام تحديات كبيرة غير مؤهلة بوضعها الراهن لمواجهةها والوفاء باستحقاقات الاندماج بشكل فاعل في الاقتصاد العالمي الذي أصبح حقيقة حتمية لا بد ان نتقبلها.

المبحث الثالث: سبل تعزيز القدرات التنافسية للصناعة الجزائرية

ترتبط القدرة التنافسية في الاقتصاد العالمي الجديد بالارتقاء من خلال البحث والتطوير والابتكار، والتطور التكنولوجي، والتحسين المستمر في المنتجات، ووجود قاعدة موارد بشرية تتمتع برقي وتعدد المهارات كما تتمتع بالإمكانيات الفنية والتكنولوجية الضرورية،

وبدون توفر بنية تحتية أساسية لا يمكن للبلد تطوير قدرته التنافسية أو تطوير منتجات ذات صبغة تنافسية من حيث التكلفة والنوعية.

وسنقوم بالتطرق في هذا المبحث إلى متطلبات تعزيز تنافسية الصناعات التحويلية وعوامل خلق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المطلب الأول وكيفية بناء استراتيجية للصادرات الصناعية التحويلية في المطلب الثاني أما المطلب الثالث فخصصناه إلى سياسات إنعاش الصناعة في الجزائر.

المطلب الأول: متطلبات تعزيز تنافسية الصناعات التحويلية وعوامل خلق الميزة التنافسية في

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

حتى تتمكن الدولة من تعزيز القدرات التنافسية لصناعاتها يجب عليها ان تحقق جملة من العناصر لتصبح أكثر تنافسية وقادرة على مواكبة التطورات والتكيف مع التحولات الاقتصادية الدولية، ومعرفة العوامل التي من خلالها يمكن خلق ميزة تنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الفرع الأول: متطلبات تعزيز تنافسية الصناعات التحويلية¹

لكي تستطيع الدول العربية (ومن بينها الجزائر) تقليص التكاليف على المدى القصير وزيادة المنافع على المدى الطويل، عليها أن تحقق ما يلي:

أولاً: إصلاح وتأهيل مؤسسات الصناعات التحويلية

يقصد بالتأهيل اتخاذ مجموعة من الإجراءات والتدابير لتحسين أداء مؤسسات هذا القطاع، بعصرنة هذا الأخير بما يناسب والمطلوب دولياً، وتحسين قدرات المنافسة لمؤسساته لتصبح أكثر تنافسية على مستوى الأسعار والجودة، وقادرة على مواكبة تطور الأسواق والتكيف مع التحولات الاقتصادية الدولية، والاندماج في الاقتصاد العالمي، والاستعداد للمنافسة التي تنتج عن الدخول الحر للسلع الأوروبية نحو الأسواق العربية، ويكون ذلك بـ:

- الإنتاج بالمواصفات الدولية، كتشجيع مؤسسات الصناعات التحويلية العربية على تبني نظام الجودة، والحصول على شهادة مطابقة لنظام الجودة العالمية ISO والذي يعكس المستوى الذي وصلت إليه المؤسسات وقدرتها على مواجهة المنافسة الأجنبية.
- اعتماد المنافسة الشديدة كمتغير ضمن استراتيجية المؤسسة.
- الاهتمام بالتصدير والاندماج في السوق الدولي.

¹ - بلغنو سمية، موسوس مغنية: مرجع سابق، ص- ص: 10-12.

- تحسين طرق الإنتاج التسيير المراقبة والتخطيط.
- رفع مستوى الإنفاق الاستثماري للتأهيل المحلي باتجاه الصناعة التحويلية خاصة منها الصغيرة و المتوسطة .
- ويعتبر التأهيل عملية مستمرة في الزمن مسايرة لكل مستجدات السوق الدولية، وتتركز على التحديد، التطوير والبحث، ويتوقف نجاح التأهيل على اتخاذ عدة إجراءات منها:
- تجديد التجهيزات وتحديث تقنياتها، لتخفيض التكاليف وتحسين الإنتاجية.
- تخفيض الضرائب والرسوم المفروضة على مدخلات الصناعات التحويلية.
- تجديد أساليب التنظيم والإنتاج، الاستثمار والتسويق، وكذلك التحكم في التكاليف والجودة وفق قواعد السوق.
- إقرار برنامج و هياكل مختصة كفيلة بتنفيذ التأهيل.
- إعداد برامج إعلامية لها تأثير على القدرة التنافسية للمؤسسة.
- التركيز على الموارد البشرية من خلال الاهتمام بالتكوين الذي يعمل على الإنتاج بالمقاييس الدولية، وبالتالي زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة.

ثانيا: وضع سياسات واضحة للتنمية الصناعية

وتتضمن مايلي:

- التوجه نحو الصناعات الإستراتيجية والصناعات ذات التقنيات العالية والصناعات الصغيرة المغذية للكبيرة.
- تعزيز دور القطاع الخاص وتشجيعه للمساهمة في عملية التنمية مع التوسع الاستثماري والتحديد التكنولوجي والتكامل الرأسمالي.
- تشجيع ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- جذب الاستثمارات الصناعية الوطنية والخارجية.

ثالثا: تأهيل محيط مؤسسات الصناعات التحويلية

- ترتبط القدرة التنافسية لمؤسسات الصناعة التحويلية بطبيعة محيطها، لذلك لا بد من إصلاح عميق للاقتصاد ككل لتمكين هذه المؤسسات بمواكبة تحولات المحيط المحلي والدولي، لان التحديات والفرص التي تثيرها منطقة التبادل الحر تزيد من حاجة هذه الإصلاحات، ويتمثل أهمها في:
- تعزيز وضوح وشفافية القوانين والسياسات الاقتصادية مع استقرارها، وبناء الثقة بين الحكومة والقطاع الخاص.
 - تجديد وتوسيع شبكة المواصلات، بتحسين مستوى البنية الأساسية للطرق والموانئ البحرية والجوية، مع إعطاء الأولوية للمؤسسات الصناعية والسعي إلى الربط المباشر مع العالم الخارجي.
 - مراجعة وتطوير التشريعات والأطر القانونية، قصد ملائمتها مع التشريع الدولي- تشمل القانون التجاري والقانون الضريبي والقانون الجمركي- وتكون أكثر مرونة لتشجيع الاستثمار المحلي (إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة). والاستثمار الأجنبي المباشر.
 - إصلاح النظام المالي والمصرفي مع ضرورة تبني الشراكة المالية قصد تفعيل البورصة وتنمية نشاط المؤسسات المالية.

- الاهتمام بالمعرفة والعنصر البشري الذي أصبح أهم عنصر لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة، وذلك بإصلاح قطاع التكوين لتأهيل اليد العاملة، بإعداد برامج واسعة للتكوين، وكذلك الاهتمام بالبحث العلمي، وتشجيع الاستثمار في مجال البحث والتطوير باستخدام تكنولوجيا المعلومات.
- محاربة الفساد الإداري في جميع أشكاله، مع تبسيط وتحديث الإجراءات الإدارية.
- العمل على الاستقرار السياسي والأمني، والذي يعتبر عاملا هاما في عملية الشراكة.
- إقامة شبكة أمان اجتماعية لمساعدة الفئات الاجتماعية الأكثر تضررا لانعكاسات الانضمام لمنطقة التبادل الحر وتحرير الاقتصاد.

الفرع الثاني: عوامل خلق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹

نظرا للتباين الواضح في خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة الحجم فإنه من الخطأ الاعتقاد أن لكلاهما نفس مؤشرات التنافسية (عوامل خلق التنافسية).
وفيما يلي عرض لبعض العوامل التي بالإمكان الاعتماد عليها في بناء ميزة تنافسية.

1. الاستراتيجية وطبيعة المسير

قصد تفادي المؤسسة للارتباك الناجم عن مجابهة المشاكل، تعتمد إلى التفكير لإيجاد حلول لها والخروج من الوضعيات الحرجة بالاستعانة بخبرة المسير من جهة وبالاستراتيجيات الممكنة من جهة اخرى.

2. استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال للحصول على ميزة تنافسية

تتعلق تكنولوجيا الاعلام والاتصال بمجموعة التقنيات المستخدمة في معالجة ونقل المعلومات خاصة الإعلام الالي والانترنت و غيرها من الدعائم الالكترونية المساعدة في عمليات الاتصال .
ومجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال تكون في مختلف التقنيات التي تسمح بالمشاركة في استخدام المعلومات من طرف اصحاب المصالح (موظفين، عملاء، موردين...)
ويمكن عرض بعض مظاهر هذه التكنولوجيا في:

*الأنترنت * الإنترنت والإكسترات* برامج العمل الجماعي * برامج تدفق العمل.²

3. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

مما لا شك فيه أن الاستخدام الصحيح لتكنولوجيا المعلومات في نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن من تحقيق ميزة تنافسية، إلا أن الكيفية والأسلوب الذين يتم في ضوءهما استخدام التكنولوجيا في دعم نشاطات المؤسسة يعد واحد من ابرز التحديات التي تواجه مديري ومسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

¹ - موسي سهام، العمودي مينة: "تحليل مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية في ظل التغيرات التكنولوجية الحديثة (تكنولوجيا الانترنت)", ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010، ص، ص: 3,6,7.
² - لمزيد من التفاصيل يرجى الاطلاع على المرجع السابق.

تدعم تكنولوجيا المعلومات النشاطات الأولية، فنظم السيطرة على العمليات تستخدم لمراقبة ورصد العمليات الانتاجية كما تهدف إلى توكيد الجودة وتأمين الانتاج الفوري، علاوة على دورها في ترشيد استخدام المواد الخام.

كما تشكل التكنولوجيا جزءا حيويا في إسناد البنى التحتية فنظم التصميم بمساعدة الحاسوب تعتبر غاية في الاهمية بالنسبة للمؤسسة فهي توفر الوقت والتكاليف.

المطلب الثاني: تنمية وجذب الاستثمارات في القطاع الصناعي وبناء استراتيجية لصادرات الصناعة التحويلية

الفرع الأول: تنمية وجذب الاستثمارات في القطاع الصناعي¹

تتطلب عملية تنمية وجذب الاستثمارات في القطاع الصناعي إجراءات عديدة أهمها:

- التعاون مع هيئات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتشغيل لتحفيز الشباب والمبادرة للاستثمار في مجال الصناعة .
- القيام بالترويج للاستثمار الصناعي في السياسة الحكومية للاستثمار.
- التعاون مع الصناعيين لعرض مشاريع صناعية تساهم في التكامل الصناعي.
- إنشاء وحدات خدمة المستثمر الصناعي، تقوم بتقديم المشورة الفنية، إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية، دراسات السوق، وتوفير المعلومات عن موردي الآلات والمعدات والمواد الأولية.
- وضع خارطة استثمارية للمواد الأولية المتوفرة محليا.
- وضع خطة للاستثمارات الصناعية المطلوبة تشجع على الاستثمار في:
- الصناعات التكاملية المطلوبة بين حلقات الإنتاج في الصناعات القطاعية خاصة في مجال الصناعات الأساسية، وإقامة مجمعات صناعية عنقودية.
- الصناعات المولدة لفرص العمل من خلال تحديد زمرة هذه الصناعات وبيئاتها للمستثمرين.
- الصناعات التي تساهم في تنمية الصادرات غير النفطية.
- الصناعات ذات التكنولوجيا العالية والقدرة التنافسية.
- الصناعات التي تعتمد على المواد الخام الوطنية.
- الصناعات التحويلية الزراعية الصغيرة والمتوسطة في الريف والمناطق النائية.
- إنشاء حاضنات للصناعات التحويلية الصغيرة والمتوسطة.
- تشجيع الصناعات المستقبلية.
- العمل على استقطاب المؤسسات التي تكون مستعدة لتحمل تكلفة إنشاء مراكز البحث والتطوير التي تصبح مصدرا مستقبليا للتطوير التقني.
- الاهتمام بإقامة المشروعات المشتركة بين القطاعين العام والخاص، تدعينا للجهود المشتركة في مجال تنمية الصناعة الوطنية.
- العمل المستمر على تطوير مناخ الاستثمار الصناعي. لكي يصبح أكثر ملائمة ومقدرة على جذب المزيد من الأموال والمدخرات خاصة إصدار التشريعات اللازمة لتطوير المناخ الاستثماري في المناطق الحرة و المناطق الحدودية.

¹ - عماري جمعي: مرجع سابق، ص: 227.

- وضع بيانات عن المشاريع الاستثمارية الصناعية المستهدفة في متناول المتعاملين بطرق سهلة مع تحديثها بشكل مستمر ودوري.
- تفعيل دور الملحقات الاقتصادية بالسفارات لتقوم بالترويج للاستثمار الصناعي لغرض جذب المستثمرين الجزائريين في الخارج.
- إعداد لائحة سنوية بالصناعات ذات الأولوية واستفادتها من ميزات خاصة ومنها الإعفاءات من الضرائب والرسوم على مختلف أنواعها وإدراج مشاريع المناطق والصناعات ذات الميزة التنافسية إلى لائحة المشاريع الإستراتيجية.

الفرع الثاني: بناء إستراتيجية تصديرية للصناعات التحويلية¹

تعتبر الصادرات التحويلية هي البديل الأساسي لتعويض الصادرات النفطية ، وبالتالي فإن الاهتمام بها وتعزيز قدراتها حاجة ملحة في الوقت الحالي للاقتصاد الجزائري.

فبناء إستراتيجية تصديرية تكون بالأساس بإتباع الخطوات التالية:

1. وضع خطة للترويج للمنتجات الوطنية في الأسواق العربية والإفريقية.
2. تنظيم المعارض بصفة دورية عن المنتجات الجزائرية.
3. توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة عن المنتجات الجزائرية، وعن أسواق التصدير ودعم قواعد المعلومات.
4. التنسيق مع الشركة الوطنية للمعارض والشركات المنظمة للمعارض الخارجية لتسهيل مشاركات الصناعيين في المعارض الخارجية.
5. العمل على وجود بعثات تجارية دائمة في الأسواق العالمية الكبرى.
6. تخصيص جزء من ميزانيات الغرف الصناعية لإقامة المعارض الخارجية .
7. إقامة الندوات المتعلقة بأساليب ومتطلبات التصدير.
8. النوعية والتخطيط للاستفادة من الاتفاقيات التجارية الثنائية والجماعية مع الدول والتجمعات الاقتصادية من اجل زيادة الصادرات.
9. وضع برنامج لتطوير الشركات بين المؤسسات الجزائرية المنتجة وشركات دولية مسوقة وشراكات استثمار مباشرة بين شركات جزائرية والشركات الأجنبية.

¹ - عماري جمعي: مرجع سابق، ص: 228.

المطلب الثالث: سياسات إنعاش الصناعة¹

يمكن أن نجمل السياسات التي من خلالها الارتقاء بالصناعة الجزائرية من خلال النقاط التالية:

1. سياسة ترقية الاستثمار: تحتل قضية الاستثمار الخاصة عامة والاستثمارات الأجنبية خاصة مكانة بارزة ضمن أولويات صانعي السياسات. إذ يعتبر الاستثمار الأجنبي أحد المنافذ الرئيسية لإنجاح سياسة الإنعاش الصناعي والتنمية في الأمد الطويل، بعد أن لعبت هذه الاستثمارات دورا متميزا في كل من الدول المتقدمة والدول حديثة التصنيع على حد سواء. لذا تسعى الجزائر منذ فترة، كبقية الدول النامية الأخرى، إلى وضع السياسات التي تساعد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

غير أن حجم الاستثمارات الأجنبية بصفة عامة يبقى محدودا للغاية بالنظر إلى الجهود المبذولة لتحسين مناخ الاستثمار و الإمكانيات الاستيعابية التي تتوفر عليها البلاد، فمعظم التقارير التي تعدها الهيئات المختلفة حول تقدير مناخ الاستثمار في الجزائر تبقى بعيدة كل البعد عن الطموحات الواعدة للاقتصاد الجزائري. حيث يشير التقرير (11) الصادر عن البنك العالمي تحت عنوان " القيام بالأعمال " و الذي يخص وضع الأعمال في 175 دولة عبر العالم، أن تحت عنوان " القيام بالأعمال " و الذي يخص وضع الأعمال في 175 دولة عبر العالم، أن مؤشرات مناخ الاستثمار في الجزائر لم تعرف تحسنا، ابتداء من التسهيلات المقدمة لإنشاء المؤسسات إلى غاية فعالية القضاء في المنازعات وحماية الملكية وحل الشركات وقوانين العمل.

وقد كشف التقرير عن الصعوبات التي تواجه المستثمر منذ قراره إنشاء مؤسسة أو الشروع في تجسيد مشروعه الاستثماري إلى غاية تصفية الشركة، حيث ركز التقرير على البطء في تجسيد الإصلاحات الفعلية ميدانيا، إذ لم تتغير المؤشرات الأساسية بالنسبة للجزائر، خاصة بالنسبة لطول المدة التي تستغرقها كل مرحلة أو كلفة كل خطوة من الخطوات أو عدد الوثائق التي تطلب من المستثمر، فمثلا يتطلب على أي مستثمر يرغب في إقامة مشروع احتياز 14 إجراء وتوفير عدد مماثل من الوثائق. وإن المدة التي تتطلبها كل مرحلة للشروع في تجسيد المشروع هي 24 يوما، أي قرابة الشهر بكلفة يمكن أن تصل إلى 5.21 % من قيمة الدخل الأولي للمشروع.

وفي ظل وجود هذه العوائق تتقهقر الجزائر إلى الرتبة 125 في توفير شروط الاستثمار.

لذا يستدعي تطوير الاستثمار محيطا فعالا يوفر للمستثمرين إطارا مؤسسيا ملائما (نظام مالي ملائم وتوفر العقار وطبيعة المنافسة) ونظاما تحفيزيا للحماية من شأنه تمكين المستثمر من القيام بخياره لصالح الاستثمار. وبالتالي فإن إستراتيجية ترقية الاستثمار يعد جزءا لا يمكن فصله عن إستراتيجية تحويل النظام الاقتصادي في مجمله. فهي بذلك معنية بتقديم الإصلاحات الهيكلية سيما تطوير النظام المالي عبر تفعيل سوق العقار وضمان شفافية سوق السلع والخدمات.

وينتظر من تطبيق سياسة ترقية الاستثمارات الخارجية المباشرة في إطار إستراتيجية إنعاش النمو الاقتصادي أن تساهم في:

- تمويل الاستثمارات في النشاطات التي تجلب نسب كبيرة من رؤوس الأموال.
- تعميم التكنولوجيات الحديثة وتحسين القدرات الإدارية وولوج السوق العالمية وتنويع الصادرات.
- نظام جديد للاستفادة من المزايا أكثر شفافية.
- إعادة تهيئة مسار منح المزايا وتسييرها لمطابقتها والممارسات الدولية في المجال.

¹ - قوريش نصيرة: "أبعاد وتوجهات إستراتيجية إنعاش الصناعة في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 5، ص - ص: 98-103.

- تقليص هام لمدة معالجة ملفات الاستثمار.
- حماية حقوق المستثمرين الذين لديهم الحق في الطعن لدى اللجنة المتخصصة لهذا الغرض.
- كما تم اعتماد أعمال أخرى تهدف إلى تحسين مناخ الاستثمارات من أجل تقليص الآجال وتخفيض تكاليف العمليات وتسهيل الاستثمار وإنشاء المؤسسات.
- ولجلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة تم اقتراح جملة من إجراءات لتحسين بيئة الأعمال نلخصها في النقاط التالية:**
- إلغاء تأشيرة الدخول بالنسبة للمستثمرين الأجانب.
- تبسيط الإجراءات المتعلقة بظروف إقامة المستثمرين وإطاراتها الأجنبية.
- فتح أروقة وشبائيك لشرطة الحدود والجمارك.
- تحديد مناطق إقامة لفائدة المستثمرين الأجانب.
- وضع تحت تصرف الأجانب الحاملين لمشاريع أراضي مجهزة بأسعار منخفضة وبيئة ذات نوعية.
- وضع محلات جاهزة لأغراض صناعية أو تجارية تحت تصرفهم.
- توسيع صلاحيات الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار وإنشاء موقع الكتروني للوكالة لتمكين المستثمرين الأجانب من القيام بتدابير التصريح بالمؤسسات عن بعد.
- السماح للأجانب اقتناء سندات الخزينة والرفع من نسبة تصدير العملات الصعبة للمؤسسات المصدرة.
- مراجعة قانون الجمارك.
- إدماج إجراءات متعلقة بالتجارة الالكترونية.
- تخفيض التكاليف الجبائية والاجتماعية.
- إلغاء الضريبة على الفوائد المستخلصة من عمليات التصدير.
- إعطاء منح وفقا لقيمة الاستثمار.
- منح مساعدات مالية معتبرة للصناعات الصغيرة والمتوسطة في حال قيامها بأعمال شراكة مع الأجانب.

2- سياسة التأهيل: إن النتائج المتحصل عليها من تطبيق إجراءات التأهيل في إطار البرنامجين، برنامج التنافسية الصناعية لوزارة الصناعة المدعم من طرف منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية وبرنامج وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمساعدة الاتحاد الأوروبي، تبرز أن عملية التأهيل لم تتقدم بشكل قوي ولم تعطي النتائج المنتظرة وذلك لبعض العراقيل والشروط التي حالت دون ذلك كالشروط الواجب توافرها في المؤسسة للاستفادة من البرنامج، آجال تكوين الملفات والتي تبدو أنها طويلة خاصة فيما يتعلق باستخراج الوثائق الإدارية و المصرفية كالشهادات المصرفية... الخ) ونظرا لأهمية تأهيل المؤسسات الاقتصادية في تحسين القدرة التنافسية لمواجهة المنافسة الدولية وما يكتسبه من أهمية بالغة في تحقيق التنمية الاقتصادية فقد تم اقتراح سياسة جديدة للتأهيل تتمحور أساسا حول:

- توحيد البرامج الحالية لصهرها في برنامج موحد ومدمج يندرج في إطار إستراتيجية التصنيع.
- تنفيذ برنامج حقيقي خاص للتأهيل على أوسع نطاق من شأنه إدراج كافة عوامل العصرية (العوامل المادية و غير المادية والبيئة).
- التكفل بتأهيل المؤسسات وبالتنسيق والمتابعة والتقييم.
- استهداف أحسن للأولويات القطاعية ولنظام المساعدات والتحفيز.

3-التقييم والقياسية : يساهم تطوير نشاطات التقييم والقياسية والاعتماد والتصديق والملكية الصناعية في الجهد الرامي إلى بعث وعصرنة الاقتصاد الوطني . حيث يندرج الإشهاد على المطابقة ضمن مسعى الجودة المتبع في مجال التقييم، علما أن الجودة الرفيعة تمكن المنتج الصناعي من مقاومة المنافسة الشديدة، سواء على مستوى السوق المحلي أو السوق العالمي، وكذلك باعتبار أن الجودة تشكل الحماية الوحيدة والرئيسية لأي منتج، خاصة بعد تفكيك الرسوم الجمركية الذي يسري تدريجيا، بعد تطبيق اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، و الانضمام المرتقب إلى المنظمة العالمية للتجارة . فمن الناحية التقنية، فإن حصول المؤسسة الصناعية على إحدى الشهادات من فئات " ايزو " 9.000 لمنظومة ، أو " ايزو 14.000 لحماية البيئة يعني الدليل على أن المؤسسة تملك منظومة تسيير وضمان الجودة مطابقة لمتطلبات وشروط متفق عليها عالميا ومدونة في مرجعية مميزة.

إن هذا الإشهاد يستجيب لحاجة المؤسسة في التمتع بثقة المتعاملين معها، من أجل تثبيت تعاملاتها ورفع حجم مبيعاتها . والثقة لا بد أن تتوفر لدى زبائنها ومورديها على حد سواء.

كما تعتبر هذه الثقة عاملا هاما للاندماج الاقتصادي، لذا ووعيا من وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة قامت بوضع برنامج لمرافقة المؤسسات سنة 2000 يهدف إلى تنمية أو تطوير منظومة وطنية للتقييم وتدعيم ومرافقة المؤسسات الراغبة في الحصول على شهادات " الايزو " وقد رصد لتطبيق هذا البرنامج مبلغ يقدر ب 500 مليون دينار جزائري .وتبين الحصيلة التالية لسنة 2005 نتائج الجهود التي تبذل لهذا الغرض.

فقد تحصلت 167 مؤسسة عمومية وخاصة على شهادات الايزو 9000 وست مؤسسات على الايزو 14.000 ، بينما يوجد 5 مؤسسات في طريقها للحصول على الايزو 22000 المتعلقة بضمان المنتجات الغذائية.

كما تم تكوين 30 مدققا للجودة بالمعهد الوطني للإنتاجية والتنمية الصناعية بومرداس الذي هو تحت وصاية وزارة الصناعة والمتخصص في تكوين الإطارات.

وتجدر الإشارة إلى أنه تقرر منح جائزة الجودة كل سنة لأحسن مؤسسة تطبق توجيهات منظومة ضمان الجودة وهذا من باب التشجيع والتحفيز و أول مؤسسة تحصلت على الجائزة، تمثلت في مجمع "صيدال " للصناعات الصيدلانية سنة 2003 ، تلتها فيما بعد شركة الإسمنت لعين توتة سنة . 2004 كما تعمل وزارة الصناعة على تنصيب الهيئة الوطنية للاعتماد وتقييم مطابقة المنتجات الصناعية.

غير أن هذه النتائج تظل محدودة للغاية ، فالجزائر لا تتعدى ملكيتها لعدد محدود جدا من الشهادات للنوعين في حين تملك الدول المتقدمة عشرات الآلاف منها، وهذا ما يجعل الجزائر مجبرة على بذل جهودات استثمارية أكبر لإنتاج سلع ذات جودة وفق المواصفات الدولية اذا أرادت الاستفادة من سياساتها الخاصة بالانفتاح الاقتصادي.

ففي مجال حقوق الملكية الفكرية مثلا طلب من الجزائر من طرف الدول المفاوضة أثناء إجراء المفاوضات الخاصة بالانضمام إلى منظمة التجارة العالمية حماية علاماتها وتقديم ضمانات لاحترام هذه الالتزامات من الناحية القانونية. لكن ما نلاحظه في الواقع هو حدوث العديد من التجاوزات في شكل تقليد للمنتجات فأصبح اليوم من الصعب التمييز بين المنتج المقلد والمنتج الأصلي مما يستدعي أخذ الإجراءات اللازمة لمحاربة مثل هذه الظواهر.

وفي ظل السياسات الصناعية الجديدة تقرر تحيين الترتيبات التنظيمية التي تستند عليها نشاطات التقييس والقياس والاعتماد والتصديق والملكية الصناعية وكذا الهيئات التي تتكفل بها وهي المعهد الجزائري للتقييس والديوان الوطني للقياس القانونية والهيئة الجزائرية للاعتماد والمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

4- تطوير العنصر البشري: إن الإستراتيجية الصناعية تعتبر تطوير العامل البشري أساس نجاح كل سياسة صناعية باعتباره عاملا مشجعا لامتناع التكنولوجيا وعصرنة الصناعات، لا طالما عانت الصناعة الجزائرية من:

- عجزا في مجال التأطير الصناعي سواء على مستوى التسيير أو التحكم في التكنولوجيات.
- نظام تكوين ليس بإمكانه الاستجابة بفعالية لاحتياجات العمال المؤهلين في الصناعة.
- وقصد التكفل بمتطلبات القطاع يتعين:
- تكثيف العرض في مجال التكوين المؤهل لا سيما من خلال استحداث مدارس تكوين المهندسين والتقنيين السامين في القطاعات الصناعية الكبرى.
- تنوع قنوات التكوين (إشراك كافة الشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين).
- وضع نظام جديد خاص بالمساعدات العمومية لعروض التكوين (مساعدات وفروض الضرائب).
- مطابقة التأهيلات مع احتياجات السوق.
- تامين رأس المال البشري (سياسة الأجور والظروف الاجتماعية للعمل والإطار المعيشي).

كما أن إدراج الإبداع ضمن منظور داخلي باعتباره عنصرا أساسيا لتطوير الصناعة يعتبر أمرا لا مناص منه. ويتطلب التحكم في هذا المسار الذي لا يمكن لقوى السوق ضمانه لوحدها بل لابد من تدخل السلطات العمومية التي يتعين عليها دعم و ترقية سياسة موجهة نحو ترقية التقنيات استنادا إلى نظام وطني للإبداع مثل ما تقوم به العديد من الدول. فعلى سبيل المثال تخصص الولايات المتحدة الأمريكية ما نسبته % 46 من الناتج الداخلي الخام للبحث والتنمية (منها 52 مليار دولار للمنتجات الصيدلانية) إنشاء مراكز التعليم و التمهين التكنولوجي من أجل تعليم مهني موجه نحو المهن الخاصة بالإضافة إلى إنشاء لجنة دولة من أجل العلم والتكنولوجيا وكالة لترقية التجديد الصناعي ووزارة منتدبة مكلفة بالعلوم والتكنولوجيا ووضع جهاز تشريعي ينظم تامين الأفكار المهددة وترويجها على السوق وتجديد الوسائل العمومية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتقديم مساعدات للقطاعات العمومية والخاصة بدعم مالي مباشر لكل مشروع تنموي نموذجي من خلال إقامة صندوق مستقل لتمويل النماذج وإجراءات تحفيزية أخرى ووضع سياسة " الذكاء الاقتصادي " بصيغة التسيير وجمع المعلومة وتحليلها وتفسيرها قبل اتخاذ القرارات.

كما يتم في مجال البحث والتنمية تمويل المخابر وقدرات البحث - تنمية لدى المؤسسات في القطاعات الصناعية ذات الأولوية وترقية تنقل الباحثين والمهندسين من وفي اتجاه عالم المؤسسة.

خلاصة الفصل

من خلال تطرقنا إلى واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر من خلال معرفة واقع الصناعة في الجزائر ودور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيه، واهم التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية إضافة إلى سبل تعزيز القدرات التنافسية للصناعة الجزائرية، استخلصنا النقاط التالية:

- ضعف القدرة التنافسية لمنتجات الصناعة التحويلية الجزائرية وعدم قدرتها على الصمود والاستمرار في مواجهة المنافسة الخارجية.
- تستمر المنتجات النفطية في الهيمنة على النشاط الاقتصادي الجزائري بقيمة مضافة تصل إلى 60% من الناتج المحلي الإجمالي، بسبب الهيمنة المتزايدة للقطاع الصناعة الاستخراجية وخلافا لذلك فإن وزن قطاع الصناعة التحويلية في إجمالي الناتج المحلي يتناقص أكثر فأكثر لان الصناعة التحويلية الجزائرية تمر بمرحلة صعبة تجلت في الانخفاض المنتظم لحصة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي.
- على الرغم من الجهود التي بذلت لم تصبح الصناعة التحويلية قوة محركة للاقتصاد، بل إن هذه الصناعة تعيش أزمة حقيقية.
- إن بناء قطاع الصناعة التحويلية يعتبر خيارا مصيريا بالنسبة للجزائر لكي تتمكن من تكوين قوة اقتصادية جديدة تمكنها من أن تعوض قطاع المحروقات مستقبلا.
- يواجه المؤسسات الصناعية مجموعة من التحديات من بينها ثورة المعلوماتية واشتداد التنافسية العالمية، عجز الصناعات الصغيرة والمتوسطة عن تلبية احتياجات المصانع الكبيرة. وظاهرة التكتلات الاقتصادية.
- بدون توفر بنية تحتية أساسية لا يمكن للبلد تطوير قدرته التنافسية أو تطوير منتجات ذات صبغة تنافسية من حيث التكلفة والتنوعية.
- يفرض الانفتاح الاقتصادي تحديات هائلة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وإن المؤسسات التي لن تسعى لتحسين قدرتها التنافسية، فإنها مهددة بفقد حصتها السوقية، ومصيرها يؤول إلى الزوال، وبالتالي أصبحت المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الآن أحوح ما تكون إلى تعزيز قدرتها التنافسية لمواجهة مختلف صور التحديات الجديدة و لضمان بقائها واستمراريتها.

الخاتمة

1. الخلاصة العامة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أبرز التحديات التي تواجه اقتصاديات الدول وتتفاوت في مفهومها ومعايير تصنيفها بين الدول المتقدمة والنامية، وبشكل عام تشير المؤسسات الصغيرة إلى تلك المؤسسات التي يعمل بها ما لا يقل عن 10 عمال ولا يتجاوز 50 عامل، أما المؤسسات المتوسطة فيشتغل بها ما لا يقل عن 50 عامل ولا يتجاوز 250 عامل، وبالإضافة إلى ذلك هناك ما يسمى بالمؤسسات المصغرة التي هي كل عمل تجاري يستخدم ما بين عامل واحد وتسعة عمال، وترتكز التعاريف المقدمة على عدة معايير منها المعايير الكمية التي تتمثل في معيار عدد العاملين، معيار رأس المال، معيار المستوى التكنولوجي المستخدم، كمية وقيمة الإنتاج أو حجم المبيعات؛

وتؤدي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتأكيد على الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات والذي يتلخص في توفير فرص عمل جديدة، تكوين الإطارات المحلية، توزيع الصناعات وتنويع الهيكل الصناعي، تقديم منتجات وخدمات جديدة، توفير احتياجات المشروعات الكبيرة، تدعيم المشاركة في تنمية الاقتصاد القومي، تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع، المساهمة في التوزيع العادل للدخل،

فهي كما أسلفنا توفر مناصب شغل وتكثف النسيج الصناعي وتدعم الصناعات الكبيرة... الخ. ولهذا أضحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رائدا حقيقيا للتنمية المستدامة بشقيها الاقتصادي والاجتماعي باعتبارها قطاعا منتجا للثروة وفضاء حيوي لخلق فرص العمل وبالتالي فهي وسيلة اقتصادية وغاية اجتماعية؛

ولكن الذي يجب أن نشير إليه في هذا المقام أن هذه المؤسسات لن تكون لها هذه الأدوار وهذه المكانة ولن تستطيع أن تحقق الأهداف المرجوة منها إلا إذا توفر لها المحيط المناسب والمساعد على النشاط من خلال تقديم المساعدات والتسهيلات لها من طرف السلطات المعنية، ووعيا منها لهذه الجوانب وانطلاقا من إرادتها السياسية لتدعيم هذا القطاع، قامت السلطات الجزائرية باستحداث العديد من الهياكل و المراكز من بينها وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية وكذا صندوق ضمان القرض؛

وسعيا وراء تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وتحسين قدراتها التنافسية وتمكينها من مواكبة التطورات والتحولات الاقتصادية الحاصلة، وفي ظل هيمنة التجمعات والتكتلات الاقتصادية الكبرى في مختلف الأسواق العالمية، أعدت الوزارة الوصية برنامجا وطنيا لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقيمة 01 مليار دينار سنويا يمتد إلى غاية سنة 2013؛

فالوضعية التي آلت إليها المؤسسة الاقتصادية في الجزائر خلال نهاية الثمانينيات أدت إلى اتخاذ إجراءات لإصلاح الوضع من خلال: عملية إعادة الهيكلة العضوية و المالية، ثم استقلالية المؤسسات، وأخيرا إعادة الهيكلة الاقتصادية والصناعية، و تم اختيار قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأحد ركائز التي يعتمد عليها من أجل إنعاش الاقتصاد الجزائري، حيث تم إنشاء وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من أجل توجيه مبادرات القطاع الخاص إلى الاستثمار في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ودفعه إلى العمل الإنتاجي، وفتح المجالات أمامه للمشاركة بصفة فعالة في الكثير من النشاطات الاقتصادية الإنتاجية التي كانت حكرًا على القطاع العام لمدة طويلة، ومن أجل ذلك قامت السلطات الجزائرية بإصدار مجموعة من القوانين نذكر بعضها في النقاط التالية:

❖ صدور قانون النقد والقرض في 14 أفريل 1990 مكرسا مبدأ حرية الاستثمار الأجنبي، وتشجيع كل أشكال الشراكة؛

❖ صدور المرسوم التنفيذي رقم 94-211 الصادر بتاريخ 18 جويلية 1994 الخاص بإنشاء وزارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

❖ صدور الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 الخاص بإنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والقانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

❖ صدور قانون الخوصصة سنة 1995.

كما أنشئت الحكومة الجزائرية صندوق لضمان القروض الممنوحة من طرف البنوك والتي خصصت للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك لعملية تجديد التجهيزات، والتوسيع في المشاريع؛ وهذا بالإضافة إلى هيئات أخرى.

لهذا ارتأينا إبراز آليات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكيفية تأهيلها، للنهوض بهذا القطاع ومرافقته؛ وبصفة عامة تتمثل أهداف عملية التأهيل في ترقية وتطوير محيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تحسين تسيير المؤسسات، وتحسين تنافسية المؤسسات، بالإضافة إلى توفير مناصب الشغل،

وتعتبر التنافسية على مستوى المؤسسة أفضل مستوى لتطبيق مفهوم القدرة التنافسية لان المؤسسات هي التي تنافس في الأسواق وليس القطاعات أو الدول، حيث يستوجب أن تمتلك المؤسسة ميزة تنافسية تعبر بها ومن خلالها عن تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى في ذات الصناعة كما يجب عليها ان تسعى لتطويرها وتجديدها حتى تتمكن من الإحتفاظ بها أطول ما يمكن.

كما قمنا بإبراز مشاكل القطاع الصناعي بما يتميز به من خصائص التي تشير بمجملها إلى ضعف هذا القطاع الذي يعتمد بالدرجة الأولى على صادرات المحروقات وفي المقابل تديني صادرات قطاع الصناعة التحويلية التي لا تتجاوز نسبة 5% منذ عدة سنوات.

II. نتائج اختبار فرضيات البحث

بناء على الفرضيات المقدمة تأتي إلى اختبار مدى صحتها وتوضيحها فيما يلي:

1. تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلك المشروعات التي تتميز بانخفاض رأس مالها، وقلة عدد عمالها، وصغر حجم مبيعاتها، وقلة الطاقة اللازمة للتشغيل، ويستند في تعريف المؤسسات على عدة معايير للتفرقة بين المؤسسات المصغرة، الصغيرة، والمتوسطة، ويختلف اعتماد هذه المعايير من دولة إلى أخرى، والهدف من هذه التفرقة توضيح قدرة المؤسسات الكبيرة من حيث رأس المال المستثمر، وعدد العمال المستخدمين، ورقم الأعمال، ومن حيث الاستقلالية في تسيير المشروع مقارنة بالمؤسسات المصغرة أو المتوسطة التي تتصف بمحدودية قدراتها، وهو ما يسمح لنا بتأكيد صحة الفرضية الأولى؛

2. تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مساهمة فعالة واسباسية في عملية التنمية الاقتصادية من خلال تأثيرها على المتغيرات الاقتصادية الكلية الاسباسية بحيث تؤدي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية، وتعتبر المحرك الرئيسي لها، وتبرز أهميتها بقيامها بدور فعال في خلق فرص العمل، ورفع القيمة المضافة، ومساهمتها في تلبية احتياجات الصناعات الكبيرة، ومساهمتها بشكل كبير في الناتج الداخلي الخام، وهكذا تؤدي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في تحقيق الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي نظرا لسهولة تكيفها مع مستجدات السوق مما يجعلها قادرة على الجمع بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهو ما يسمح لنا بتأكيد صحة الفرضية الثانية؛

3. للتحويلات الاقتصادية اثرا إيجابيا على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فالانفتاح التجاري يسمح لتلك المؤسسات بالتزود بمدخلات أقل تكلفة وأكثر جودة وهو ما يسمح لها بتخفيض التكلفة الكلية لمخرجاتها. كما أن زيادة حدة المنافسة الناتجة عن الانفتاح يفرض على تلك المؤسسات الرفع من جودة منتجاتها... الخ وهو ما يسمح لنا بتأكيد صحة الفرضية الثالثة.

4. يعتبر التأهيل الاداة الفعالة للرفع من أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجعلها قادرة على المنافسة؛ فقد أصبح أكثر من ضرورة في تحسين مركزها السوقي في إطار تنافسية الاقتصاد العالمي، ومواكبة التغيرات الذي تفرضه عولمة المبادلات الدولية وهذا بالتركيز على تأهيل المحيط الإداري، والتشريعي، وكذا العنصر البشري قصد تحسين وتأهيل أداء هذه المؤسسات، وهو ما يسمح لنا بتأكيد صحة الفرضية الرابعة؛

5. لا تكتفي المؤسسة بالحيازة على الميزة التنافسية، باعتبار ان هذه الاخيرة لا يمكن الاحتفاظ بها بصفة نهائية، وإنما يتطلب منها أيضا السعي دوما وبشكل مستمر إلى تنميتها بهدف الحفاظ عليها، من خلال اكتشاف طرق جديدة للمنافسة في القطاع الصناعي الذي تنتمي إليه، وإيصال ذلك إلى السوق الذي تبيع منتجاتها فيه، وتوفير منافع وميزات لا يجاريها المنافسون، وهذا ما يبين خطأ في مثل هذا الطرح.

6. على الرغم من الجهود التي بذلت لم يصبح قطاع الصناعة التحويلية قوة محركة للاقتصاد، وتستمر المنتجات النفطية في الهيمنة على النشاط الاقتصادي الجزائري وهذا ما يبين خطأ مثل هذا الطرح.

7. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ليست مستعدة بعد لمواجهة تحديات الانفتاح الاقتصادي بالنظر إلى حادثة مثل تلك المؤسسات من جهة، والحماية التي كان يحظى بها الاقتصاد الجزائري من جهة أخرى. وبالتالي فإن الانفتاح على التجارة الدولية في السلع والخدمات ذات القدرات التنافسية العالية والانضمام المحتمل إلى المنظمة العالمية للتجارة سوف يمثل ضرا بالغا على أداء وبقاء تلك المؤسسات في حيز الوجود نظرا لعدم توفرها بعد على القدرات التنافسية الضرورية لمنافسة المنتجات الأجنبية وإحتراق الأسواق الأجنبية من خلال التصدير وهو ما يسمح بإثبات صحة الفرضية السابعة.

III. نتائج البحث

من مجمل ما تقدم يمكن استخلاص النتائج التالية:

- بالرغم من أن مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يكتنفه بعض الغموض نتيجة عدم إيجاد تعريف دقيق يلقي قبولا لدى الخبراء والمفكرين وحتى الدول، فهذا لم يمنع من وجود بعض المحاولات لتعريفها من طرف منظمات دولية وكذا دول بناء على مقومات بنائها الاقتصادي والظروف السائدة داخلها، وكذا تحديد التصنيف والشكل الذي يلائم سيرورتها الإنمائية والتطويرية.
- بالنظر إلى الملامح الجديدة التي أصبحت تميز بيئة الأعمال اليوم من ثورة تكنولوجية ومعلوماتية وانفتاح الأسواق وتقارب المسافات في إطار العولمة، أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجه جملة من التحديات جعلتها مهددة بمخاطر تهمس وجودها وكيانها التي قد تحد من قدرتها التنافسية.
- قامت الجزائر بتجسيد برامج إصلاحية واسعة تهدف من خلالها إلى الانتقال نحو اقتصاد السوق والانفتاح على الشراكة الأجنبية كما تم تدعيم هذه الإصلاحات بإصدار جملة من القوانين قصد تشجيع الاستثمار خارج قطاع المحروقات.

- إن قيام الحكومة الجزائرية مؤخرا بعدة إجراءات يشمل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سيساهم بدون شك في تطوير هذا القطاع وتشجيع الشباب الجزائري على التوجه إليه وإنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة.
- بالرغم من مختلف الجهود المبذولة لترقية صادرات القطاع الخاص إلا أن مجال التصدير خارج قطاع المحروقات في هذا القطاع يبقى ضعيف مما يستوجب بذل الكثير من الجهد في هذا المجال.
- بالرغم من الانجازات التي قامت بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، سواءً من حيث تطور عددها وحلقها لمناصب شغل، إلا أن تلك المؤسسات مازالت غير قادرة بعد على المنافسة.

IV. التوصيات المقترحة

- سنقدم ضمن هذه الفقرة مجموعة من التوصيات التي من شأنها المساهمة في ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وذلك في النقاط التالية:
- توفير المعلومات الصحيحة عن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة فيما يتعلق بالأنشطة الاقتصادية للقطاع الرسمي.
 - إيجاد علاقات عمل أكثر تقاربا مع الجهات المعنية والفاعلة من أجل زيادة المعرفة والخبرة لدى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وضمان مشاركة هذه الجهات في عملية صياغة السياسات.
 - تحسين وتطوير قاعدة البيانات والمعلومات المتاحة لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يتعلق بقضايا تنمية هذه المؤسسات.
 - تعزيز التعاون مع المجموعات الدولية المهتمة بمجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - زيادة الوعي الجماهيري بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة دعمها لتنميتها .
 - على الدولة ان تعي أهمية قطاع الصناعة التحويلية الذي يعتبر قطاعا حيويا والبديل الوحيد أمامها لتعويض المحروقات.
 - تشجيع البحث الجامعي وتثمينه و ذلك بإنجاز دراسات ولأثية عن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، لخصر عددها و أوجه نشاطاتها و المشاكل الميدانية التي تواجهها و اقتراح الحلول الملائمة على الجهات الوصية
- أخيرا، نعتقد أن الأخذ بهذه الآليات سيساهم في تحسين مناخ الاستثمار والتجسيد الفعلي للمشاريع الاستثمارية الصغيرة.

V. آفاق البحث

رغم تنوع البحوث المقدمة في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والدور الهام التي قد تؤديه في زيادة تنافسية القطاع الصناعي إذا ما استغلت كل ما تمتلكه من امكانيات، ورغم الصعوبات التي واجهتنا خاصة فيما يتعلق بالمادة العلمية، إلا أن ذلك لا ينفي أهمية الموضوع ويطرح آفاق للبحث تأخذ جوانب أكثر عمقا منه وقد تكون تكملة لما بدأناه ، وفيمايلي نقتح بعض المواضيع لدراسات مستقبلية إنشاء الله:

متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل تحديات اقتصاد السوق؛

دور البنوك والمؤسسات المالية في تمويل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

واقع القدرة التنافسية لقطاع الصناعة التحويلية في الجزائر وسبل تطويرها؛

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1- أيمن علي عمر: "إدارة المشروعات الصغيرة - مدخل بيني مقارن"، دار الثقافة، عمان -الأردن، 2006 .
- 2- بلال محمود الوادي، ليث عبد الله القهوي: "المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية بالوطن العربي"، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ، 2012.
- 3- بوعشة مبارك: "قضايا اقتصادية وإدارية معاصرة في مطلع القرن الحادي والعشرين، التحديات. الفرص. الآفاق"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2009.
- 4- ثامر البكري: "إستراتيجيات التسويق"، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2008 .
- 5- جهاد عبد الله عفانة، قاسم موسى أبو عيد ، "إدارة المشاريع الصغيرة"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان - الاردن- ، 2004.
- 6- رايح حوي، رقية حساني: " المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ومشكلات تمويلها"، اترك للنشر والتوزيع، الإسكندرية - مصر، 2008 .
- 7- زغدار احمد: "المنافسة ، التنافسية والبدائل الإستراتيجية"، دار جرير للنشر والتوزيع، 2011.
- 8- عبد الرحمان يسري احمد: "تنمية الصناعات الصغيرة و مشكلات تمويلها"، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع ،مصر، 1996.
- 9- عيسى حيرش: "الإدارة الاستراتيجية"، الوراق للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2010.
- 10- فايز النجار، عبد الستار محمد العلي: "الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة"، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2006.
- 11- فيلب كوتلر، حاري ارمستروذج، ترجمة سرور علي ،ابراهيم سرود: " أساسيات التسويق"، دار المريخ للنشر، 2007.
- 12- كازم نزار الركابي: " الإدارة الإستراتيجية ، العولمة والمنافسة"، دار وائل للنشر، الأردن، 2004.
- 13- ماجدة العطية: "إدارة المشروعات الصغيرة"، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان - الاردن- ، 2004.
- 14- مايكل بوتر، ترجمة : عمر سعيد الأيوبي: " الإستراتيجية التنافسية"، كلمة دار الكتاب العربي، ابوظبي، 2010.
- 15- محمد سمير أحمد: " التسويق الالكتروني"، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2009.
- 16- محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف : "التسويق الاستراتيجي"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن ، 2011،
- 17- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف: "سلوك المستهلك"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2007.
- 18- نبيل جواد: "إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، الجزائرية للكتاب، بيروت -لبنان، 2006 .

- 19- نبيل محمد مرسي: "الإدارة الإستراتيجية" - تكوين وتنفيذ إستراتيجيات التنافس" - ،دار الجامعية الجديدة للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 20- نبيل مرسي خليل: "الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية، مصر، 1998 .
- 21- نيفين حسين شمت: "التنافسية الدولية و تأثيرها على التجارة العربية و العالمية"، دار التعليم الجامعي للطباعة و النشر و التوزيع، الإسكندرية، 2010.
- 22- يوسف حجيم سلطان الطائي :هاشم فوزي دباس العبادي، "التسويق الالكتروني" ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،عمان الأردن ،2009.

ثانيا: الرسائل الجامعية

- 1- ابتسام بوشويط : " آلية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية " ، رسالة ماجستير ، كلية علوم التسيير تخصص إدارة مالية ، جامعة منتوري - قسنطينة - ، 2010.
- 2- إبراهيم عبد الحفيظي: "دراسة تنافسية الاقتصاد الجزائري في ظل العولمة الاقتصادية"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ،تخصص تحليل اقتصادي ، جامعة بن يوسف بن خدة، 2008.
- 3- أحمد بن مويزة: " التحليل التنافسي ودوره في إعداد الإستراتيجية التسويقية بالمؤسسة الاقتصادية"، رسالة ماجستير تخصص: علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006.
- 4- برني ميلود: "دور وظيفة التسويق في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية" ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة (غير منشورة)، جامعة بسكرة، 2009/2008
- 5- بلحمدي سيد علي: "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة"، شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة سعد دحلب البلدية، 2005
- 6- رحمان أسماء : "دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" ، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، جامعة محمد بوقرة ، 2009.
- 7- زايد مراد: "دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق" ، رسالة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية ، فرع التسيير ، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2005-2006.
- 8- زروخي فيروز: "استراتيجيات خفيض العمالة" ، رسالة الماجستير في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، فرع : إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 9- زويتة محمد الصالح: "أثر التغيرات الاقتصادية على ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة المتوسطة"، أطروحة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية (غير منشورة) ، جامعة الجزائر، 2007.
- 10- سامية سرحان: " أثر السياسات البيئية على القدرات التنافسية لصادرات الدول النامية"، رسالة ماجستير تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف ، 2011.

- 11- سلطاني محمد رشدي: "التسيير الإستراتيجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر واقعه، أهميته، وشروط تطبيقه"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2008.
- 12- صرامة عبد الوحيد: "تدخل الدولة في ظل الانتقال إلى اقتصاد السوق مداه وحدوده"، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006- 2007.
- 13- طالبي خالد: "دور القرض التجاري في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة الماجستير في علوم الاقتصادية، تخصص التمويل الدولي والمؤسسات النقدية والمالية (غير منشورة)، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.
- 14- عبد الرحمان بن عنتر، "نحو تحسين الإنتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الصناعية"، رسالة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر 2004.
- 15- عثمانية رؤوف: "التخطيط في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تخطيط، جامعة الجزائر، 2001.
- 16- عماري جمعي: "استراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011.
- 17- العيهار فله: "دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2005.
- 18- غدير أحمد سليمة: "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، أطروحة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2007، ص: 32 .
- 19- فيصل سايعي: "أنظمة المعلومات: استخداماتها، فوائدها وتأثيرها على تنافسية المؤسسة"، رسالة ماجستير، تخصص ادارة اعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009.
- 20- قنيدرة سمية: "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة"، مذكرة ماجستير في علوم التسيير فرع تسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري- قسنطينة-، 2010 .
- 21- قنيدرة سمية: "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة"، شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير موارد بشرية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
- 22- كريمة كندري: "دور الإمداد في تحسين تنافسية المؤسسة"، رسالة ماستر، تخصص اقتصاد النقل والإمداد، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011.
- 23- كلثوم كباي: "التنافسية وإشكالية الاندماج في الاقتصاد العالمي"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008.
- 24- لخلف عثمان: "واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004 .

- 25- ليلي لولاشي: "التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، أطروحة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر- بسكرة-، 2005.
- 26- محزم حسينة: "أثر المعايير البيئية على تنافسية المؤسسات، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية"، فرع التحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري قسنطينة، 2009- 2010.
- 27- مختار بن هنية: "إستراتيجيات وسياسات التنمية الصناعية"، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2008.
- 28- مرزوقي نوال: "معوقات حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على شهادة الإيزو 9000 و 14000"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة فرحات عباس بسطيف، 2010.
- 29- مسعود جماني: "أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة"، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، تخصص إدارة أعمال، 2008.
- 30- يوسف قريشي: "سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.

ثالثا: الملتقيات

- 1- الأخضر عزري: "فعالية الحكم الراشد (الحوكمة) في تفعيل خصوصية الشركات"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول حول "حوكمة الشركات ودورها في الإصلاح الاقتصادي"، جامعة محمد بوضياف-المسيلة-الجزائر، 15- 16 تشرين الاول- 2008.
- 2- بابا عبد القادر: "مقومات تأهيل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومعوقات تنميتها في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدول العربية، جامعة حسيبة بوعلي، الشلف-الجزائر، 17، 18، أبريل 2006.
- 3- برودي نعيمة: "التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية ومتطلبات التكيف مع المستجدات العالمية"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدول العربية، جامعة حسيبة بوعلي، الشلف-الجزائر، 17، 18، أبريل 2006.
- 4- تشام فاروق: "دور وأهمية مناخ الاستثمار في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، في الملتقى الوطني الأول حول "المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد" 22/23 أبريل 2003.
- 5- خليف عيسى، كمال منصور: "مقومات التميز في أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف-الجزائر، يومي 17 و 18 أبريل، 2006.

- 6- رحيم حسين: "وتحديات ومنتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل قواعد المنشأ في اتفاقية الشراكة الاوروجزائرية"، الملتقى الدولي حول: استراتيجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، ورقة يومي 18 و 19 أبريل 2012.
- 7- رقية حساني، رابح خوني: "افاق تمويل و ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها في الاقتصاديات المغربية، جامعة فرحات عباس -سطياف ماي 2003 ، أيام 25، 28 ماي 2003.
- 8- رميدي عبد الوهاب، سماي علي: " الآثار المتوقعة على الاقتصاد الوطني من خلال إقامة منطقة التبادل الحر الاوروجزائرية "، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي حول آثار وانعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري وعلى منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يومي 13-14 نوفمبر 2006.
- 9- زغيب شهزاد، عيساوي: المؤسسات المتوسطة والصغيرة في الجزائر-واقع وآفاق- الملتقى الوطني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، الاغواط، الجزائر، 8-9 افريل، 2002 .
- 10- زواوي الحبيب: "سعر الصرف ومؤشرات قياس التنافسية"، ضمن الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 9 و 10 نوفمبر 2010.
- 11- شبايكي سعدان: "معوقات تنمية و ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و دورها في التنمية جامعة عمار ثليجي بالأغواط يومي 8 - 9 أبريل 2002.
- 12- عبد الرزاق حميدي، عبد القادر عوينان: "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من أزمة البطالة - مع الإشارة لبعض التجارب العالمية" ضمن الملتقى الدولي "إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة" جامعة محمد بوضياف بالمسيلة يومي 15 - 16 نوفمبر 2011.
- 13- عبد المجيد أونيس: "الاستثمار الأجنبي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة -وواقع و آفاق -"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الوطني حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربي، جامعة التكوين المتواصل- الجزائر، يومي 17/18 افريل 2006.
- 14- عرابة الحاج، تمجدين نور الدين: "وظيفة البحث والتطوير كأساس لتحقيق ميزة تنافسية جديدة في المؤسسات الاقتصادية" في الملتقى الدولي: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف يومي 27-28 نوفمبر 2007 .
- 15- قدي عبد المجيد، دادن عبد الوهاب: "محاولة تقييم برامج و سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الوطني حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات، والمؤسسات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 08/09 أبريل 2002.
- 16- قويدر لويزة، كشيده حبيبة: " دور الميزة التنافسية في بيئة الأعمال و مصادرها"، في الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، يومي 27-28 نوفمبر 2007، جامعة الشلف.

- 17- كتوش عاشور: " تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدول العربية، جامعة حسيبة بوعلي، الشلف -الجزائر، 18، 17 أبريل، 2006 .
- 18- يوسف مسعداوي: "إشكالية القدرات التنافسية في ظل تحديات العولمة"، مقدم إلى الملتقى العلمي الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، الشلف، أيام 27 و 28 نوفمبر 2007 .

رابعاً: المجالات والدوريات

- 1- زوزي محمد: "إستراتيجية الصناعات المصنعة والصناعة الجزائرية"، مجلة الباحث - 08 / 2010 .
- 2- القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية. العدد الرابع والعشرون ، ديسمبر/كانون الأول، 2003.
- 3 - المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، التقرير الصناعي العربي، 2009-2010.
- 4 - حسن بشير، محمد نور: ورقة بعنوان: "سياسات التنافسية وأثرها على مناخ الاستثمار"، مقدمة إلى وزارة الاستثمار، لجنة الاستثمار الأفريقي، بالتعاون مع مركز دراسات الشرق الأوسط وأفريقيا، ورشة الاستثمار الأفريقي في السودان.
- 5 - سليمة غدير أحمد: "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 09/2011، جامعة ورقلة، الجزائر.
- 6- عبود زرقون: "الاستراتيجية الملائمة للتنمية الصناعية في الجزائر"، معهد العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، بحوث اقتصادية عربية، العدد 2009، 45، جامعة أم البواقي - الجزائر.
- 7 - قوريش نصيرة: "أبعاد وتوجهات إستراتيجية إنعاش الصناعة في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 5.
- 8 - تقرير هيئة الأمم المتحدة الخاص ب"دور المحاسبة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، واشنطن، 2004 .
- سليمة غدير أحمد: "تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، جامعة ورقلة، الجزائر، مجلة الباحث، العدد 09/2011.
- 10 - سياسات التنافسية ، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية ،العدد 115 نيليو تموز 2012.
- 11- منى مسغوني: "نحو أداء تنافسي متميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر" جامعة، قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، مجلة الباحث - عدد 10/ 2012.
- 12- بوسهمين أحمد: "الدور التنموي للاستثمار في المؤسسة المصغرة في الجزائر"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية (المجلد 2 ، العدد الأول) 2010 .

خامساً: الجرائد الرسمية والنشريات

- 1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001.
- 2- الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 47 ، الصادر بتاريخ 20 جويلية 1994 .

- 3- تقرير هيئة الأمم المتحدة الخاص بـ"دور المحاسبة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، واشنطن، 2004.
- 4- نشرية المعلومات الإحصائية رقم 16، الجزائر، 2009 .
- 5- نشرية المعلومات الإحصائية، رقم 21، للسداسي الاول من 2012.
- 6- نشرية المعلومات الإحصائية، رقم 18، سنة 2010.

سادسا: المواقع الالكترونية

1. <http://dimatop.yoo7.com>
2. <http://www2.3oloum.org/t273-topic>
3. <http://www.djelfa.info/vb/showthread>
4. [/http://samehar.wordpress.com/](http://samehar.wordpress.com/)

الملخص

لقد أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أداة فعالة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول، وذلك بالنظر لمزاياها وخصائصها، كتوفيرها لمناصب الشغل والمساهمة الفعالة في تحسين مستوى المؤشرات الاقتصادية الكلية مثل الناتج الوطني الخام والقيمة المضافة، ومستوى الصادرات...، إلا أن ما يواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر اليوم هو ما تفرضه تحديات الانفتاح والعولمة خاصة بالنسبة للمؤسسات الصناعية منها نظرا للمنافسة التي خلقها الاقتصاد المعولم المتميز بتحرير التجارة في السلع الصناعية وحرية التدفقات الرأسمالية وهي تحديات تستلزم من تلك المؤسسات الرفع من قدراتها التنافسية إذا أرادت البقاء والنمو في مثل هذا المحيط الجديد وهو الأمر الذي لا تتوفر عليه المؤسسات الجزائرية مما يفرض عليها رفع التحدي والرفع من قدراتها التنافسية.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التنافسية، الصناعة التحويلية، التأهيل.

Résumé :

Les petites et moyennes entreprises sont devenues un outil efficace pour réaliser le développement économique et social pour les pays compte tenu de leurs avantages et caractéristiques, telles que la création des emplois et leur contribution efficace dans l'amélioration du niveau des indicateurs macro-économiques comme le produit intérieur brut, la valeur ajoutée, le niveau des exportations ...

Cependant, les petites et moyennes entreprises algériennes font face d'aujourd'hui aux défis de l'ouverture et de la mondialisation, en particulier pour les entreprises industrielles, en raison de la concurrence créée par l'économie mondialisée caractérisée par la libéralisation des échanges des biens industriels et de la liberté des flux de capitaux. Ces défis exigent de ces entreprises d'accroître leur compétitivité si elles veulent survivre et se développer dans un tel nouvel environnement, ce qui n'est pas disponible pour les entreprises algériennes, ce qui leur impose de lever le défi et d'accroître leur compétitivité.

Mots clés : Petites et moyennes entreprises, compétitivité, industries manufacturière, Réhabilitation,