



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الذكاء الاقتصادي كمدخل إستراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية

إشراف الأستاذ الدكتور

أ.د. شريف غياط

إعداد الطالبة

سهام بوفلفل

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة	الجامعة الأصلية
زبير عياش	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة أم البواقي
شريف غياط	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة قلمة
جبار بوكثير	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة أم البواقي
محمد بوقموم	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة قلمة
أبوبكر بوسالم	أستاذ محاضر أ	عضوا	المركز الجامعي ميله
محمد كريم قروف	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة أم البواقي

السنة الجامعية: 2017/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ * خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ * إِقْرَأْ وَرَبُّكَ
الْأَكْرَمُ * الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ * عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ * "

صدق الله العلي العظيم

"سورة العلق (آية رقم 1-5)"

الملخص

الملخص

تهدف هذه الدراسة في جانبها النظري إلى التعرف على الدور الذي يلعبه الذكاء الإقتصادي كمدخل إستراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وذلك نظرا للأهمية الكبيرة التي تحتلها هذه المؤسسات، خاصة في التنمية الإقتصادية والإجتماعية، والذي يحتم عليها أن تحافظ على بقائها وإستمراريتها، ولعل في الذكاء الإقتصادي السبيل الأنجح في ذلك.

أما الجانب التطبيقي فتمحور حول معرفة دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالة، وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج أقرت بعدم وجود علاقة إرتباط قوية، وعدم وجود علاقة تأثيرية ومتعددة بين أبعاد الذكاء الإقتصادي (اليقظة الإستراتيجية، أنشطة الحماية، أنشطة الضغط وأنشطة التأثير)، وبين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالة.

كما وأسفرت الدراسة الإحصائية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قالة تعزى لمتغير الجنس، السن، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي والخبرة، لتختتم الدراسة ببعض التوصيات والإقتراحات ذات الصلة بالموضوع.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الذكاء الإقتصادي، التنافسية.

Résumé : Selon la partie théorique de cette étude, cette dernière se veut connaître le rôle considérable de l'intelligence économique comme entrée stratégique Afin de renforcer la concurrence des petites et moyennes entreprises en Algérie, et conformément à la grande utilité jouée par ces entreprises notamment en matière de développement économique et sociale qui nécessite de préserver son existence et sa continuité, Ou la meilleure voix c'est l'intelligence économique.

Par contre l'aspect pratique, ce dernier s'entoure vers la connaissance du rôle primordial de l'intelligence économique dans le renforcement et la compétitivité des petites et moyennes entreprises activant au niveau de la wilaya de Guelma, Cette étude statistique a révélé qui il n y a aucune relation d'attachement et aucun impact entre les dimensions de l'intelligence économique (la vielle stratégique, les activités de tension et de l'influence) et entre la compétitivité des petites et moyennes entreprises activant à Guelma

En effet l'étude statistiques a montré aussi qu'il n y a des distinctions entre les réponses des chercheurs autour le rôle de l'intelligence économique et la compétitivité des petites et moyennes entreprises En évolution de sexe, l'âge, la fonction, le diplôme et l'expérience, En concluant l'étude par des recommandations et des suppositions concernant ce thème.

Les mots clés : petites et moyennes entreprises, intelligence économique, compétitivité.

Abstract: This study aims to identify the role played by economic intelligence as a strategic entry point to enhance the competitiveness of small and medium enterprises in Algeria, This is because the great importance that these institutions occupy, especially in the economic and social development, which must preserve their survival and continuity, Economic intelligence is the most successful way.

The study focused on the role of economic intelligence in enhancing the competitiveness of small and medium-sized enterprises active in the state of Guelma, The study concluded that there was no strong correlation between the two dimensions of economic intelligence (strategic vigilance, protection activities) And the competitiveness of small and medium enterprises active in the state of Guelma, The statistical study also revealed that there were no statistically significant differences between the responses of respondents on the role of economic intelligence in enhancing the competitiveness of SMEs in the country Gender, age, job title, qualifications and experience. The study concluded with some relevant recommendations and suggestions.

Keywords: SMEs, Economic Intelligence, Competitiveness.

الإهداء

إليك بلد المليون ونصف المليون شهيداً، أحمد الله أنك وطني...

إليكم... نور عيني، أمي وأبي الغاليين، كم حباي الله بكم...

إلى زوجي العزيز

أبنائي قرة عيني دارين ويحيي

إليكم إخوتي الأعزاء على قلبي

أصدقائي... أحباي... و!!!

إلى كل من عبروا في حياتي وتركوا أثراً...

إلى كل أولئك الذين مسحوا دمعاً، أو أضاءوا شمعاً، أو أحدثوا جرحاً...

إليكم جميعاً... يا من كنت نتاجهم

أهدي

هذا النتاج المتواضع عربون شكر وامتنان

تشكرات

«ربي أودعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في

عبادك الصالحين».

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد المبعوث رحمة للعالمين وعلى آله وصحبه أجمعين، الحمد لله رب العالمين، حمد المعترفين بفضله والشاكرين لنعمه، والذي بهدايته وتوفيقه سبحانه وتعالى منحني العون والتوفيق لإتمام هذا البحث بهذه الصورة، فلك الحمد والشكر في الأولى والآخرة.

وفي هذا المقام لا يسع الطالبة إلا أن تتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان والعرفان للأستاذ الدكتور شريف غياط لتفضله بالإشراف على هذه الأطروحة، والذي لم يخجل عليّ بعلمه الثري وإرشاداته وتوجيهاته السديدة ورعايته الحثيثة ووقته الثمين، فجزاه الله عني خير الجزاء.

كما لا يفوتني أن أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور زبير عياش، والدكتور محمد بوقموم، والدكتور جبار بوكثير، الدكتور محمد كريم قروف والدكتور أبو بكر سالم، لتفضلهم قبول المشاركة في مناقشة الأطروحة.

وأخيراً وليس آخراً ورغم ما بذلته من جهد في هذا البحث، إلا أنني لا أدعي أنه خلا من أي عيب فالكمال لله وحده، وفوق كل ذي علم عليم، وأسأل الله التوفيق والهداية كما أرجوه سبحانه وتعالى خير الجزاء، والحمد لله على ما أنعم به علينا، والحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، وسلام على المرسلين والحمد لله رب العالمين.

قائمة المحتويات

	الملخص	
	الإهداء	
	كلمة شكر	
	الفهرسة	
	قائمة الجداول	
	قائمة الأشكال	
أ- ز	المقدمة العامة	
2-66	الفصل الأول: السياق النظري للذكاء الاقتصادي	
2	تمهيد	
2	مدخل إلى اليقظة الاستراتيجية	1.1
2	تعريف اليقظة الإستراتيجية	1.1.1
4	مميزات اليقظة الإستراتيجية	2.1.1
6	مكونات اليقظة الإستراتيجية	3.1.1
11	دور اليقظة في تنمية الميزة التنافسية	4.1.1
14	الخصائص العامة للذكاء الاقتصادي	2.1
14	نشأة فكرة الذكاء الاقتصادي	1.2.1
20	مفهوم الذكاء الاقتصادي	2.2.1
23	العوامل المساعدة على بلورة مفهوم الذكاء الاقتصادي	3.2.1
25	متطلبات ممارسة الذكاء الاقتصادي ومستوياته	4.2.1
26	سيرورة الذكاء الاقتصادي	3.1
26	العلاقة بين الذكاء الاقتصادي وبعض المصطلحات الشبيهة	1.3.1
37	أبعاد الذكاء الاقتصادي	2.3.1
38	الذكاء الاقتصادي في بيئة جيو إقتصادية	3.3.1
40	التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاقتصادي	4.3.1
41	الذكاء الاقتصادي مداخله، مراحل، وظائفه	4.1
41	مختلف مداخل الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة	1.4.1
44	مراحل استخدام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة	2.4.1
50	وظائف الذكاء الاقتصادي	3.4.1
55	نظم المعلومات وعلاقتها بالذكاء الاقتصادي	5.1
56	المعلومة الإستراتيجية وعملية الذكاء الاقتصادي	1.5.1
59	نظم المعلومات لدعم إتخاذ القرار من خلال الذكاء الاقتصادي	2.5.1

65	خلاصة الفصل	
126-68	الفصل الثاني: أساسيات عامة حول التنافسية	
68	تمهيد	
68	الأسس النظرية لمفهوم المنافسة	1.2
69	مفهوم المنافسة	1.1.2
70	هيكل المنافسة	2.1.2
71	أسباب المنافسة	3.1.2
72	ماهية المنافسة	2.2
73	النشأة التاريخية للتنافسية	1.2.2
74	مفهوم التنافسية	2.2.2
82	أنواع التنافسية	3.2.2
84	أسباب الإهتمام بالتنافسية	4.2.2
85	إستراتيجيات تحسين التنافسية	5.2.2
86	مفاهيم ذات علاقة بالتنافسية	6.2.2
87	مؤشرات التنافسية	3.2
87	مؤشرات تنافسية المؤسسة	1.3.2
90	مؤشرات تنافسية القطاع	2.3.2
92	مؤشرات تنافسية الدولة	3.3.2
95	محددات التنافسية	4.2
95	نموذج الماسة الصناعية لبورتر	1.4.2
99	تقييم لمنهج بورتر	2.4.2
100	خريطة العنقود الصناعي	3.4.2
102	القوى الخمس لبورتر	4.4.2
105	نماذج أخرى	5.4.2
108	الإبداع والإبتكار ركائز التنافسية	6.4.2
114	تحليل تنافسية الإقتصاد الجزائري	5.2
115	تقرير التنافسية العالمي	1.5.2
118	تشخيص أداء الإقتصاد الجزائري وفق بعض المؤشرات الدولية المختارة	2.5.2
120	أداء الإقتصاد الجزائري وفق تقرير التنافسية العالمي	3.5.2
125	متطلبات تحقيق تنافسية الإقتصاد الجزائري	4.5.2
126	خلاصة الفصل	
189-129	الفصل الثالث: التأصيل النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	

129	تمهيد	
129	إشكالية تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	1.3
130	الخلفية الفكرية الإقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	1.1.3
131	أهمية تجديد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2.1.3
132	معوقات تجديد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	3.1.3
133	إتجاهات تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	4.1.3
140	ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2.3
140	تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	1.2.3
152	خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2.2.3
158	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الأنواع والأهمية	3.3
158	أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	1.3.3
162	أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2.3.3
168	مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاديات الغربية	3.3.3
170	مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاديات العربية	4.3.3
171	التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	4.3
171	معوقات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	1.4.3
177	أسباب فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2.4.3
179	عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	3.4.3
183	دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	5.3
184	صفات المؤسسات التي تطبق الذكاء الإقتصادي	1.5.3
185	أهمية الذكاء الإقتصادي في حياة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2.5.3
187	مجالات إستخدام الذكاء الإقتصادي في المؤسسة	3.5.3
189	خلاصة الفصل	
192-251	الفصل الرابع: واقع الذكاء الإقتصادي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	
192	تمهيد	
192	مدلول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	1.4
193	تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المشرع الجزائري	1.1.4
194	مراحل تطور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	2.1.4
203	المنظومة المؤسسية لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	2.4
203	وزارة الصناعة والمناجم	1.2.4
210	بورصة المناولة والشراكة	2.2.4
210	الهيئات المتخصصة في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	3.2.4

217	مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	3.4
217	أهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	1.3.4
224	معوقات تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية	2.3.4
228	واقع منظومة البحث والتطوير في الجزائر	4.4
228	نشأة البحث والتطوير في الجزائر	1.4.4
234	النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية	2.4.4
236	تشخيص الذكاء الإقتصادي في الجزائر	5.4
236	نظرة تاريخية عن الذكاء الإقتصادي في الجزائر	1.5.4
238	واقع الذكاء الإقتصادي في الجزائر	2.5.4
245	تحليل SWOT لواقع الذكاء الإقتصادي في الجزائر	3.5.4
248	مؤسسات الدولة الجزائرية	4.5.4
249	الإجراءات اللازمة لتثمين الذكاء الإقتصادي في الجزائر	5.5.4
251	خلاصة الفصل	
312-253	الفصل الخامس: الدراسة الإحصائية على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قلمة	
253	تمهيد	
253	واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قلمة	1.5
254	تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قلمة	1.1.5
255	أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاد المحلي لولاية قلمة	2.1.5
260	المنهج العلمي المعتمد وإجراءات الدراسة الميدانية	2.5
260	المنهج العلمي المعتمد	1.2.5
261	طرق جمع البيانات	2.2.5
261	مجتمع وعينة الدراسة	3.2.5
262	أساليب المعالجة الإحصائية للإستبيان	4.2.5
263	بناء الإستبيان	5.2.5
265	قياس صدق وثبات أداة الدراسة	3.5
265	ثبات الدراسة	1.3.5
266	صدق الإستبيان	2.3.5
269	تحليل أجوبة الإستبيان	4.5
269	تحليل خصائص عينة الدراسة	1.4.5
274	الإحصائيات الوصفية للمحور الأول	2.4.5
278	الإحصائيات الوصفية للمحور الثاني	3.4.5
280	إختبار فرضيات الدراسة الميدانية	5.5

280	إختبار الفرضية الرئيسية الأولى	.1.5.5
281	إختبار الفرضية الرئيسية الثانية	.2.5.5
285	إختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	.3.5.5
300	إختبار الفرضية الرئيسية الرابعة	.4.5.5
308	حوصلة لنتائج الدراسة الإحصائية	.5.5.5
311	خلاصة الفصل	
319-314	الخاتمة العامة	
337-321	قائمة المراجع	
341-339	الملاحق	

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
19	تطور نشأة مفهوم الذكاء الاقتصادي	1-1
37	الإلتماءات الرئيسية للذكاء الاقتصادي	2-1
39	مقارنة بين تقرير تنافسي وتقرير جيواقتصادي	3-1
40	مقارنة بين الذكاء الاقتصادي في المؤسسة وفي الدولة	4-1
55	العناصر الأساسية لعملية الذكاء الاقتصادي	5-1
58	مراحل نظم المعلومات	6-1
118	مؤشرات التوازن الداخلي والخارجي للإقتصاد الجزائري للفترة (2010-2017)	1-2
121	ترتيب الجزائر عربيا ودوليا حسب تقرير التنافسية العالمية	2-2
142	تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كندا	1-3
143	التعريف البريطاني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2-3
144	تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	3-3
145	تعريف الصين للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	4-3
146	التعريف الجديد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصين	5-3
146	تعريف لبنان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	6-3
147	تعريف الهند للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	7-3
147	تعريف وزارة الصناعة المصرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	8-3
150	التعريف الخاص بدول منطقة آسيا والمحيط الهادي	9-3
157	السمات النوعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة	10-3
179	أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	11-3
193	تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	1-4
195	الإعتمادات المالية المرخصة في إطار تنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 67-79	2-4
196	التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية 74-1979	3-4
197	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للفترة (1982-1988)	4-4
200	تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للفترة (1991-2001)	5-4
202	تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة (2001-2016)	6-4
203	تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2016	7-4
212	مشاريع الاستثمار المصريح بها حسب قطاع النشاط	8-4
214	المشاريع الممولة حسب قطاعات النشاط	9-4
216	المشاريع الممولة حسب الفئة وحسب قطاعات النشاط لسنة 2016	10-4
218	تطور عدد العمالة المصريح بها حسب نوع المؤسسات لسنة 2016	11-4
219	مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل خلال الفترة 2004-2016	12-4

221	مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات خلال الفترة (2000-2011)	13-4
222	تطور القيمة المضافة حسب الشكل القانوني للفترة (2010-2016)-	14-4
223	مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية للفترة (2005-2016)	15-4
225	رقم الائتمان المحلي المقدم في القطاع الخاص في الجزائر	16-4
249	وظائف الذكاء الاقتصادي والأعمال ذات الصلة	17-4
254	تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة لولاية قلمة للفترة 2005-2016	1-5
255	تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الملكية	2-5
256	عدد مناصب الشغل التي توفرها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	3-5
257	توزيع عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص ومناصب الشغل حسب طبيعة المؤسسة لسنة 2016	4-5
258	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط	5-5
259	تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب النشاط	6-5
264	محاور الإستبيان ونسبة فقرات كل محور	7-5
264	درجات مقياس ليكرت الخماسي	8-5
265	المتوسط المرجح	9-5
266	معامل ألفا كرونباخ لقياس قبات أداة الدراسة	10-5
267	معامل الارتباط لفقرات المحور الأول	11-5
268	معامل الارتباط لفقرات المحور الثاني	12-5
269	جنس فئة الاستقصاء	13-5
270	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	14-5
270	توزيع أفراد العينة وفقا للمسمى الوظيفي	15-5
271	توزيع أفراد العينة وفقا للمؤهل العلمي	16-5
271	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة	17-5
272	توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة	18-5
272	توزيع أفراد العينة وفقا لطبيعة الملكية	19-5
272	توزيع أفراد العينة حسب نوع النشاط	20-5
273	توزيع أفراد العينة وفقا لطريقة التمويل	21-5
274	توزيع أفراد العينة وفقا لسوق المؤسسة	22-5
275	الإحصائيات الوصفية للمحور الأول	23-5
278	الإحصائيات الوصفية للمحور الثاني	24-5
281	نتائج اختبار T لإختبار الفرضية الرئيسية الأولى	25-5

282	نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة	26-5
283	نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة	27-5
283	نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين أنشطة الحماية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة	28-5
284	نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين التأثير وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة	29-5
284	نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين أنشطة الضغط وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة	30-5
286	تحليل التباين للأحدار الخطي البسيط لتأثير الذكاء الإقتصادي على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة.	31-5
287	تحليل Anova.	32-5
287	المعاملات	33-5
289	تحليل التباين للأحدار الخطي البسيط لتأثير اليقظة الإستراتيجية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة.	34-5
289	تحليل Anova	35-5
290	المعاملات	36-5
291	تحليل التباين للأحدار الخطي البسيط لتأثير اليقظة الإستراتيجية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة.	37-5
292	تحليل Anova	38-5
293	المعاملات	39-5
294	تحليل التباين للأحدار الخطي البسيط لتأثير اليقظة الإستراتيجية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة	40-5
295	تحليل Anova.	41-5
296	المعاملات	42-5
297	تحليل التباين للأحدار الخطي البسيط لتأثير أنشطة الضغط على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة.	43-5
298	تحليل Anova	44-5
299	المعاملات	45-5
301	إختبار العينات المستقل	46-5
302	إختبار Anova	47-5
303	الفروقات في المحور الثاني	48-5

303	إختبار Anova	49-5
304	الفروقات في المحور الثاني	50-5
305	إختبار Anova	51-5
306	إختبار العينات المستقلة	52-5
307	ملخص إختبار فرضيات الدراسة	53-5

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
4	دورة اليقظة الاستراتيجية	1-1
7	عمليات اليقظة التكنولوجية	2-1
8	اليقظة التنافسية	3-1
9	اليقظة التجارية	4-1
11	مكونات اليقظة الاستراتيجية	5-1
12	علاقة أنواع اليقظة الاستراتيجية مع قوى التنافس الخمس لبورتر	6-1
14	أنواع المعلومات الخاصة باليقظة الاستراتيجية	7-1
28	مكونات الذكاء الاقتصادي	8-1
29	مراحل اليقظة الاستراتيجية	9-1
30	تنسيق المفاهيم المتعلقة بالذكاء الاقتصادي	10-1
34	أدوات ذكاء الأعمال	11-1
43	نظام الذكاء الاقتصادي تحت سلطة الإدارة العامة	12-1
43	نظام الذكاء الاقتصادي يعتمد على وحدة تنفيذية	13-1
44	وظيفة الذكاء الاقتصادي الموزعة	14-1
46	مصادر المعلومات	15-1
49	سيرورة عملية الذكاء الاقتصادي	16-1
60	تقديم نموذجي للمؤسسة	17-1
62	الأبعاد الثلاثة لنظم المعلومات	18-1
63	الانتقال من هيكل وظيفي هرمي إلى بنية تحتية عالمية للمعلومات	19-1
65	نظم معلومات توجه الذكاء الاقتصادي	20-1
78	هرم تنافسية المؤسسة	1-2
99	نموذج الماسة الصناعية لمايكل بورتر	2-2
102	قوى بورتر الخمس التنافسية	3-2
107	نموذج أوستن لتحليل شدة المنافس للصناعة في الدول النامية.	4-2
159	انواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	1-3
185	أهمية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2-3
262	نموذج مبسط للدراسة	1-5
288	منحنى الإنحدار الخطي البسيط	2-5
291	منحنى الأنحدار الخطي البسيط	3-5
294	منحنى الأنحدار الخطي البسيط	4-5
297	منحنى الأنحدار الخطي البسيط	5-5
300	منحنى الأنحدار الخطي البسيط	5-5

المقدمة العامة

1. تمهيد

في ظل بيئة عالمية يتواجد بها مجموعة كبيرة من المتغيرات البيئية المتسارعة والمعقدة، والتي تسيطر عليها مؤسسات اقتصادية عملاقة، ومع سرعة التدفقات اللوجيستية والمنافسة المحترمة الموجودة، أصبح العالم يشهد اهتماما بالغا بالتنافسية، فهي لغة العصر وموضوع الساعة، كما أنها العامل الدافع الذي يضبط خطوات الجميع ويحفزهم للعمل، لمزيد من الإبداع والإبتكار والتميز على منافسيهم، للوصول إلى تحقيق مستويات عالية من العائد والربحية، فالدول تتنافس فيما بينها في اكتساب أسواق لمنتجاتها السلعية والخدمية في العالم، كما أن المؤسسات اليوم تتنافس في البلد الواحد أيضا وتواجه العديد من التحديات، والتي من الممكن أن تؤثر على سلوكياتها، لذا وجب الاهتمام بالتنافسية من أجل التغلب على هذه التحديات، والارتقاء إلى مستوى أفضل على المستوى العالمي سواء بالنسبة للدول أو المؤسسات.

وكتيجة للثورة الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أضحت المعلومات موردا مهما ورئيسيا من موارد المؤسسة، ذلك أنها تشكل العامل الحاسم لكي تصل أي مؤسسة إلى تحقيق رسالتها وأهدافها، على إعتبار أن المعلومة اليوم أصبحت رمزا للتفوق والتميز بين المؤسسات، فدورة حياة المنتجات تقلصت، وإنخفضت التكاليف بفعل التقنيات الحديثة وازدادت المنافسة، كل ذلك مهد إلى ظهور مفاهيم جديدة لأجل إحداث التنمية الإقتصادية، حيث سارعت الدول الكبرى إلى التسابق نحو بناء أنظمة معلومات فعالة، والتي يعد الذكاء الإقتصادي من أهم وسائلها، وعلى هذا الأساس أضحت هذا الأخير البديل المفضل للمؤسسة، لأنه يساعد على امتلاك المعلومات السديدة والدقيقة والأكيدة والكاملة، كما يجب أن تكون قابلة للاستغلال، لأنها الرهان المفروض على أية مؤسسة للوصول إلى أهدافها الاستراتيجية المخطط لها مسبقا، ويعد خطوة هامة تمكنها من التكيف مع الأحداث الخارجية.

وبناء على هذه التحولات المتجددة في العلاقات الاقتصادية الدولية والإقليمية، وتداعياتها على الأوضاع الاقتصادية المحلية، أضحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تستأثر باهتمام معظم حكومات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، فهذه المؤسسات تمثل قطاعا هاما يتمحور حوله وتتكامل معه باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما أن هذه المؤسسات تعمل على تقوية وتنمية تنافسية الاقتصاديات الحديثة، فهي النواة الأساسية لبناء النهضة الاقتصادية لأي بلد، ومدخل من مداخل التنافسية الحديثة.

فقد أصبحت اليوم أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أمرا لا جدال فيه، فهي تؤدي دورا هاما ومحورا في إستراتيجيات التنمية الاقتصادية من خلال دعم برامج التنمية المستدامة طويلة الأجل، فالمؤسسات الصغيرة

والمتوسطة تمثل إيجابها عالميا، إنطلاقا من كونها تساهم بفعالية كبيرة في زيادة معدلات النمو الاقتصادي، والحد من الإحتكار، وتشجيع المنافسة من خلال توفير السلع والخدمات، التي يحتاجها المستهلك المحلي والإسهام في عملية التصدير، ومساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي ورفع الكفاءة الإنتاجية، وتنويع الهيكل الصناعي، وتقديم الخدمات التدعيمية للمؤسسات الكبيرة، وتكوين الكوادر الإدارية والفنية المتنوعة، دون نسيان الدور الرئيسي لهذه المؤسسات في معالجة مشكلة الفقر والبطالة بترسيخ مفهوم التوظيف الذاتي، لا سيما في ظل الإحتياج الدائم لتوليد فرص العمل المنتجة، والذي يتحقق بإنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة قائمة على مفهوم الريادة، ومن ثم المساهمة بفعالية في تنمية الأقاليم الريفية والمناطق الشعبية ذات الكثافة السكانية المرتفعة، لما تتميز به هذه المؤسسات من قدرة على إقامة أنشطة إنتاجية لا مركزية واسعة الإنتشار والتوطن.

ولأن المنافسة الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة تشهد تزايدا مظهرًا على المستوى العالمي، فقد أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكثر حساسية بسبب إدراك الحاجة للاستثمار وضرورتها، من أجل تلبية متطلبات السوق في ظل انكماش الميزانيات، فضلا عن مواجهة تلك المؤسسات لبيئة تنافسية شديدة، حيث يكون فيها خلق والمحافظة على الميزة التنافسية أمرا في غاية الصعوبة.

فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لم تعد تنتظر ما سيحدث في محيطها التنافسي لكي تستجيب، وإنما أصبح محتوما عليها أن تتميز بالسبق أي الرد قبل منافسيها، كل هذه التحديات ساهمت بشكل كبير في ظهور مفهوم جديد، يركز أساسا على سبل تحصيل المعلومة والتحكم فيها قصد استغلالها بصورة مثمرة، يضمن لهذه المؤسسات أن تحافظ على بقائها واستمراريتها، حيث أن الذكاء الاقتصادي هو من أنسب الأساليب التي تسمح للمؤسسة باستغلال الفرص، وتجنب التهديدات التي تعترضها، حيث أن الفروقات التي نجدها بين المؤسسات في الوقت الحاضر، هي نتاج قدرة هذه المؤسسات على إدماج الأحداث الخارجية وكيفية التصدي لها، فالمؤسسات يجب أن تكون يقظة دائما، لكي تستطيع البقاء والإستمرارية في السوق، فالذكاء من الركائز الهامة الذي يساهم في إعادة تأهيل تلك المؤسسات، والذي لا يتأت إلا بتغيير جذري للذهنيات والسلوكيات.

وفي الجزائر، تعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحد الركائز الأساسية التي تهتم بها الدولة ومختلف أجهزتها الإدارية والتنظيمية، إن من أهم الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية الهادفة إلى النهوض بالاقتصاد خارج قطاع المحروقات، تأتي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك لقدرة الكبيرة على تنويع الإقتصاد، والمساهمة في العديد من المؤشرات الكلية للاقتصاد.

2. مشكلة البحث

من هذا المنطلق، وبناء على الأهمية التي يكتسبها الذكاء الاقتصادي والدور الذي يلعبه، لذلك فإن الجزائر لن تكون بمنأى عما يحدث من تغيرات وتحولات اقتصادية، خاصة وأن غالبية النسيج الإقتصادي في الجزائر يتمثل في مؤسسات صغيرة ومتوسطة، وتأسيسا على كل ما سبق، فإن مشكلة الدراسة تتمحور وبشكل رئيسي حول دراسة وتحليل دور وأهمية الذكاء الاقتصادي كمدخل استراتيجي بغية تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في ظل جل التغيرات التي شهدتها الاقتصاد العالمي في الفترة الراهنة ولا سيما الاقتصاد الجزائري، ومدى وعي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتلك الأهمية، ومن هنا يبرز التساؤل الرئيسي التالي:

هل يستخدم الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة على مستوى ولاية قلمة؟

ويتفرع من سؤال البحث الرئيسي جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مدلول الذكاء الاقتصادي؟ ومتى بدأت فكرة تطبيقه؟
- ما هي وظائف الذكاء الاقتصادي؟
- ما هو الدور الذي تقوم به المؤسسات الصغيرة لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟
- هل يعتبر الذكاء الاقتصادي حكرا على المؤسسات الكبيرة؟ أو بتعبير آخر ما علاقة الذكاء الاقتصادي بنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟ وما علاقته بالتنافسية؟
- ماهي أهمية وجود نظام معلومات في نجاح الذكاء الاقتصادي في المؤسسة؟
- ما هي محددات استخدام الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
- ما المكانة التي يحتلها قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليوم في ظل التغيرات الراهنة في الجزائر؟
- ما هو تشخيص واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر.
- هل تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة مفهوم الذكاء الاقتصادي؟
- هل توجد علاقة إرتباط بين أبعاد الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة على مستوى ولاية قلمة؟
- هل يوجد تأثير للذكاء الاقتصادي على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة؟
- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة على مستوى ولاية قلمة؟

3. فروض البحث

على ضوء ما تم طرحه من تساؤل رئيسي وتساؤلات فرعية حول موضوع البحث، وأملا في تحقيق جملة الأهداف الأساسية التي بني عليها، تنبثق فرضية الدراسة من خلال خلفيات الدراسة، حيث يمكن تحديد مجموعة من الفروض والتي يسعى الباحث لإختبارها وهي على النحو التالي:

أولا: الفرض الرئيسي الأول: لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة منهنج الذكاء الإقتصادي، وينبثق من هذه الفرض الرئيسي الأول جملة من الفروض الفرعية الآتية:

- لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد اليقظة الإستراتيجية.
- لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد أنشطة الحماية.
- لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد التأثير.
- لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد أنشطة الضغط.

ثانيا: الفرض الرئيسي الثاني (فروض الارتباط): لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وينبثق من هذه الفرض الرئيسي الثاني جملة من الفروض الفرعية الآتية:

- لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.
- لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الحماية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.
- لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين التأثير وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.
- لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الضغط وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

ثالثا: الفرض الرئيسي الثالث (فروض التأثير): لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية للذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وينبثق من هذه الفرض الرئيسي الثالث جملة من الفروض الفرعية الآتية:

- ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

- ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لأنشطة الحماية في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.
- ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية للتأثير في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.
- ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لأنشطة الضغط في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

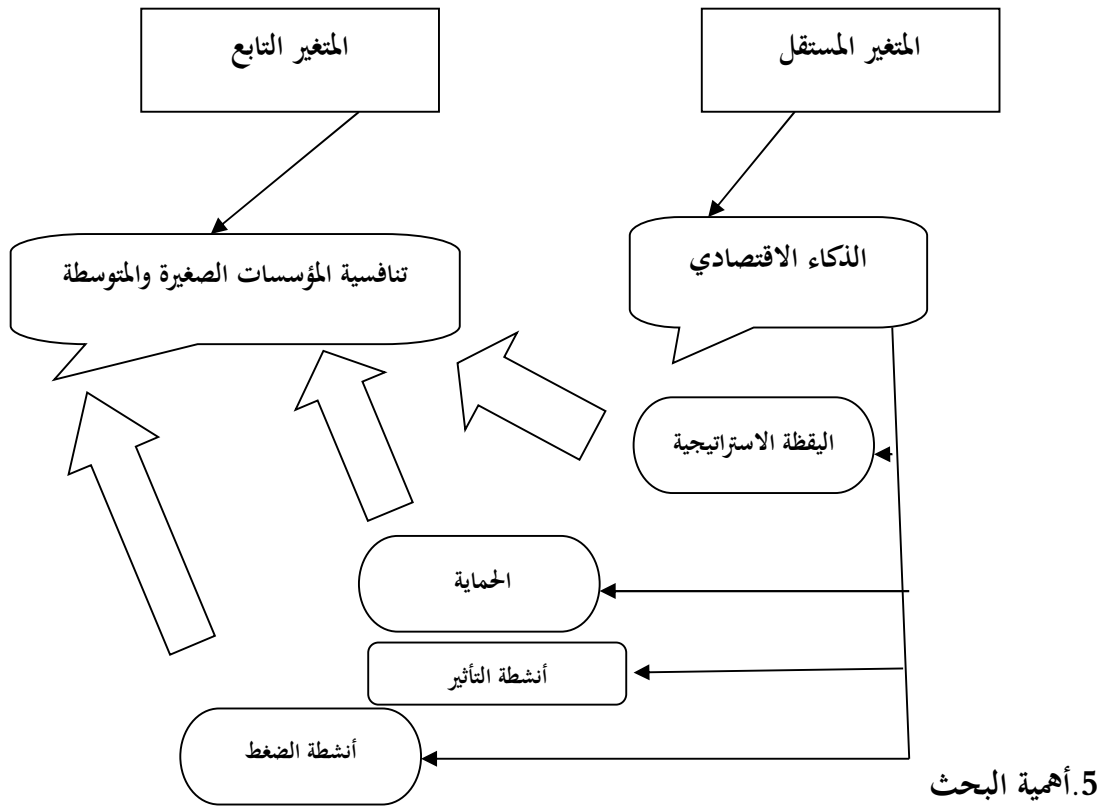
رابعا: **الفرض الرئيسي الرابع:** لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى للخصائص الديموغرافية (الجنس، السن، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، الخبرة)، وينبثق من هذه الفرض الرئيسي الرابع جملة من الفروض الفرعية الآتية:

- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير السن.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الخبرة.

4. متغيرات البحث

إعتمد الباحثة على متغيرين للدراسة يتمثلان في:

- **المتغير المستقل:** هو الذكاء الإقتصادي بأبعاده من يقظة إستراتيجية، الحماية والتأثير وأنشطة الضغط.
- **المتغير التابع:** هو تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.



يستمد هذا البحث أهميته من الناحيتين العلمية والتطبيقية على النحو التالي:

أ. الأهمية العلمية للبحث: إنه قد يمثل إضافة نظرية إلى ما هو مكتوب من أدبيات سابقة عن موضوع الذكاء الاقتصادي وعلاقته مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما يستمد البحث أهميته من الدور الهام الذي يقوم به الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ب. الأهمية التطبيقية للبحث: أما أهمية البحث التطبيقية فتكمن في كون قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بين أهم القطاعات الاقتصادية المهمة، فهي أحد الدعامات الأساسية لبناء الهيكل الاقتصادي لأية دولة، كما تنبع أهمية البحث من أهمية الوقوف على مدى تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأبعاد الذكاء الاقتصادي، ومدى تأثير ذلك في تعزيز التنافسية، وذلك من خلال:

- تبصير متخذي القرار بأهمية الذكاء الاقتصادي ومكانته كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإعتباره مصدر للإبداع والابتكار والتميز.
- تشجيع المدراء للأخذ بمفهوم الذكاء الاقتصادي بإعتباره أسلوب إداري جديد ومبتكر ونظام في حد ذاته يجب الإلتزام به.

- تقديم توصيات بناء على معلومات ونتائج الدراسة، قد تسهم في تغيير نظرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأصحاب القرار فيها نحو أهمية الذكاء الإقتصادي

6. أهداف البحث

- يهدف البحث إلى تقديم إطار فكري ونظري وبرؤية متكاملة عن الذكاء الإقتصادي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال تسليط الضوء على النقاط التالية:
- إلى توضيح المفاهيم التي لها علاقة بالدراسة من مدلول الذكاء الاقتصادي وكذا مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- بيان حاجة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاعتماد على الذكاء الاقتصادي من أجل تطويرها وضمان استمراريتها.
- تشخيص الوضع التنافسي والإبداعي للجزائر.
- صياغة النتائج والاقتراحات المتعلقة بالدراسة.
- لفت أنظار القارئ على أمر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر إلى أهمية الذكاء الاقتصادي، والذي يعتبر من الافرازات الهامة والذي أثبت كفاءته، وأمكن من خلاله التغلب على ما يعترض هذه المؤسسات من مشاكل تتعلق بكيفية الحفاظ على التنافسية وكيفية الحصول على التكنولوجيا المناسبة وأيضا الولوج الى الاسواق العالمية.
- التعرف على طبيعة العلاقة بين الذكاء الإقتصادي والتنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- دراسة الوضع الراهن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وذلك للوقوف على وضعها في الوقت الحالي.
- التطرق إلى واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

7. منهجية البحث

- يعتمد البحث على أسلوب التحليل الاستقرائي، حيث تم القيام بدراسة بحثية مكتبية في مراجع أديبات المشروعات الصغيرة والتنمية الاقتصادية ومدى ارتباطهما سوياً، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت الآثار الاقتصادية للمشروعات الصغيرة في الاقتصاد الوطني. ولتحقيق هذا الغرض تم الاعتماد على المراجع والدراسات السابقة كمصادر ثانوية للمعلومات.

فرضت طبيعة الدراسة المتمحورة حول أهمية ودور الذكاء الاقتصادي كمدخل استراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة استخدام مجموعة من الأساليب والنماذج البحثية، كالمنهج التاريخي لتتبع مراحل تطور كلا من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والذكاء الاقتصادي، والمنهج الوصفي التحليلي في دراسة مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها ودرجة الاهتمام بها، ضف الى ذلك تبيان مفهوم الذكاء الاقتصادي والآلية التي يعمل بها على تحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

8. حدود البحث

من أجل معالجة البحث، قمنا بتحديد حدود البحث فيما يلي:

- **الجانب المكاني:** تتمثل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الناشطة في ولاية قلمة مع بعض التجارب العالمية.
- **الجانب الزمني:** تم التركيز على فترات تاريخية مختلفة، فإذا تكلمنا عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقد ركزنا في عرضنا وتشخيصنا لها على البدايات الأولى لهذا النوع من الصناعات، ثم تطرقنا إلى التطور التاريخي لهذه المؤسسات في الجزائر منذ الإستقلال ولغاية الآن، أما بالنسبة للذكاء الاقتصادي فقد حاولنا التطرق إلى البدايات التي أعقبت نشأة وتطور هذا المفهوم القديم والحديث في نفس الوقت.

9. الدراسات السابقة

أ/دراسة وسام داي 2016، الحاملة لعنوان: **الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم، دراسة حالة الصناعة الصيدلانية والبيوتكنولوجية في الجزائر**، وهي أطروحة دكتوراه، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف أدوات الذكاء الاقتصادي لتحقيق ميزة تنافسية للأقاليم وتحويلها إلى فضاءات مكانية، تمتع بعوامل جذابة للفعاليات الاقتصادية المختلفة، من خلال تطوير نظرة شبكية للأعوان الإقليميين قائمة على الحكامة، وتثمين الوارد الإقليمية، وجعلها مسخرة لخلق شخصية إقليمية، تتسم بالمبادرة والتفكير المقاولاتي على غرار المؤسسات الاقتصادية وعدم الإقتصار على كونها هيئات إدارة مجردة.

وخلصت الدراسة وذلك بإستخدام أسلوب التحليل العنقودي المكاني، إلى إستخراج عنقودي إقتصادي بشكل نواة لنظام ابتكاري إقليمي للصناعة الصيدلانية البيوتكنولوجية على مستوى إقليم الجزائر العاصمة، والتي يفسرها معامل التطون الصناعي، مع رصد كتلة حاسمة من المحددات التنافسية الإقليمية المناسبة لتأسيس ونمو

العنقود الصناعي البيوصيدلاني لآفاق 2020، مدعماً يتدخل ذكي للسلطات العمومية والإقليمية لتعزيز تنافسية الإقليم.

proposition d'un modèle d'analyse exploitation multidimensionnelle dans un contexte d'intelligence économique، وهي أطروحة دكتوراه حاملة لعنوان **proposition d'un modèle d'analyse exploitation multidimensionnelle dans un contexte d'intelligence économique**، حيث توصلت الدراسة أنه غالباً ما يكون نجاح المؤسسة مشروطاً بقدرتها على تحديد وجمع ومعالجة ونشر المعلومات لأغراض استراتيجية، بالإضافة إلى ذلك، فإن تقنيات المعلومات والمعرفة تجلب معوقات يجب على المؤسسات التكيف معها: تدفق مستمر، وتداول تقنيات أسرع وأكثر تعقيداً، الخطر هو أن تغمرها هذه المعلومات ولا تكون قادرة على التمييز بين الضروري منها والغير ضروري، وفي الواقع ومع ظهور الاقتصاد الجديد الذي يهيمن على السوق، فإن الإشكالية الصناعية والتجارية للمؤسسة تصبح معقدة للغاية، فمن الآن فصاعداً وحتى تكون المؤسسة قادرة على المنافسة، يجب أن تعرف كيفية إدارة رأس مالها غير الملموس، لهذا جاء الذكاء الاقتصادي كاستجابة لثورات بيئة الأعمال العالمية، حيث أصبحت إدارة المعلومات الاستراتيجية أحد الدوافع الهامة لتحسين وتطوير المؤسسات، وبشكل عام أضحت الذكاء الاقتصادي هو العملية التنظيمية والتي تجعل من المؤسسات أكثر قدرة على المنافسة من خلال مراقبة بيئتها ودينامياتها، وفي هذا السياق، وجدت الدراسة أن جزءاً كبيراً من المعلومات ذات الأهمية الاستراتيجية يأتي من العلاقة: العلاقات بين الجهات الفاعلة في المجال، والشبكات الدلالية، والتحالفات، وعمليات الدمج، والاستحواد، والتعاون، والتجمعات من جميع الأنواع.

كما توصلت الدراسة إلى اقتراح نموذج لتحليل متعدد الأبعاد مخصص للذكاء الاقتصادي، ويستند هذا النهج على استخراج المعرفة من خلال تحليل تطور البيانات العلائقية، وتقتصر نموذجاً يسمح بفهم نشاط الجهات الفاعلة في مجال معين بشكل أفضل، وتفاعلاتها مع تطورها واستراتيجيتها أيضاً، وذلك في منظور حاسم، ويستند هذا النهج إلى تصميم نظام معلومات تحليلي عام على الخط يقوم بتجانس وتنظيم البيانات النصية في صيغة علائقية، حيث يستخرج المعرفة الضمنية بما في ذلك المحتوى والتنسيق.

(ج) دراسة صونوية بنغة 2016، الحاملة لعنوان: **الذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية دراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية**، حيث هدفت الدراسة إلى محاولة التعريف بالتحديات الاستراتيجية التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية، والتأكيد على أن المعلومة الاستراتيجية في حد ذاتها تعد ركيزة المؤسسة التنافسية، كما تهدف إلى الوقوف على واقع ممارسة تقنيات الذكاء الاقتصادي

على عينة من المؤسسات الاقتصادية التي تم تحديدها، ومدى معرفة ووعي القرار بهذه الآلية الإدارية الحديثة واستخدامها كآلية للتحكم في المعلومة الإستراتيجية، وبالتالي المساهمة في صناعة مؤسسة تنافسية، وتوصلت الدراسة بعد تطبيقها ميدانيا على عينة قصدية من المؤسسات الاقتصادية، إلى أن مستوى إهتمام المؤسسات الاقتصادية بدراسة التحديات الإستراتيجية، وتحليلها يمكن إعتبره مقبولا، كما أن هذه المؤسسات لا تعي حقيقة مفهوم الذكاء الإقتصادي وأهمية ممارسته كأسلوب إداري مستحدث ضمن الإستراتيجية العامة لها.

(د)دراسة نسرين مغمولي 2016، المعنونة بـ دور الذكاء الإقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، دراسة حالة مؤسسة فرتيال عنابة، حيث هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مبادئ الذكاء الإقتصادي الذي أصبح يشكل أحد الخيارات الضرورية إن لم يكن الحتمية لتحقيق البقاء والإستمرارية والقدرة على المنافسة، كما تطرقت الدراسة إلى دعم تنافسية المؤسسات الجزائرية في خضم المستجدات الراهنة، وذلك باللجوء إلى إحدى الآليات الحديثة النشأة والمتمثلة في نظام الذكاء الإقتصادي الذي يعد المفتاح الأساسي لتعزيز الموقف التنافسي للوحدة الاقتصادية عبر تطور المنتجات والخدمات، وذلك من خلال دراسة إحدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة والرائدة خارج مجال المحروقات، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية جدا قدرت بـ 0.980 وعلاقة تأثيرية بسيطة ومتعددة بين معايير نظام الذكاء الإقتصادي (يقظة إستراتيجية، حماية الإرث المعرفي، ونشاط الضغط والتأثير)، وتنافسية المؤسسة دوليا، كما وأظهرت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إستجابات الباحثين حول أثر الذكاء الاقتصادي على رفع تنافسية المؤسسة دوليا تعزى للمتغيرات الوظيفية والشخصية (الجنس، السن، المؤهل العلمي، المنصب الوظيفي، سنوات الأقدمية).

9. صعوبات البحث

تتلخص أهم الصعوبات التي واجهناها لإنجاز هذه الأطروحة في صعوبة الحصول على المراجع والدراسات التي تناولت موضوع الذكاء الإقتصادي وعلاقته بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقلتها باللغة العربية والأجنبية.

10. هيكل البحث

لقد جاءت هذه الدراسة والمعنونة بالذكاء الإقتصادي كمدخل إستراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قالمة، لنحاول التطرق إلى مفاهيم ومتغيرات الدراسة، وتقسيمها إلى مقدمة عامة وخمسة فصول وخاتمة عامة، حيث جاء الفصل الأول تحت عنوان السياق النظري للذكاء الإقتصادي وعالجنا فيه مختلف الأساسيات الخاصة بالذكاء الإقتصادي من مفهوم وأبعاد

وظائف وأهمية وتحديات، ليأتي الفصل الثاني والمعنون بأساسيات عامة حول التنافسية، لتتطرق فيه إلى مفهوم التنافسية على مختلف مستوياتها، والتطرق إلى كيفية قياسها، ووضع أنواعها، والتطرق إلى الأداء التنافسي للجزائر، أما الفصل الثالث والذي يحمل عنوان التأصيل النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فحاولنا من خلال هذا الفصل تسليط الضوء على الصعوبات الموجودة عند تعريف مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نظرا لتعدد وإختلاف المستويات الإقتصادية للدول، ضف إلى ذلك التطرق إلى خصائص هذه المؤسسات وأهميتها ومشاكلها، دون نسيان التطرق إلى العوامل التي تعمل على نجاح هذه المؤسسات، وبخصوص الفصل الرابع فحاولنا فيه التطرق إلى واقع كلا من الذكاء الإقتصادي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، من خلال سرد تاريخي لتطور ونشأة هاذين المفهومين، والتعرض لأهم الرهانات التي تواجهها في الجزائر، وختامها مع الفصل الخامس، الذي جاء بعنوان الدراسة الإحصائية على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، من خلال عرض تعداد هذه المؤسسات الموجودة على مستوى الولاية والتعرض إلى أهميتها، بالإضافة إلى التطرق إلى المنهج العلمي المعتمد لهذه الدراسة، والوصول إلى تحليل خصائص الدراسة وإختبار فرضياتها.

الفصل الأول

السياق النظري للذكاء الإقتصادي

تمهيد

تشهد بيئة الأعمال المعاصرة جملة من التغيرات والتطورات التكنولوجية وتزايد رهيبا في حدة المنافسة ترافق مع تغير في أذواق ومطالب العملاء، الشيء الذي أفرز الكثير من الاضطرابات والتعقيدات والأزمات لمنظمات الأعمال التي وجدت نفسها مضطرة للتكيف مع هذه الأوضاع بغية المحافظة على موقعها التنافسي وتطويره، مما يجعلها تبحث عن طرق للكشف عن بيئتها، وكذا عن الوسائل الضرورية لتدعيم مصادر معلوماتها وقدرتها على الإستحواذ على أكبر حصص سوقية.

يوفر الذكاء الاقتصادي مجموعة من المعلومات الدقيقة التي تدعم وتسهل اتخاذ القرار الفاعل الذي يسمح بتحديد الفرص والتنبؤ بالأخطار، وذلك بالاعتماد على أدوات ووسائل لجمع المعطيات، إستخراج المعلومات ومعالجتها والاستفادة منها في الوقت المناسب، حيث أضحت الذكاء الاقتصادي مصدرا جديدا للوحدات الاقتصادية في إمتلاك الميزة التنافسية وتحقيق الربح، من خلال توظيف تقنيات الحصول على المعلومات الدقيقة، ذات القيمة النوعية والاعتمادية العالية، ومعالجة المعلومات، ونشرها، بغية إقلال عدم التوكد في عملية صنع القرارات الاستراتيجية. سنحاول من خلال هذا الفصل أن نتطرق إلى مدخل إلى اليقظة الاستراتيجية من خلال المبحث الأول، أما الخصائص العامة للذكاء الاقتصادي سنتطرق لها في المبحث الثاني، بينما سنتعرض في المبحث الثالث إلى سيورة الذكاء الاقتصادي، وصولا إلى المبحث الرابع حيث سنتطرق إلى مداخل الذكاء الاقتصادي، مراحل ووظائفه، بينما المبحث الخامس سنتعرض فيه إلى نظم المعلومات وعلاقتها بالذكاء الاقتصادي.

1.1.1. مدخل إلى اليقظة الاستراتيجية

نظرا لتزايد المخاطر التي تحيط بالمؤسسة، أضحت اليقظة الاستراتيجية ضرورة ملحة يجب تبنيتها، وذلك ليس بصورة مؤقتة بل بصورة دائمة ومستمرة، مما يعني امتلاك المؤسسة نظاما للاستشعار المبكر يرصد كل المستجدات ويساعدها في اتخاذ القرارات المناسبة في حال حدوث تهديدات.

1.1.1. تعريف اليقظة الاستراتيجية

اليقظة مصطلح حديث النشأة، في أدبيات إدارة الأعمال، فقد تطرق عدة مفكرين ومختصين في علم الإدارة إلى تعريف اليقظة الاستراتيجية، بالرغم من اختلاف أفكارهم ومفاهيمهم باختلاف اختصاصهم وبيئة عملهم، وفيما يلي عرض لأهم هذه التعريفات:

- اليقظة الاستراتيجية هي عملية مستمرة من إدارة المعلومات ودعم القرار من أجل تنمية وتطوير المؤسسة وضمان بقائها¹.
 - هي المراقبة والمتابعة العامة والذكية لمحيط المؤسسة من خلال البحث على المعلومات الواقعية والمستقبلية².
 - اليقظة هي الوظيفة التي ترتبط بتسيير موارد المعلومات لتجعل منظمة الاعمال أكثر ذكاء وتنافسية³.
 - اليقظة هي عبارة عن تقنية استرجاع المعلومات ومعالجتها والتي تساعد في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
 - اليقظة الاستراتيجية هي عملية جماعية مستمرة والتي من خلالها يقوم مجموعة من الأفراد على نحو استباقي، على استخدام المعلومات الاستباقية حول التغييرات التي قد تحدث في البيئة الخارجية للمؤسسة، من أجل خلق فرص العمل والحد من المخاطر وعدم اليقين بشكل عام، وتشمل هذه المعلومات علامات الإنذار المبكر، لذلك فإن الهدف من اليقظة هو أن نعمل بسرعة وفي نفس اللحظة⁴.
 - اليقظة الاستراتيجية حددها pateyron بأنها البحث عن أفضل المعلومات للوصول إلى اليقظة المستمرة والرصد المستمر للبيئة والهدف الاستراتيجي⁵.
 - يقصد بها السياق المعلوماتي الذي بواسطته تتمن المؤسسة من الاصغاء المسبق والارادي إلى بيئتها الخارجية بغرض فتح منافذ على الفرص المناسبة لاستغلالها في وقتها، أو لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من آثارها، وتتضمن هذه العملية تجميع وتوزيع وتحليل المعلومات الاستراتيجية ونشرها بغرض تغذية القرارات الاستراتيجية⁶.
- وقد حددت لليقظة الاستراتيجية عدة عناصر تمثل دورة حياتها تشمل في: التداول، الاختيار، المطاردة، إستهداف، العمل، إذاعة المعلومة، الوصول، بناء المعنى، التخزين، ويمكن تمثيل ذلك في الشكل الموالي:

¹ بلعزوز بن علي وصليحة فلاق، دور اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة وواقعها في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة السلف، 2011، ص2.

² حمزة رملي، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، جامعة أم البواقي، ديسمبر 2014، ص256.

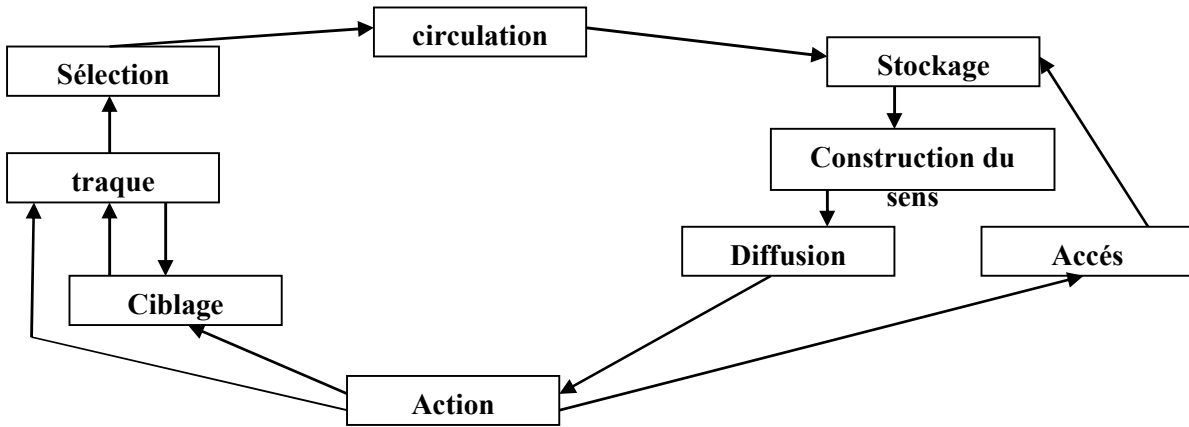
³ نوفيل حديد، نظم المعلومات الحديثة في خدمة الذكاء الاقتصادي لمنظمة الأعمال، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص2.

⁴ Humbert LESCA, **Veille Stratégique concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise**, Guide pour la pratique de l'information scientifique et technique, ministère de l'éducation nationale de la recherche et de la technologie, France, p :2.

⁵ Yosra Gazber, **veille stratégique intelligence économique et création de valeur**, Amazon, Paris, 2012, p :13.

⁶ فايزة محلب والشريف بقة، تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريش وسطيف، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد02، الجزائر، جوان 2015، ص134.

الشكل رقم (1.1): دورة اليقظة الاستراتيجية



Source : yosra Gazber, veille stratégique intelligence économique et création de valeur, Amazon, Paris, 2012, p :12.

ولليقظة الاستراتيجية أربعة وظائف رئيسية هي⁷:

- **التوقع:** وهو توقعات لنشاط المنافسين أو تغيرات المحيط.
 - **الاكتشاف:** اكتشاف فرص وأسواق جديدة، واكتشاف طرائق جديدة لأداء الأعمال، التعرف على المنافسين الجدد أو المحتملين، التي يمكن شرائها أو التي يمكن إقامة شراكة معهم من أجل التطوير، اكتشاف فرص في السوق.
 - **المراقبة:** مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق، التطورات التكنولوجية أو طرق الانتاج التي تسمح أو تستهدف النشاط، التنظيمات التي تغير في إطار النشاط.
 - **التعلم:** تعلم خصائص الأسواق الجديدة، أخطاء ونجاح الآخرين مما يسهل تقدير المشاريع، وضع أساليب جديدة للتسيير أو بناء نظرة موحدة للمسيرين.
- إن اليقظة الاستراتيجية هي باختصار نظام جمع بين أسلوبين متكاملين: الانذار والمتابعة، الأولى تعنى بتنبيه المسؤولين لظواهر الجديدة، أما الثانية تسمح بتتبع التطورات.

2.1.1. مميزات اليقظة الاستراتيجية

انطلاقاً من التعاريف السابقة يمكن استخلاص مميزات اليقظة الاستراتيجية في النقاط التالية⁸:

⁷ محمد كنوش، دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 13، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، ص 96.

⁸ صليحة فلاق وبلعوز بن علي، مرجع سبق ذكره، ص 3.

- أ. الاستراتيجية: تساعد على اتخاذ القرار وعليه فهي تتعلق بالقرارات غير المتكررة، والتي ليس لها أي نموذج من النماذج المفحوصة والقيمة بفعل التجربة، مع الأخذ بالحسبان المعلومات الناقصة جدا، لكنها من الممكن أن تعبر عن القرارات التي لها تأثير كبير جدا على تنافسية وبقاء واستمرار المؤسسة.
- ب. الطوعية (الإرادية): لا يمكن لليقظة الاستراتيجية أن تكون عملا سلبيا، ومحدودا بالمتابعة والمراقبة البسيطة للمحيط لكونها هدف ابداعي، فهي على العكس من ذلك تعتبر طوعية، باشتراط الذهاب إلى واجهة المعلومات المتوقعة مع انتباه حاد وبتنشيط كل الحواس، وفي بعض الأحيان يجب التحري عن المعلومات، فهي تحتاج إلى إرادة تفرض على أفراد المؤسسة نشاطا ويقظة كبيرين بهدف التقاط المعلومات الاستباقية.
- ج. الذكاء الجماعي: الذكاء يعني معرفة حصر العناصر، الاختيار، وكيفية إيجاد الروابط أو العلاقات التي تجمع هذه العناصر لتشكيل معنى، هذا الذكاء في إطار اليقظة الاستراتيجية لا تقتن بالفرد فقط بل بجماعة من الأفراد الذين يظهرون قابلية في تنسيق مهاراتهم وقدراتهم مع بعضهم البعض لالتقاط واستشعار الاشارات والأحداث ترجمتها ومحاولة فهمها للمساعدة على اتخاذ القرار والتصرف المناسب والأكثر ابتكارا، وهذا لكون البحث الإرادي الذي يمثل التنشيط القبلي لمعلومات اليقظة الاستراتيجية لا يمكن أن تكون خطوة فردية معزولة.⁹
- د. المحيط: ليس محيط المؤسسة مفهوم مجردا أو شيئا احصائيا، فهو مكون من عدة عوامل مؤثرة، لذا سيتم تأثيرها بطريقة عملية، لا سيما عند التكلم عن استهداف اليقظة الاستراتيجية.
- هـ. نشاط ابداعي مستحدث الفعل: لا تنظر اليقظة الاستراتيجية لبيئة المؤسسة على أنها مجرد اتجاهات عامة لما يحدث في الماضي وتمتد للحاضر والمستقبل، وإنما كبنية أو مستقبل مرغوب فيه، وفي إنشائه وهي بهذا لا تكتفي بجمع المعلومات من اجل معرفة وفهم تغيرات البيئة للتكيف معها، وإنما هدفها استباق التغيرات والتأثير على البيئة لجعلها تتماشى وأهداف المؤسسة.¹⁰
- و. التوقع المسبق: هو عبارة عن المعلومات التي تمتلك بنفسها على المميزات التنبؤية بحيث يجب ان تقوم بالتزويد بالتوضيحات كإضاءة عن المستقبل، وليس من المهم ان تعبر عن الماضي أو الحاضر.

⁹ صليحة كاريش، واقع تطبيق نظام اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة نفضال، مجلة المؤسسة، جامعة الجزائر3، العدد3، الجزائر، 2014، ص211.

¹⁰ صليحة كاريش، مرجع سبق ذكره ص211.

3.1.1. مكونات اليقظة الاستراتيجية

مصطلح اليقظة الاستراتيجية هو تعبير عام يشمل عدة أنواع من اليقظة، وكون اليقظة هي عملية الحصول على المعلومات من البيئة التي تعمل فيها المؤسسة، فهذا يستلزم ان تشمل هذه المعلومات التكنولوجيا، المنافسة، القوانين، لذلك يمكن الحديث عن هذه الأنواع تباعا كالتالي:

أولاً: اليقظة التكنولوجية: هي مجموع التقنيات التي تهدف إلى تنظيم وجمع وتحليل وبث وإستغلال المعلومات التكنولوجية، والتي تضمن وقاية المؤسسة وإستمرار نموها، أي أن اليقظة التكنولوجية شرعية بالكلية ولا تغطي إلا نشاطات مشروعة،¹¹ أي بتعبير آخر يقصد باليقظة التكنولوجية رصد ومراقبة كل التطورات التكنولوجية، أي باختصار كل التغيرات الصناعية والفكرية، وفي الواقع كل التأثيرات التي تحمل اختلافات في المعايير، هذه اليقظة أيضا تحمل في طياتها المنتجات المزورة مما يضعها في موقف حرج مع اليقظة القانونية.

كما يعتبر هذا النوع جد هام بالنسبة للمؤسسة، لأن التعرف على استراتيجيات المنافسين وكذا ما ينتظره الزبائن (الحاجات والرغبات) هي النقاط الأساسية لوضع استراتيجية المؤسسة، وكثيرا ما تظهر مجموعة من التهديدات من قوة المنافسين في المجال العلمي التكنولوجي، والمؤسسة تسعى للتعرف على الابتكارات التكنولوجية الحديثة لأنها تمثل فرصة سانحة للتطور والدفاع من استراتيجيات الهجومية للمؤسسات المنافسة، وقد تظهر اليقظة التكنولوجية في النقاط التالية:¹²

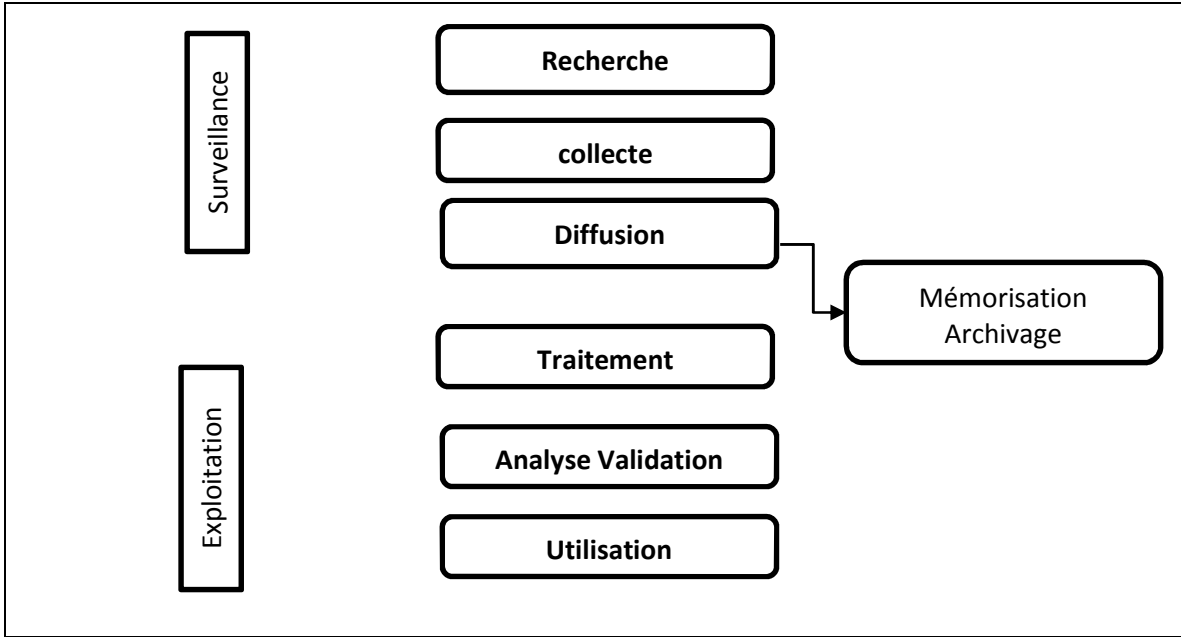
- التحليل المستمر حول ملفات قطاع المؤسسة.
- المراقبة التكنولوجية للقطاع.
- دراسة السوق التكنولوجية.
- البحث عن الفرص التكنولوجية.
- تقييم الاستثمار التكنولوجي.

ضف إلى ذلك براءات الاختراع والأبحاث العلمية وعمليات التصنيع.

¹¹ أنيسة قمان وآخرون، دراسة السوق كأداة لتحقيق اليقظة الإستراتيجية، المعداد 03، المجلة الجزائرية للأقتصاد والمالية، الجزائر، 2015، ص 137.

¹² ناصر أودية، الذكاء الاستراتيجي من اليقظة الاستراتيجية إلى التخطيط الاستراتيجي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص6.

الشكل رقم (2.1): عمليات اليقظة التكنولوجية



المصدر: محمد الشايب، عمليات اليقظة والجاهزية التكنولوجية في البنوك التجارية، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص6.

انطلاقاً من الشكل السابق، فإن عمليات اليقظة التكنولوجية تتكون من قسمين، أولهما المراقبة المكونة من البحث، الجمع والنشر وكل هذا نقصد به التخزين، أما ثاني قسم خاص باليقظة التكنولوجية فهو الاستغلال، ونقصد به المعالجة وتحليل الحقائق ومن ثم استعمالها بالطريقة المنوط بها.

ثانياً: اليقظة التنافسية: اليقظة التنافسية هي النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة على منافسيها الحاليين والمرقبين والداخلين الجدد إلى السوق، وهي تهتم أيضاً بالبيئة التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة، وهذا من خلال جمع المعلومات والمتحصل عليها من تحليل الصناعة وتحليل المنافسة (نقاط القوة ونقاط الضعف) من أجل استخراج النتائج واستخدامها في اتخاذ القرارات بالمؤسسة،¹³ وتعمل اليقظة التنافسية على بحث وفهم كل ماله علاقة بالمؤسسة المنافسة، وهذا من خلال معرفة بعض النقاط التي سنوردها على سبيل المثال لا الحصر¹⁴:

أ. منتجات المؤسسة المنافسة: من تشكيلة كاملة، القطاعات السوقية، الحصص السوقية.

ب. تقنية البيع والتوزيع: شبكة التوزيع، خطة التوزيع، الأسعار المطبقة.

ج. الشركاء: شبكة الموردين، المقاولين، العلاقة مع بقية الأعوان.

¹³ رتيبة حديد ونوفيل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 9/8 مارس 2005، ص 189.

¹⁴ حسان بوعباية، فعالية نظم المعلومات الاستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة المسيلة، غير منشورة، الجزائر، 2014، ص 228.

د. الإنتاج: نظام الإنتاج، المواد والمهارات المستعملة، تكلفة الإنتاج.

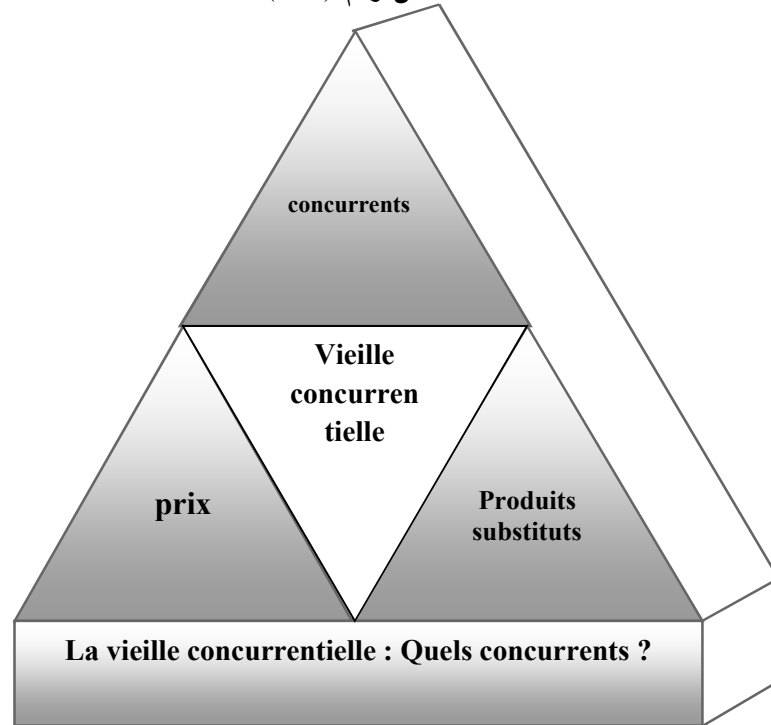
هـ. البحث والتطوير: التكنولوجيات وبراءات الاختراع المسجلة.

أما فيما يتعلق بالمعلومات النوعية كالتالي تعتبر ذات أبنية بالنسبة لنشاط اليقظة التنافسية، فيمكن حصرها في النقاط الآتية¹⁵:

- الجهود المبذولة في ميدان البحث والتطوير.
- العلاقات مع الموردين الجدد.
- إطلاق المنتجات الجديدة.
- جاذبية تكنولوجيا جديدة.
- حملة إخبارية جديدة.
- تطور حصص السوق.

ويمكن تلخيص ما تقدم في الشكل الموالي:

الشكل رقم (3.1): اليقظة التنافسية

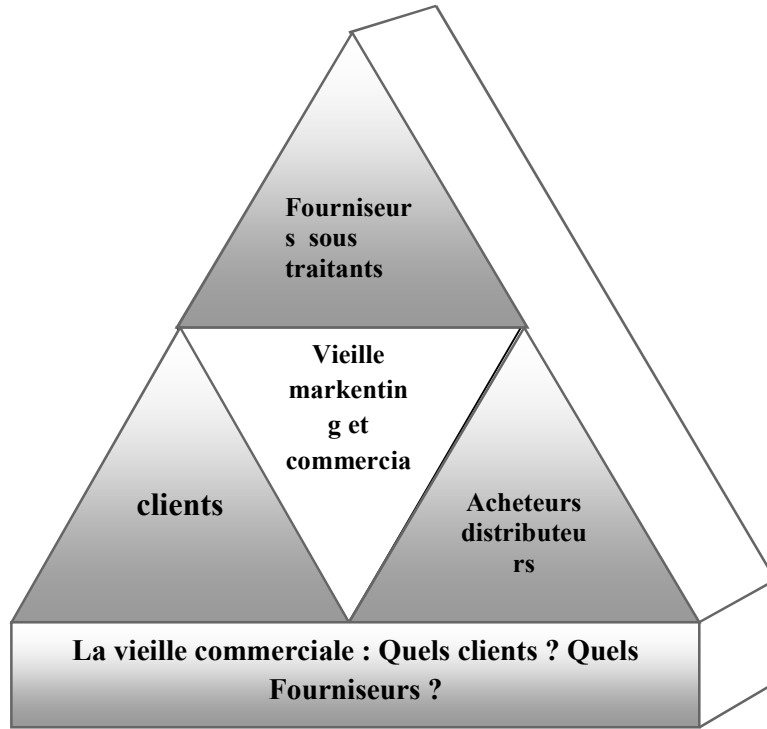


Source : Daniel Rouach, **la Veille technologique et L'Intelligence économique**, presses universitaires de France, 5edition, 2010 , P :25.

¹⁵ نصر الدين بن نذير، دراسة استراتيجية للابداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر، 2012، ص195.

ثالثاً: اليقظة التجارية: هي العملية التي تتمكن عن طريقها المؤسسة من رصد كل المعلومات المؤثرة والمتأثرة بسلوكها التجاري، وسلوك المستهلكين والزبائن الحاليين واحتياجاتهم المعلنة وغير المعلنة، وكذا الزبائن المحتملين وتوقعاتهم، وهي ذلك النشاط الذي يهتم بدراسة العلاقات التجارية للمؤسسة بينها وبين مورديها وزبائنها، ومن خلالها يمكن أن تراقب المؤسسة أجزاء السوق، وتتعرف على مواطن قوتها وضعفها أثناء تعاملاتها مع مورديها وزبائنها، ومتابعة التطور في حاجات المستهلكين وسلوكياتهم، وفي عروض الموردين والإطلاع على مهاراتهم التسويقية، ومعدلات نمو السوق، حيث تعد اليقظة التجارية أكثر أنواع اليقظة ربحية في المدى القصير، لارتباطها بالتعاملات الجارية للمؤسسة مع متعاملها، وتعكس طبيعة علاقاتها التجارية مع زبائنها ومورديها، كما وأنها تمتد لمدى متوسط لأنها تعبر عن السياسات التجارية للمؤسسة، وقدراتها التعاقدية والتفاوضية، وإلتزاماتها المالية، مع أطراف التعاقد زبائن كانوا أو موردين¹⁶، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (4.1): اليقظة التجارية



Source : Daniel Rouach, **la Vieille technologique et L'Intelligence économique**, presses universitaires de France, 5edition, 2010 , P :24.

رابعاً: اليقظة الاجتماعية: تتمثل في تحديد وملاحظة كل الظواهر الاجتماعية مثل الصراعات، التعارضات الدينية، التسمك بالتقاليد، وتهدف اليقظة الاجتماعية إلى التحذير أو الحد من الآثار السلبية للعراقيل في العلاقات

¹⁶ اليمين فالنت، اليقظة وأهميتها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، أطروحة دكتوراه علوم في تسيير المؤسسات، جامعة بسكرة، غير منشورة، الجزائر، 2013، ص92.

القائمة بين المؤسسة وعمالها، كما تمنح لمسيرى المؤسسة مناخ اجتماعي سليم يساهم في جعل المبادلات جيدة بين أفراد الجماعة، وسهولة معالجة المشاكل الداخلية كإعادة تنظيم العمل¹⁷، وتعتبر الوسيلة لتأكيد الفعالية التنظيمية.

خامساً: اليقظة القانونية والبيئية: وتتمثل في رصد وتبعية القوانين والتشريعات والأنظمة في القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة، وليس فقط المعايير القانونية وإنما المعايير التقنية التي غالباً ما تكون حاسمة في إنجاح الأعمال التجارية، فالمؤسسات الصناعية مثلاً مهما كان موقعها الجغرافي لا بد عليها من معرفة الأنظمة الموجودة والسائدة في المنطقة أو البلد، وكذا تطور المؤسسات التشريعي، وتعني اليقظة البيئية كل ما يتبقى من مجالات خاصة تلك المتعلقة بالمجالات البيئية كالتلوث والتنوع البيولوجي¹⁸.

سادساً: اليقظة المالية (الخاصة بالبورصة والمساهمين): تهدف إلى كشف التحركات في الأسواق المالية، والنقدية والمواد الخام التي يمكن أن تؤثر على المؤسسة، على تلك الأوراق المالية للمؤسسة وحتى المؤسسات المترامنة أو ما شابه ذلك التي لديها مصالح أو التي تعمل معها¹⁹.

على ضوء ما تقدم، نستنتج: أن اليقظة اعتبرت كنشاط أو عملية مرتبطة بتسيير المعلومة بهدف استغلالها لإحداث شيء جديد في المؤسسة، وعلى هذا الأساس بالإمكان إدراج التعريف التالي، الذي ينص على أن: اليقظة عملية منظمة من بحث، تحليل، وانتقاء ملائم للمعلومات والتي تقدم مزايا تنافسية للمؤسسة²⁰، وهذا يعني أن اليقظة الاستراتيجية مضمونها الأساسي رصد محيط المؤسسة التجاري، التكنولوجي، التنافسي، الاجتماعي، البيئي والمالي، بطريقة مستمرة ومتكررة بغية الاستمرار والبقاء في المحيط، وبشكل يجعلها على دراية بكل المستجدات الموجودة والحادثة.

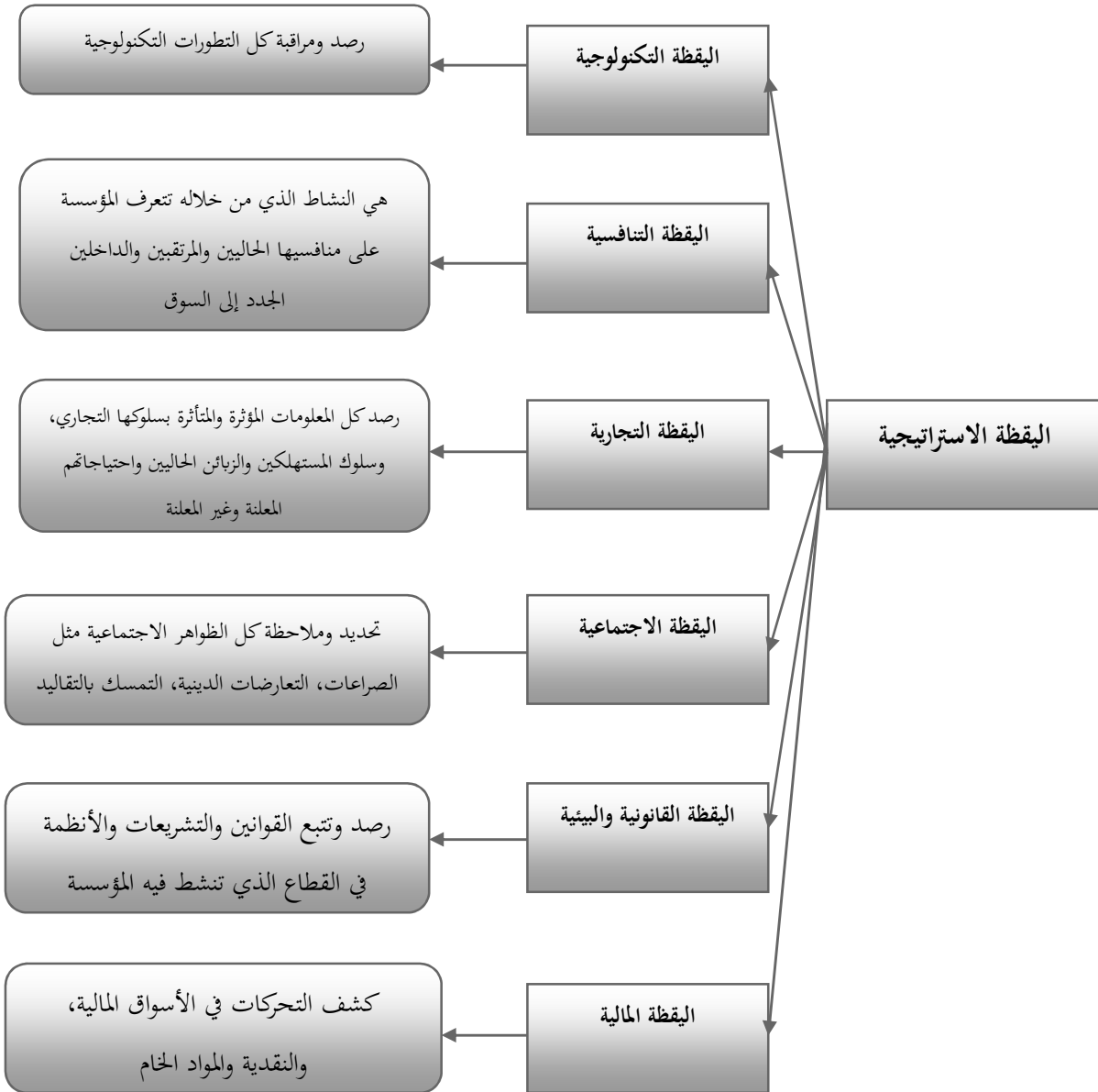
¹⁷ فيروز زروخي وفاطمة الزهراء سكر، دور اليقظة الاستراتيجية في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 2011، ص 11.

¹⁸ حمزة رملي، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، جامعة أم البواقي، ديسمبر 2014، ص 260.

¹⁹ Arnaud Pelletier et Patrick Cuenot, **intelligence économique mode d'emploi**, Pearson, Paris, 2013, p :06.

²⁰ رتيبة حديد ونوفل حديد، مرجع سبق ذكره، ص 189.

الشكل رقم (5.1): مكونات اليقظة الاستراتيجية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الأدبيات السابقة.

4.1.1. دور اليقظة في تنمية الميزة التنافسية: لليقظة الإستراتيجية دور فعال في تنمية الميزة التنافسية في المؤسسة، فهي تعتبر إحدى الدعائم الأساسية لإرساء قواعد المنافسة في الوقت الحالي بما توفره له من معلومات عن التطورات والتغيرات الحاصلة في بيئتها التنافسية وتساعد المسيرين على اتخاذ القرارات المناسبة وفي الوقت المناسب وهو ما يتم التعرض إليه في النقاط التالية²¹:

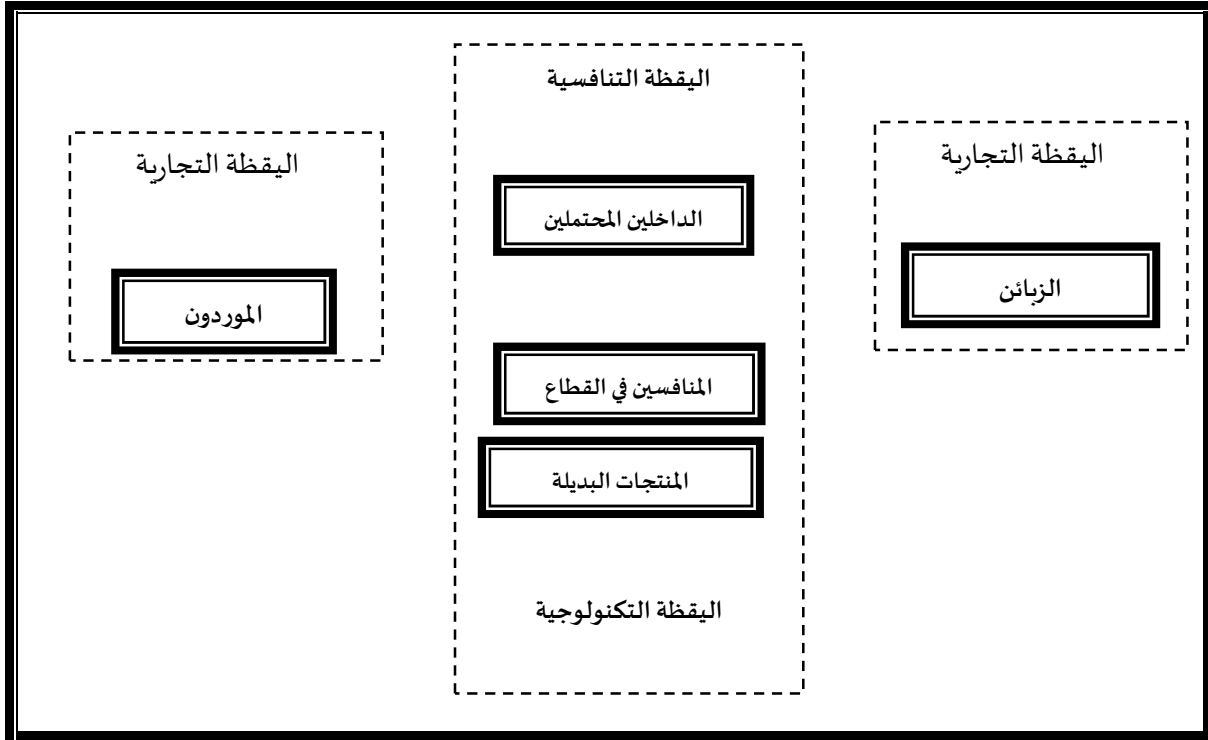
✓ معرفة الاتجاهات الجديدة والتنبؤ بالتغيرات الهيكلية.

✓ تكيف المنتج مع التغيرات الجديدة.

²¹ فيروز زروخي وفاطمة الزهراء سكر، مرجع سبق ذكره، ص 11.

- ✓ الرفع من قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسرعة رد الفعل اتجاه التغيرات.
 - ✓ البحث عن الميزات التنافسية وتطويرها والحفاظ عليها.
 - ✓ تدعيم معرفة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتطويرها.
 - ✓ الحصول على مورد وافر من المعلومات والخبرات.
 - ✓ تسمح اليقظة الاستراتيجية من الناحية المالية بتحقيق وفرة، لأن المعلومات التي جمعها قادرة على التحسين من الخصائص التقنية للمنتج، جودته، والتخفيف من كلفته.
 - ✓ تضمن السريان الجيد للمعلومة عبر مختلف المستويات التنظيمية في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، كما تسمح لها بمراقبة مستمرة لبيئتها.
 - ✓ التحذير والتنبؤ بالعراقيل المستقبلية التي سوف تواجهها المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.
 - ✓ تعتبر وسيلة استراتيجية للتسيير.
- وانطلاقا من نموذج بورتر للقوى الخمس المؤثرة في المؤسسة، يمكن تلخيص علاقة أنواع اليقظة الاستراتيجية بهذه القوى، والشكل الموالي يوضح ذلك تفصيلا:

الشكل رقم (6.1): علاقة أنواع اليقظة الاستراتيجية مع قوى التنافس الخمس لبورتر



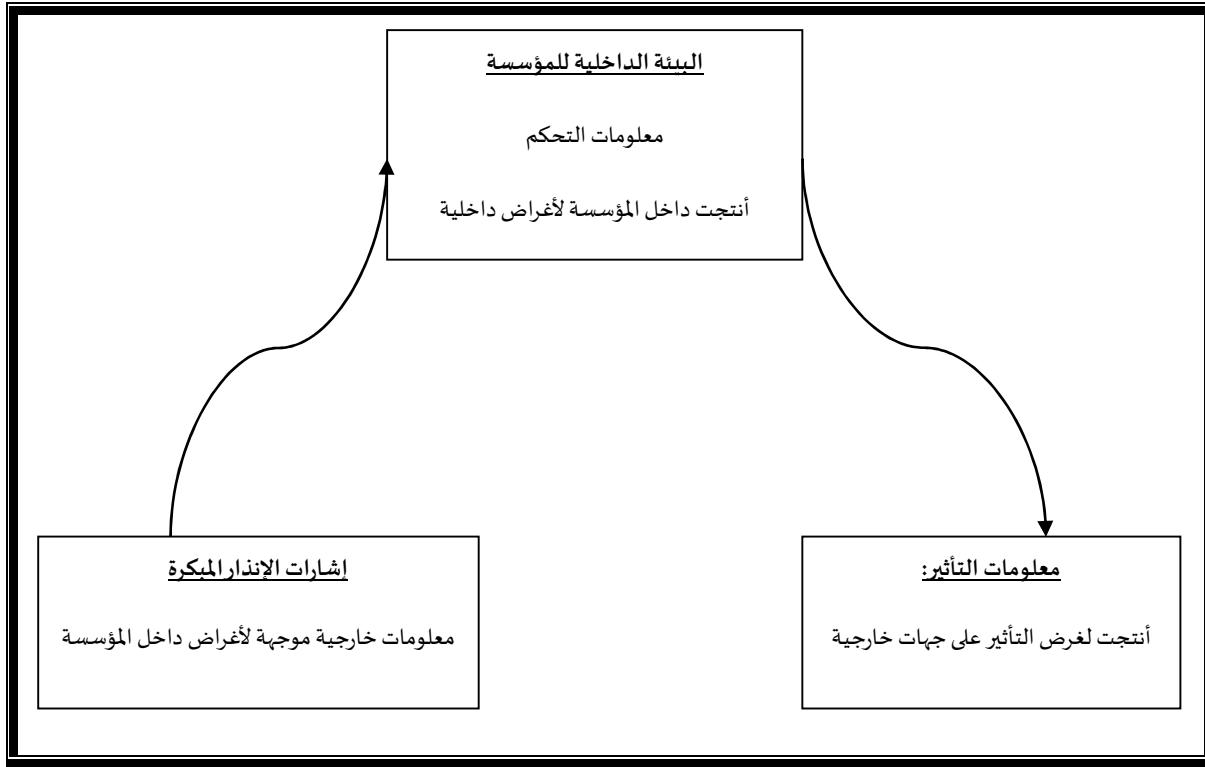
المصدر: حسان بويغاية، فعالية نظم المعلومات الاستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، غير منشورة، الجزائر، 2014، ص232

وبما أن المعلومة هي الشيء الضروري الذي تبحث عن اليقظة الاستراتيجية لصالح المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، فإنه يمكن التعرض إلى الأنواع الأساسية للمعلومات في النقاط التالية²²:

- **معلومات التحكم:** وتضم المعلومات التي تنتجها المؤسسة، وتوجهها لاستعمالها الداخلي، وتكتسي مغرفة هذا النوع، أهمية بالغة كونها تمكن المؤسسة من ان تقارن أداؤها بأداء أحسن المؤسسات، ويتم تسيير هذه المعلومات، عن طريق النظم المعلوماتية، كنظم الموارد البشرية، أو نظم الإنتاج ونظم الجودة، غير أنها لا تمثل وزنا كبيرا، بالنسبة لليقظة الاستراتيجية، حيث تعد معلومات مساندة فقط.
- **معلومات التأثير:** وهي المعلومات التي أنتجت داخل المؤسسة، ووجهت للاستعمال الخارجي، أي موجهة لأفراد ومجموعات، خارج المؤسسة، مثل العملاء ، الموردين، وتعتبر المعلومات التسويقية، من النظمة التي تقوم بتسييرها، وتبقى هي الأخرى مجرد معلومات مساندة لمعلومات اليقظة الاستراتيجية.
- **إشارات الإنذار المبكرة:** وتمثل المعلومات الأساسية، التي تسعى المؤسسة للحصول عليها، وتشمل المعلومات الاستراتيجية، التي جمعت خارج المؤسسة، والموجهة للاستعمال الداخلي، وهي تعبر عن التطورات، التي لم تتحقق دائما، وإنما تنبئ بحصول شيء له تأثير على المؤسسة، ويمكن توضيح الأنواع الثلاثة لهذه المعلومات من خلال الشكل الموالي:

²²حسان بوعايدة، مرجع سبق ذكره، ص232.

الشكل رقم(7.1): أنواع المعلومات الخاصة باليقظة الاستراتيجية



المصدر: حسان بوعباية، فعالية نظم المعلومات الاستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، غير منشورة، الجزائر، 2014، ص232

2.2. الخصائص العامة للذكاء الاقتصادي

في هذا العالم التنافسي، وحيث الجميع يسعى لأن يكون هو الأول، وجد مفهوم الذكاء الاقتصادي، والذي يعد من أهم وأحدث الأنظمة التي تضمن للمؤسسات على اختلاف أحجامها، وحتى للحكومات والدول الحفاظ على مكانها ومكانتها في السوق، على اعتبار أن المعلومة والمعرفة من أهم الموارد، التي تحاول المؤسسة الوصول إليها، واستخدامها بما يحقق الهدف والغاية، الأمر الذي يجعلها تحافظ على مكانتها في سوق منافسة ميزته الثابتة هي التغيير.

1.2.2. نشأة فكرة الذكاء الاقتصادي

على ضوء المعطيات الواردة، يمكن القول بأن البدايات الأولى لنظام الذكاء الاقتصادي يمكن استخلاصها تدريجيا في النقاط التالية:

- إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة، لا سيما ظهور إقتصاد السوق، وقد أوضح Fernand Braudel في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة

من القرن 15 إلى القرن 18، وأن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية والتجسس الاقتصادي وحتى التزوير²³، كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في الفكر العسكري والذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا العظمى كانت خلال فترة استعمارها تحصل على معلوماتها عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من أسرارها من البندقية.²⁴

- في الحرب العالمية الثانية لعب الذكاء الاقتصادي دورا مهما في الصراع مع ألمانيا، فقد كانت هناك حاجة لمعرفة كميات وأنواع العتاد الحربي لألمانيا لغرض خوض المعركة معها والتوقيت لها والتخطيط لنوع الحرب التي كان من المقرر خوضها، وبالفعل تم العمل على الحصول على بيانات ومعلومات مفصلة عن الصناعة الألمانية لغرض إستخدامها في الحرب ومعرفة نقاط القوة والضعف، حيث كان وجود الذكاء الاقتصادي في تلك المدة لتقييم القدرة لدعم الحرب، وكذلك لتقدير نقاط الضعف وأنواعها، وبعد الذكاء أفضل مؤشر بعيد المدى للكشف عن النوايا، وكيفية إستغلال نقاط الضعف التي يتم الكشف عنها²⁵.
- في سنة 1950، طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية لإنعاش إقتصادها²⁶.
- في سنة 1958، حيث يعتبر Luhn أول من أطلق مصطلح ذكاء الأعمال وهي تسمية قديمة للذكاء الاقتصادي، حيث يعد من مؤسسي العلوم المعلوماتية، بتقديمه طريقة لحل مشكلات التصنيف والتخزين معلوماتيا، وبهذا الأسلوب جمع بين أسلوبين، أسلوب الإستخبارات العسكرية، وأسلوب المعلوماتية لتشكيل ما يسمى بذكاء الأعمال Business Intelligence، وبهذا المصطلح صمم ما يسمى بذكاء الأعمال والذي يعتبر بذلك أول من قدم قاعدة لمصطلح الذكاء الاقتصادي²⁷.
- ما بين سنوات 1954-1961 وضعت الأساسيات لنماذج التخطيط الاستراتيجي، الذي ظهر في كتابات Harvard Business School، وهم من الأوائل الذين وضعوا مفهوم الحراسة المترجم لـ: المفاهيم

²³سميحة بن محياوي ونجاح منصري، الذكاء الاقتصادي كوسيلة لمكافحة التجسس الاقتصادي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتنقى الدولي حول: الذكاء الاقتصادي ومتطلبات التنمية يومي 9 و10 ماي 2012، جامعة عنابة، ص 6

²⁴رزاز العياشي، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجها في البرامج التعليمية، مجلة آداب الكوفة، المجلد 1، العدد 24، جامعة الكوفة، 2015، ص 6.

²⁵كريمة علي الجوهر وخديجة جمعة مطر، دور نظم المعلومات الحاسوبية في تعزيز الذكاء الاقتصادي دراسة تحليلية، مجلة الإدارة والاقتصاد، السنة التاسعة والثلاثون، العدد 107، العراق، 2016، ص 231.

²⁶شمس ضيات خلفاوي، الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد العاشر، مارس 2013، ص 229.

²⁷صونية بتغة، الذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الإستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، غير منشورة، الجزائر، 2016، ص 92.

المعمقة للتهديدات والفرص المرتبطة ببيئة المؤسسة، غير أنه حتى نهاية سنوات الستينات وضعت نقطة البداية لمفهوم الحراسة.

- في سنة 1960 استخدم Simon كلمة الذكاء Intelligence ليعبر عن القدرة على فهم المشاكل المطروحة مع مرحلة الإكتشاف والإدراك في البيئة²⁸.
- في سنة 1967 ساهم F.J.Aguilar في تقديم إضافة، والتي تمثلت في مصطلح المسح Scanning، وهو أسلوب الهدف منه دراسة وتحليل بيئة المؤسسة، واستخدم مصطلح الرادار، وهي أداة تشخيصية للحصول على المعلومة حول الأحداث، التوجهات والآفاق لتغيير وتطوير البيئة من أجل تحديد الفرص والتحديات الإستراتيجية.²⁹
- أول شكل من الأشكال الحديثة للذكاء الاقتصادي ظهر كأنظمة معلومات سنة 1970، حيث تم إدخال تطبيق البرمجيات مثل SPSS، حيث أصبح الوصول إلى البرامج الإحصائية من قبل المستخدمين النهائيين أكثر سهولة، ومنذ ذلك الحين يستخدم تخزين البيانات والاستعلام في معظم الأحيان لرصد الأداء ودعم إتخاذ القرارات، كما نضجت نظم المعلومات من وظائف أخرى داخل المؤسسة، حيث ظهر مصطلح (مستودع البيانات)، وأصبحت جداول البيانات ذات استعمال واسع منذ 1980 مما جعل البيانات الخام والمعلومات المعالجة أكثر توفر، نتيجة لذلك، بدأت المؤسسات ببناء تطبيقات تساعد على القيام بوظائفها، ونظم معالجة المعلومات لتطبيقات مثل إدارة المخزون وما شابه ذلك أصبح متاح على نطاق واسع في المؤسسات، وخلق قواعد بيانات جديدة كمنتج ثانوي³⁰.
- وضع Harold Wilensky كتاب بعنوان Organizational intelligence: المعرفة والسياسة في الحكومة والصناعة، في هذا المقال، يثير المؤلف قضيتين رئيسيتين هما: الاستراتيجيات الجماعية والتعاون بين الحكومات والشركات في إنتاج المعرفة المشتركة في الدفاع عن ميزة تنافسية، وأهمية "المعرفة" في الاقتصاد والصناعة كمحرك استراتيجي للتنمية والتغيير، حيث يتفق جميع المتخصصين اليوم لنؤكد أن Wilensky هو مؤسس لمفهوم الذكاء الاقتصادي. وهكذا دخلت إدارة البرامج التعليمية في منتصف 1980، لا سيما

²⁸ نسرين مغمولي، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه LMD في العلوم التجارية، جامعة بسكرة، غير منشورة، الجزائر، 2016، ص 3.

²⁹ صونية بنغمة، مرجع سبق ذكره، ص 93.

³⁰ محمد رقامي، أثر البقطة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي على تحسين الأداء في المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة عنابة، غير منشورة، الجزائر، 2015، ص 35.

تحت تأثير مؤلفين اثنين من أمريكا أخرى الاستراتيجية التنافسية لبورتر سنة 1980، والإدارة الإستراتيجية لفريمان سنة 1984³¹.

- وفي السويد، وبناء على مبادرة من ستيفان ديدجار من جامعة لوند في أوروبا، تمكن من خلق مركز أبحاث الذكاء الاجتماعي في أواخر 1960، وفي عام 1976 نظم تدريباً خاصاً لصالح طلاب الدكتوراه³².
- في سنة 1980، ومع عوامة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، إتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات، وكان لمايكل بورتر أستاذ في جامعة هارفارد الدور الكبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي³³، حيث قدم أول نموذج للذكاء الاقتصادي والذي تجاوز فيه جمع المعلومات، إلى مرحلة معالجة تلك المعلومات وإيصالها للمعنيين وتحويل المعلومات إلى ذكاء، وأن لا يقتصر على مجال المنافسة فحسب، وإنما يتعدى ذلك إلى جميع مجالات المؤسسة³⁴.
- في سنة 1989 قدم كلا من Goodman et Berkowitz كتاباً تحت عنوان Startegic intelligence وقد بينا فيه الفرق بين الذكاء العملياتي، والذي يشير إلى القدرة على إدارة المعلومات العملياتيّة في إطار محيط تنافسي، والذكاء الاستراتيجي والذي يشير إلى القدرة على إدارة المعلومة الاستراتيجية للتأثير في محيط المؤسسة³⁵.
- في بداية 1990 ظهر الذكاء الاقتصادي في فرنسا، حيث إعتد الفرنسيين في تكوين هذا المفهوم على جذور إنجلوسكسونية متناسين في ذلك التجربة اليابانية، وأول الدراسات حول الذكاء الاقتصادي كانت من طرف الرائدتين: Anguilar et Keegan وبدأ استحضار هذا المفهوم بعد تطور الأعمال حول مراقبة المحيط، والتي قام بها كل من Lesca et Martin والبحوث الأولية التي قام بها Lesca حول تسيير المعلومة وأهميتها للمسيرين والمختصين.
- في عامي 1993 و 1994، قررت الحكومة الفرنسية عبر لجنة التخطيط العام أن يجري التفكير الجماعي بصورة واسعة على تحديات مجتمع المعلومات، هذا العمل يجمع قادها هنري مارتتر، ثم رئيس الوكالة الفرنسية

³¹ Didier Lucas, **Introduction à L'intelligence économique et stratégique : Vers un nouveau paradigme de l'interaction concurrentielle**, Document De Travail, Québec, Février 2001, p :03.

³² Didier Lucas, Op, p :03.

³³ زرار العياشي ومحمد مداحي، مرجع سبق ذكره، ص215.

³⁴ محمد نعمة محمد الزبيدي، الذكاء الاقتصادي مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الإقتصاد العراقي، أطروحة دكتوراه فلسفة في العلوم الاقتصادية، جامعة القادسية، غير منشورة، العراق، 2017، ص27.

³⁵ أبو بكر خوالد، الذكاء الاقتصادي كمدخل لتفعيل وظيفة التسويق في المصارف، ورقة بحثية مقدمة إلى الملئقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص

للتوحيد العديد من الخبراء (الأكاديميين والصناعيين وكبار المسؤولين)، حيث أن النتائج التي توصل إليها التقرير الذي نشر تحت عنوان الاستخبارات الاستراتيجية اقتصادية والشركات التي تقوم على الجهود التي ينبغي تحقيقها في ثقافة المعلومات الاستراتيجية (مجموعة من المنهجيات التحليلية والمعلومات القيمة)، وتحليل مقارن للممارسات الأجنبية كشف تأخير كبير في فرنسا واليابانية المنافسة لها، الأمريكية، الألمانية والبريطانية، للتغلب على هذا العجز الأداء، وبالتالي القدرة على المنافسة، يقترح المؤلفان تطوير التدريب المتخصص في مجال التعليم العالي، التعميم مساعدة لتنفيذ بنية الذكاء الاقتصادي في المقابلة، وكان لهذه الدراسة نتائج معينة، شركات حررت نفسها من ترددهم نحو هذا التخصص، الدروس تضاعفت، لم يعد من المحرمات الخطاب على الذكاء الاقتصادي، سواء على مستوى الدولة أو بين الخواص³⁶.

³⁶ Didier Lucas, Op, p :04

الجدول رقم (1.1): تطور نشأة مفهوم الذكاء الإقتصادي

السنة	الكاتب أو الدولة	بلورة مفهوم الذكاء الاقتصادي
1870	بريطانيا	ظهر مصطلح الذكاء الإقتصادي في الفكر العسكري والذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا العظمى كانت خلال فترة استعمارها تحصل على معلوماتها عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من أسرارها من البندقية.
1950	اليابان	طورت اليابان نظام الذكاء الإقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية لإنعاش إقتصادها
1958	Luhn	أول من أطلق مصطلح ذكاء الأعمال وهي تسمية قديمة للذكاء الإقتصادي، حيث يعد من مؤسسي العلوم المعلوماتية، بتقديمه طريقة لحل مشكلات التصنيف والتخزين معلوماتيا
1960	Simon	استخدم كلمة الذكاء Intelligence ليعبر عن القدرة على فهم المشاكل المطروحة مع مرحلة الإكتشاف والإدراك في البيئة
1967	F.J.Aguilar	ساهم في تقديم إضافة، والتي تمثلت في مصطلح المسح Scanning، وهو أسلوب الهدف منه دراسة وتحليل بيئة المؤسسة، واستخدام مصطلح الرادار.
1970	/	حيث تم إدخال تطبيق البرمجيات مثل spss، حيث أصبح الوصول إلى البرامج الإحصائية من قبل المستخدمين النهائيين أكثر سهولة
1980	الولايات المتحدة الأمريكية	حيث قدم M.PORTER أول نموذج للذكاء الإقتصادي والذي تجاوز فيه جمع المعلومات، إلى مرحلة معالجة تلك المعلومات وإيصالها للمعنيين وتحويل المعلومات إلى ذكاء
1989	Goodman et Berkowitz	قدما كتابا تحت عنوان Startegic intelligence وقد بينا فيه الفرق بين الذكاء العملي والذكاء الإستراتيجي.
1990	فرنسا	وأول الدراسات حول الذكاء الاقتصادي كانت من طرف الرائدتين: Anguilar et Keegan وبدأ استحضار هذا المفهوم بعد تطور الأعمال حول مراقبة المحيط.
1994	فرنسا	قررت الحكومة الفرنسية عبر لجنة التخطيط العام أن يجري التفكير الجماعي بصورة واسعة على تحديات مجتمع المعلومات، بقيادة Martre.
2002	Minefi	أدمج Minefi مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على الأدبيات السابقة

وبالتالي ومنذ الحرب العالمية الثانية، كانت المؤسسات الانجلوسكسونية تستخدم مصطلح business Intelligence وتعني بالذكاء الاستعلام، المعلومة، أما أصله فهو البحث عن المعلومات من أجل التجسس لأهداف حربية، هذا المصطلح ما فتى أن انتقل تداوله من المجال الحربي إلى المجال الاقتصادي، خاصة مع نهاية الخمسينيات من القرن الماضي، أين شرعت المؤسسات الكبرى في ممارسة هذا المفهوم، والمقصود هنا ليس التجسس ولكن الاستعلام الاقتصادي الذي تطبقه المؤسسة، والتي تهدف منه إلى عدم التماثل في المعلومات بينها وبين

المنافسين لصالحها³⁷، وجدير بالذكر في هذا الصدد أن أول تعريف للذكاء الاقتصادي وضع في عام 1967 من طرف Harold Wilensky وقد ورد في كتابه الموسوم بـ: *L'Intelligence organisationnelle* فهو يعرف الذكاء الاقتصادي كنشاط إنتاج المعرفة، التي تخدم الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية للمؤسسة³⁸، أما في فرنسا فتم نشر تقرير سنة 1994 عرف بـ: *Rapport Martre* تحت عنوان: *Intelligence économique et stratégie des entreprises*، تطرق فيه مارتر وزملاءه إلى المعالجة الدقيقة للتطورات الرئيسية، التي شهدتها الساحة الدولية ما بين نهاية السبعينات إلى بداية التسعينات من القرن الماضي، منها سقوط المعسكر الشيوعي ونهاية الحرب الباردة التي كانت سائدة³⁹، وفي سنة 2002 أدمج Minefi مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

2.2.1 مفهوم الذكاء الاقتصادي

الصعوبة الأولى التي نجدها عند الحديث عن الذكاء الاقتصادي هي الوصول إلى تعريف دقيق لهذا المصطلح، حيث يبقى الذكاء الاقتصادي متلونا، فهناك جوانب مختلفة للذكاء الاقتصادي، وبالرغم من ذلك فإن مجالات التطبيق والتنافسية التي يشملها الذكاء الاقتصادي تساهم بشكل أو بآخر في تحقيق فهم موحد لهذا المصطلح.

- عرفه Gartner في نهاية سنة 1980 على أنه مجموعة الإجراءات التي يقوم بها الإنسان بهدف الوصول إلى المعلومات وإستكشافها، ثم تحليلها، وتطوير طريقة فهمها، مما يؤدي إلى تحسين إتخاذ القرار⁴⁰.
- الذكاء الاقتصادي هو الإتقان المتضافر من المعلومات والمشاركة في إنتاج معرفة جديدة، بل هو فن اكتشاف التهديدات والفرص، من خلال تنسيق جمع وفرز وتخزين والتحقق من صحة وتحليل ونشر المعلومات ذات الصلة، أو استراتيجية لأولئك الذين في حاجة إليها، لذلك سوف تحتاج إلى حماية كافية في كل مراحل تطوره: اقتناء وتجهيز والاستغلال والتراث في الدخل مع إيلاء اهتمام خاص لأماكن العمل⁴¹.

³⁷ عبد الفتاح بوخمحم ومحمد صالح، الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الاردنية، 23-26 أبريل 2012، ص 348.

³⁸ إلياس العبداني وحمزة ضويفي، الذكاء الاستراتيجي كألية لدعم وتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 8-9 نوفمبر، 2010، ص 10.

³⁹ Eric Delbecque, *l'intelligence économique*, institut d'études et de recherche pour la sécurité des entreprises PUF, 2006, P :49.

⁴⁰ سميحة بن محياوي ونجاح منصري، الذكاء الاقتصادي كوسيلة لمكافحة التجسس الاقتصادي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الذكاء الاقتصادي ومتطلبات التنمية يومي 9 و10 ماي 2012، جامعة عنابة، ص 6.

⁴¹ Bernard Besson et Jean Claude Possin, *L'audit D'intelligence économique*, 2 edition, Dunod, Paris, 2002, p :3.

- أما Alain juillet فقد أشار إلى مفهوم الذكاء الاقتصادي على أنه مفهوم جديد عرف وكون منذ عشرين سنة، مشيراً إلى أن هذا المفهوم يتوجه إلى السيطرة وحماية المعلومة الاستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي، أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير المعلومة الاستراتيجية التي تسمح بالتحديد الجيد لنشاط ومحاور تطور المؤسسة في ظل بيئة أعمال تتصف بالتطور المستمر والتعقيد الشديد، هنا امن المعلومة يمكن أن تتعلق كذلك بحماية الاقتصاد الوطني من جميع أشكال الجوسسة الاقتصادية وقرصنة الأساليب والمخططات الإنتاجية للمنتوجات المحلية، وهو ما يلزم السلطات الوصية باتخاذ الاحتياطات والحذر الضروريين بفضل الذكاء الاقتصادي⁴².
- وجاء تقرير المفوضية العامة لإستراتيجية الذكاء الاقتصادي لتعرفه بأنه مجموعة الإجراءات المنسقة للأبحاث، التجهيز وتوزيع الاستغلال المعلومات المفيدة للفعاليات الاقتصادية، وتجري هذه الحقوق من الناحية القانونية مع كل ضمانات الحماية للحفاظ على أصول الشركة، في أفضل الظروف من حيث الجودة والوقت والتكلفة⁴³.
- إن الذكاء الاقتصادي بعبارة أخرى، يهتم بكل ما يجري ويفعل في الأسواق، وهو نظام كامل تتوحد فيه التقنيات والكفاءات البشرية، إن التحدي المفروض اليوم هو الوصول إلى المعلومة الصحيحة وليس التقريبية قبل الآخرين، لأنها تساعد على حل المشاكل والوقاية، بأخذ القرارات المناسبة وسبق المنافس وتطوير أساليب العمل والمنتوج في وقت وجيز⁴⁴.
- الذكاء الاقتصادي هو أكثر من مجرد استراتيجية أو نهج: هو التزام، آداب وفلسفة إدارية ، ولتكون فعالة، يجب أن تؤدي إلى خلق وتجديد المعارف والمهارات في الأعمال التجارية، فهي عملية استقصاء معلومات الأعمال لجمع ومعالجة وتحليل ونشر المعلومات على الطابع الاستراتيجي والاقتصادي في المؤسسات⁴⁵.
- ويعرف الذكاء الاقتصادي Christian Harbulot حسب بأنه البحث والتفسير المنهجي للمعلومات في متناول الجميع، من أجل فك نوايا اللاعبين ومعرفة قدراتهم، فإنه يشمل جميع العمليات لرصد البيئة

⁴² Daniel Rouach, **la Veille technologique et L'Intelligence économique**, presses universitaires de France, 5edition, 2010 , P :10.

⁴³ Philippe Baumard, **Veille stratégique organiser la veille sur les nouvelles technologies de l'information**, Le CIGREF, septembre 1998, p :8.

⁴⁴دور بن نافلة، القياس المقارن بالافضل في خدمة الذكاء الاقتصادي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص 4.

⁴⁵ Bernard GUILHON ET Jean Louis LEVET, **De L'intelligence économique à l'economie de la Connaissance**, ECONOMICA, Paris, 2003, p :114.

التنافسية (الحماية الاحتياطية والنفوذ)، ويختلف الذكاء الاقتصادي عن المعلومات التقليدية عن طريق: طبيعة نطاقها، لأنه يتعلق في مجال المعلومات المفتوحة، وبالتالي يتطلب الامتثال لأخلاقيات ذات مصداقية، هوية فاعليها، بقدر ما كل الموظفين والتدريب، وليس فقط الخبراء المشاركين في بناء ثقافة جماعية من المعلومات، حساسة ثقافيا، لأن كل اقتصاد الوطني أنتج النموذج الأصلي للمخبرات الاقتصادي، وأثر على الاستراتيجيات التجارية والصناعية يختلف تبعا لكل بلد⁴⁶.

● وحسب Henri Martre فإن الذكاء الاقتصادي هو المعلومات التي يتم الرجوع إليها ومعالجتها، والمستهدفة لتوضيح القرارات، ولاتخاذ القرارات الاقتصادية المثلى، يجب علينا أن نفهم جيدا الواقع الذي ينطبق عليه، كما في الانطباقية، ونحن نستخدم العناصر المستمدة هنا وهناك لرسم صورة تكون قريبة نوعا ما إلى الواقع⁴⁷.

● هو قدرة المؤسسة على فهم، توضيح، تخطيط تنبؤ، حل المشاكل، التفكير بطريقة مختصرة، التعلم من أجل زيادة المعرفة التنظيمية، توفير المعلومات لعمليات الصناعة، واتخاذ القرارات، تمكين الأنشطة الفعالة، والمساعدة في بناء وتحقيق أهداف مؤسسات الأعمال⁴⁸.

● حسب كل من Guilhon et Levet لا ينبغي أن يقتصر الذكاء الاقتصادي إلى ممارسات اليوم، بل هو نهج استراتيجي للمؤسسة لتجاوز سلوكيات التعامل، فهو ضروري ولكنه غير كافي لتعزيز نمو المؤسسة⁴⁹.

● هو مجموعة الأبحاث والتصنيع والتوزيع للاستغلال، وكل المعلومات المفيدة للفعاليات الاقتصادية، وتجري هذه الحقوق من الناحية القانونية مع جميع الضمانات والحماية اللازمة للحفاظ على ارث المؤسسة، في أفضل الظروف من الجودة والوقت والتكلفة⁵⁰.

⁴⁶ Eric Delbecque, **l'intelligence économique questions judiciaires**, institut d'études et de recherche pour la sécurité des entreprises, presses universitaires de France, paris, 2006, p :53.

⁴⁷ Daniel Rouach, p :11.

⁴⁸ محمد علي آري، نحو منظور متكامل لمعمارية تقناتية مقترحة للذكاء الأعمال في متاجر المفرد منظور جزئي، مجلة زانكو، المجلد17، العدد1، جامعة دهوك، العراق، 2014، ص3.

⁴⁹ Zineb Slimani, **La position de L'intelligence économique Au Maroc**, Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme d'études supérieures de l'université, université Mohammed5, Souissi, Maroc, juin 2012, p :55.

⁵⁰ Anna Leymarie, **La Diffusion des résultats de la veille : enjeux, méthodes et pratiques, le cas de l'institut national de l'Environnement Industriel et des Risques**, Institut national des sciences et techniques de la documentation, France, 2012, p :15.

● عرفه كل من Pittimaki et Hannula بأنه عملية منظمة ومنسقة تتمكن من خلالها الوحدات الاقتصادية من جمع وتحليل ونشر المعلومات المهمة الخاصة بالنشاطات الاقتصادية⁵¹.
وفق ما تم ذكره سابقاً فإن الذكاء الاقتصادي هو نظام، أو أسلوب عمل من المتطلبات الأساسية في إدارة الأعمال الحديثة، يقوم على مبدأ رصد البيئة وجمع ومعالجة وتحليل المعلومات واستخدامها، بطريقة تكفل دعم عملية اتخاذ قرارات صحيحة تساهم في تحقيق الأهداف التي ترجوها أية مؤسسة بما يحقق الأداء المطلوب في ظل البيئة التنافسية الحادة التي تعيش فيها⁵².

فالذكاء الاقتصادي يحمل فكرة إنتاج المعلومة ودورانها ومعالجتها، وكذلك فكرة الحياة ونشر المعلومة، إلا أنه يهتم بالمعلومة المفيدة والملائمة، فهذه المعلومات التي يلتقطها ويحللها ويحميها ويبيثها، تعمل على الكشف عن التهديدات والفرص التي قد تواجه المؤسسة، ضف إلى ذلك مراقبة وحماية التراث العلمي والتكنولوجي والتنافسي للمؤسسة، لصياغة استراتيجيات تأثيرية *Stratégies d'Influence* تكون في خدمة المؤسسة⁵³.

تأسيساً على ماسبق من تعريفات للذكاء الاقتصادي من طرف بعض الإقتصاديين، يمكن القول بأن الذكاء الاقتصادي يتكون من جميع المفاهيم والأدوات والمنهجيات والممارسات التي تجعل من الممكن أن نربط، بطريقة مناسبة، بالمعرفة والمعلومات المختلفة بهدف معالجة وتحليل المعلومات والمعرفة الموجهة نحو أهداف تشغيلية؛ وتدفع فعال للمعلومات والمعارف داخل المؤسسة، حيث أن الذكاء هو نظام معلومات شامل هدفه تقديم المعلومة الإستراتيجية إلى أصحاب القرار بشكل سريع لتعزيز تنافسية مؤسساتها.

3.2.1. العوامل المساعدة على بلورة مفهوم الذكاء الاقتصادي

شرعت المؤسسات المتعددة باستخلاص البيانات ودراستها وإدراك مضامينها من أجل استخدامها لدعم أعمال صناعة القرارات بقصد تطوير العمليات والأنشطة المختلفة وأعمالها، ومن جانب آخر فإن القوانين والتشريعات بحاجة إلى عمل يقود إلى تثبيت إجراءات الأعمال وتأشير التشريع الخاص بالبيانات والمعلومات التي توضح كيفية عرضها في التقارير⁵⁴.

⁵¹ شرفية العابد، الذكاء الاقتصادي كآلية لتطوير وعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص 8.

⁵² خالد قاشي ورافع دية، الذكاء الاقتصادي آلية لدعم إدارة العلاقة مع الزبون في منظمات الأعمال الحديثة، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد 01، 2015، ص 150.

⁵³ زهر علمي، أهمية الذكاء الاقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، العدد الاقتصادي 20(1)، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2015، ص 23.

⁵⁴ مزهر شعبان العاني وآخرون، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 25.

ولما كانت التكنولوجيا قد اختزلت دورة حياة المؤسسات والأعمال وبشكل ملحوظ، فإن جانباً من النجاح يمكن إن يعزى إلى غزارة البيانات والمعلومات التي تم إيداعها في قواعدها الخاصة تحضيرا لأعمال صناعة واتخاذ القرارات التنافسية المطلوبة، علما أن المديرين يطلبون البيانات والمعلومات وفي الوقت المحدد والمكان المقصود، وما تقدم يؤشر لنا ضرورة بناء نماذج أحدث للذكاء الاقتصادي، لتقود المؤسسة المعنية إلى ممارسة أعمالها بذكاء عال، ويبقى على إدارة المؤسسة المعنية قيادة إدارة الذكاء الاقتصادي كونه يضم الجانب الاستخباراتي المهم والضروري لتنفيذ أعمال المؤسسة وبالشكل السليم، ومن بين الجوانب المساعدة على بلورة مداخل ناجحة لخدمة إدارة الذكاء الاقتصادي التطبيقات التالية⁵⁵:

- تصنيف الزبائن والذي من شأنه توليد قيمة للأعمال، ويجرى التصنيف من شكل العلاقة ونوع الخدمة وشكل البيع (التجزئة والجملة).
 - التهيؤ لعقد صفقات الشراء الجديدة، حيث ينتظر أن تضيف الصفقة الجديدة قيمة للمؤسسة وبما يخدم الزبائن الحاليين والمحتملين واستكشاف إمكانية رفع طاقة خط الإنتاج في ضوء عدد الطلبات المحتملة وكل ذلك ينعكس على ربحية المؤسسة.
 - القيمة التي يتوقعها الزبون جراء قيامه بالشراء من هذه المؤسسة أو تلك، وأن ناتج قرارات الشراء الخاصة بالزبون تساهم في توليد الحالة التفاعلية بين الزبون والمؤسسة، ومن شأن مثل هذه القرارات انعكاساتها على ربحية المؤسسة.
 - الكشف عن حالات التلاعب والاحتيال وقبل وقوعه، إذ تساعد البيانات والمعلومات إدارة المؤسسة في التحصن إزاء حالات التلاعب، والقيام بالأفعال السريعة والآنية.
 - تحصيل الزبون من خلال القيمة التي تودها، البيانات والمعلومات وإبعاد الخسارة عنه، أو الاندفاع نحو زيادة عدد الزبائن، وما تولدها هذه الزيادة من قيمة إضافية لصالح المؤسسة.
 - قنوات الاتصال أو التوزيع وأفضليتها في توليد القيمة الإضافية لصالح كل من الزبون والمؤسسة، من حيث إيصال الخدمة أو السلعة للزبون المعني دون تحميل المؤسسة تكلفة إضافية.
- ويمكن تلخيص الدور المهم الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في النقاط التالية⁵⁶:
- دعم عمليات الأعمال من خلال تتبع المنافسين الحاليين والمستقبليين، وتحليل الأسواق، وتطوير منتجات جديدة ومرجحة، ومتابعة التطورات التكنولوجية.

⁵⁵ نفسه، ص 26.

⁵⁶ أكرم محسن الباسري وأحمد عبد الله الشمري، مفاهيم معاصرة في الإدارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة، الجزء السادس، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 250.

- مساعدة منظمات الأعمال في تجنب المفاجآت، وتحديد الفرص والتهديدات، وتحديد ضعف المؤسسة، وتجاوز المنافسة بطرق التفكير، وحماية راس المال الفكري.
- توظيف الأدوات القيمة للذكاء الاقتصادي كقاعدة البيانات المعرفية، ونظام الاتصالات الداخلية، في إدارة المعرفة للمؤسسة وتحقيق القيمة المعرفية.
- توجيه تكنولوجيا الذكاء الاقتصادي لمساعدة العاملين في فهم البيانات بسرعة تمكنهم من اتخاذ قرارات أفضل وأسرع، ومن ثم الارتقاء بمستوى كفاءة وفاعلية المؤسسة.
- الحصول على رؤى عمليات الأعمال في الوقت المطلوب، ودعم عملية اتخاذ القرارات في كل المستويات المؤسسية لتحويل المعلومات إلى ميزة تنافسية.
- إدارة المعرفة ودعم عمليات الأعمال بشكل عام، وصناعة القرار بشكل خاص، يسهم في تعظيم قيمة مؤسسات الأعمال، ويزيد من فاعلية تلك المؤسسات.

4.2.1. متطلبات ممارسة الذكاء الاقتصادي ومستوياته

في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، وكنتيجة حتمية لتعاظم دور الذكاء الاقتصادي، فإن هذا الأخير يتطلب نقاط معينة لممارسته بالشكل المنوط له، دون نسيان وود مستويات معينة لعملية الذكاء الاقتصادي.

أولاً: متطلبات ممارسة الذكاء الاقتصادي: حيث أنه يتطلب نمط تفكير وتصرف جديد ومنهجية تركز على دعائم أساسية داخل المؤسسة، ويمكن سرد متطلبات ممارسة الذكاء الاقتصادي كما يلي⁵⁷:

- الاقتناع بأهمية البيئة المحيطة للمؤسسة واستحداث أساليب للتعامل مع مكوناتها والتأثير فيها.
- الاعتراف بالسوق وآلياته، واعتباره الأساس في نجاح المؤسسة أو فشلها، وقبول أحكامه لأنه الفاصل في تقييم أدائها.
- اعتبار المعلومة مورداً استراتيجياً وتسييرها يمكن المؤسسة من إحداث تفوق وسبق على المنافسين.
- استيعاب التكنولوجيا الجديدة والمتجددة كعنصر حاكم لتفكير الإدارة واختياراتها، والاستخدام الذكي لتكنولوجيا المعلومات وإعادة رسم وتصميم التنظيمات والأساليب التسييرية وفقاً لمعطياتها، والعمل على تحسين كفاءة العمليات التشغيلية.
- توفير الوعي ورغبة الاستثمار في عمليات مساندة المستجدات العلمية والتكنولوجية لمسيرة المؤسسات، وقبول المنافسة كواقع ضروري والسعي لتحقيق السبق على المنافسين ومن ثم التميز.

⁵⁷ خالد قاشي ورافع دية، مرجع سبق ذكره، ص 151.

- البحث والحصول على المعارف والمعلومات واعتماد الجدية المستمرة في عملية الرصد والمراقبة للميادين المنشئة للقدرات التنافسية والتكنولوجية.
- رصد المتغيرات وتوقع آثارها المحتملة والكشف عن الفرص البيئية المتاحة، والإعداد لاستثمارها مع كشف على المعوقات والإعداد لتفادي آثارها.

ثانياً: مستويات الذكاء الاقتصادي: يصنف الذكاء الاقتصادي إلى مستويين اثنين هما⁵⁸:

أ/ **المستوى الجزئي:** حيث تعتبر المؤسسة المجال الطبيعي لتطبيق الذكاء الاقتصادي، لأنه يمثل قبل كل شيء منهجاً اقتصادياً يعمل على تحديد التهديدات والفرص التي تواجهها، عبر توريد المعلومة المفيدة لمتخذي القرار فيها، وفق مقاربتين لتسيير المعلومة، إحداهما دفاعية تهتم بالحفاظ على الإرث المعلوماتي، والثانية هجومية تهدف إلى دعم مركزها التنافسي.

ب/ **المستوى الكلي:** حيث تضطلع المؤسسات العمومية بإرساء منظومة للذكاء الاقتصادي من خلال وضع الاستراتيجيات الكفيلة باختراق الأسواق الخارجية بجميع الوسائل المشروعة والممكنة اقتصادية كانت أو سياسية أو اعلامية أو ثقافية، وذلك من خلال التنسيق وتبادل المعلومات بين المراكز العليا للقرار، وهي الوزارات المعنية كوزارة التعليم العالي والبحث العلمي ووزارة الاقتصاد والتجارة، وكذا وزارة الخارجية، مع ضمان التواصل بين فروع الشركات الكبرى ومراكز البحث العلمي والخبراء وغرف الصناعة والتجارة.

3.1.3.1. سيرورة الذكاء الاقتصادي

يهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به، انطلاقاً من المستوى الداخلي للمؤسسة، مروراً بالمستويات الوسيطة وصولاً للمستويات الوطنية، ثم المستويات المتعددة الجنسيات أو الدولية.

1.3.1.1. العلاقة بين الذكاء الاقتصادي وبعض المصطلحات الشبيهة

هناك بعض المفاهيم التي تشترك مع الذكاء الاقتصادي في مجملها في كونها تهدف إلى الوصول إلى المعلومة أو تحقيق السبق في الحصول عليها، والتي قد تحتاجها المؤسسة بهدف التعرف على منافسيها بالدرجة الأولى، أو الدولة عن الوضع الراهن الذي تعيش فيه، لهذا سنحاول في هذا المطلب التطرق إليها، وتوضيح أهم الفروقات الموجودة بينها وبين الذكاء الاقتصادي.

⁵⁸ شريفة العابد، مرجع سبق ذكره، ص12.

أولاً: **العلاقة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية**: تأسيساً على ما سبق، يمكن أن نلاحظ أن مفهومي الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية مفهومان متقاربان حيث أن هناك من يعتبر مفهوم اليقظة هو نفسه الذكاء الاقتصادي، في حين يرى البعض الآخر أن هناك اختلافات بين المفهومين، وهناك من المفكرين من يرى أن مفهوم اليقظة هو مكمل للذكاء الاقتصادي، وهناك مدخلان يتنازعان في تحديد طبيعة العلاقة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية، هما كالتالي⁵⁹:

المدخل الأول: وهو يعتبر اليقظة مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي، وهي تهتم في مضمونها برصد محيط المؤسسة (المحيط التنافسي، التكنولوجي، التجاري، القانوني...)، وهي عملية منظمة ومستمرة بغرض البقاء على علم لكل المستجدات في القطاع الذي تشغله المؤسسة، وتنتهي هذه العملية السابقة (اليقظة) القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية والمناورات التكتيكية، بما يخدم أهداف المؤسسة.

المدخل الثاني: وهو عكس الاتجاه الأول، حيث يتبنى التعارض بين المفهومين، بحيث يعتبر أن اليقظة هي رد فعل، أما الذكاء الاقتصادي هو الفعل.

وبالرجوع إلى أسبقية الوجود، نجد أن الذكاء الاقتصادي قد بدأ العمل به والتفكير فيه مع بداية التسعينات من القرن الماضي، في حين نجد أن اليقظة الاستراتيجية قد بدأ العمل بها في منتصف الثمانينات.

الذكاء الاقتصادي = اليقظة + حماية أصول المعلومة + إجراءات التأثير

يشمل الذكاء الاقتصادي على بعدين آخرين مقارنة باليقظة الإستراتيجية واللذان هما⁶⁰:

- ✓ من جهة، نجد القدرة على التأثير، وهنا يمكن القول أنه فن استخدام المعلومة لإبراز نفوذها في الأسواق.
- ✓ من جهة ثانية، حماية أصول المعلومة، وهذا يعني قدرة المؤسسة على الحفاظ على المعلومات المتعلقة بها، مهاراتها، الخيارات الاستراتيجية لها في سبيل مواجهة المخاطر المتعلقة بالإهمال.

⁵⁹ جمال الدين سحنون عبد الله بلهادية، نحو تبني استراتيجية للذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا للبلدان العربية، جامعة الشلف، 2007، ص 40.

⁶⁰ Guillaume Ebelmann, *Intelligence économique Enjeux, définitions et méthodes*, 2003, P : 5.

الشكل رقم (8.1): مكونات الذكاء الإقتصادي



المصدر: عبد الوهاب سيواني، نحو إدماج الذكاء الإقتصادي في تسيير الإقتصاد الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر، 2015، ص64.

إستقراءاً للشكل السابق، فإن قلنا بأن اليقظة الإستراتيجية هي الجانب المهم والمكمل للذكاء الإقتصادي، فهذا يعطي لهذا الجانب صفة الهجومية، أما حماية أصول المعلومة وإجراءات التأثير كما تحويها المعادلة السابقة، فهذا يقدم لنا الجانب الدفاعي للذكاء الإقتصادي، واتحاد هاذين الجانبين يعطي لنا الصورة المكتملة لمفهوم الذكاء الإقتصادي.

لذا فإن قلنا بأن للذكاء الإقتصادي له جانبين هجومي ودفاعي فهذا يعني⁶¹:

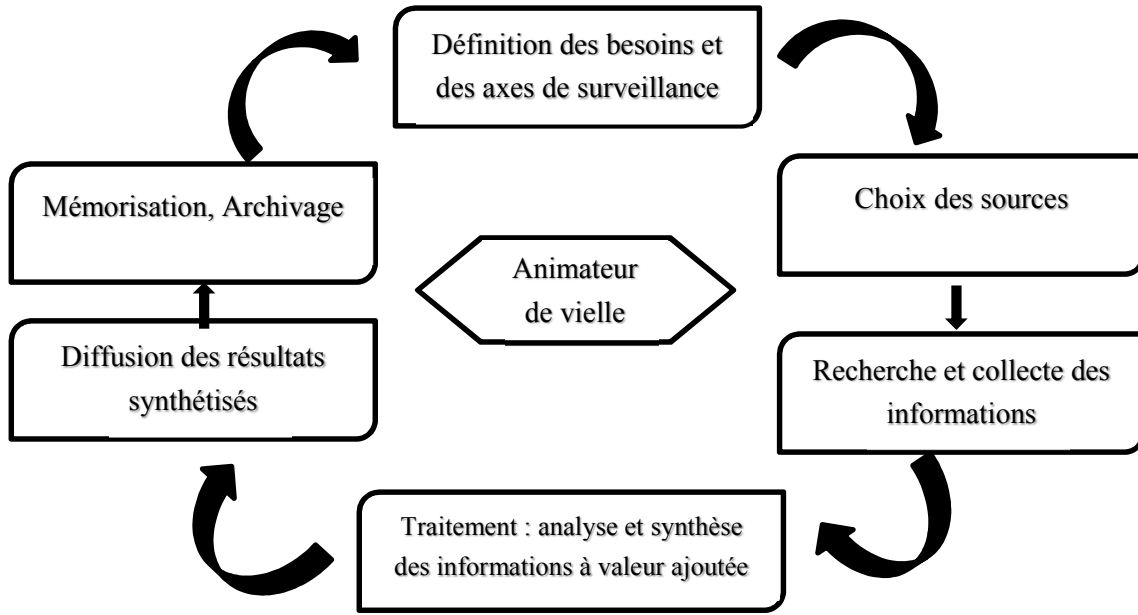
- هجومي لأنه على وشك أن يكون في حالة تأهب دائم، للذهاب إلى مقدمة المعلومات واستغلالها بذكاء.
- دفاعي لأنه من الضروري العناية بكل لحظة بحماية معلوماتها الخاصة، من تراثها غير المادي وأن تكون في موقف تحليل المخاطر في كثير من الأحيان في المقام الأول، لتحديد التهديدات الخاصة بشبكة الكمبيوتر الخاصة به من خلال ضمان أمن نظامها وبياناتها.

كما أن اليقظة تعني الجمع، أما الذكاء فيعني العلاج والتحليل، في حين أن مفهوم اليقظة يلفت الانتباه في نفس الوقت إلى أهمية اليقظة الاستراتيجية خصوصا في ظل تكنولوجيا المعلومات، المنافسة، الأسواق، وبالتالي وفيما يخص مرحلة جمع المعلومات فإن الذكاء الاقتصادي يعني فهم المعلومات، حيث أن هذه المعلومات لا يمكن اعتبارها مادة أولية استراتيجية ما لم يتم تحليلها من قبل المؤسسة⁶²، والشكل الموالي يوضح مراحل اليقظة الاستراتيجية.

⁶¹ Dorothee LEVEUGLE et Anne Laure SAUTREAU, L'intelligence économique et la veille stratégique ou la valeur ajoutée de l'information, Master 2ICD, 2008, p : 10.

⁶² Ibid, p :5.

الشكل رقم (9.1): مراحل اليقظة الاستراتيجية



Source : Guillaume Ebelmann, *Intelligence économique Enjeux, définitions et méthodes*, 2003, P : 5.

استقراء المعطيات الشكل السابق، يمكن أن نستخلص مراحل اليقظة الاستراتيجية يمكن تلخيصها في النقاط

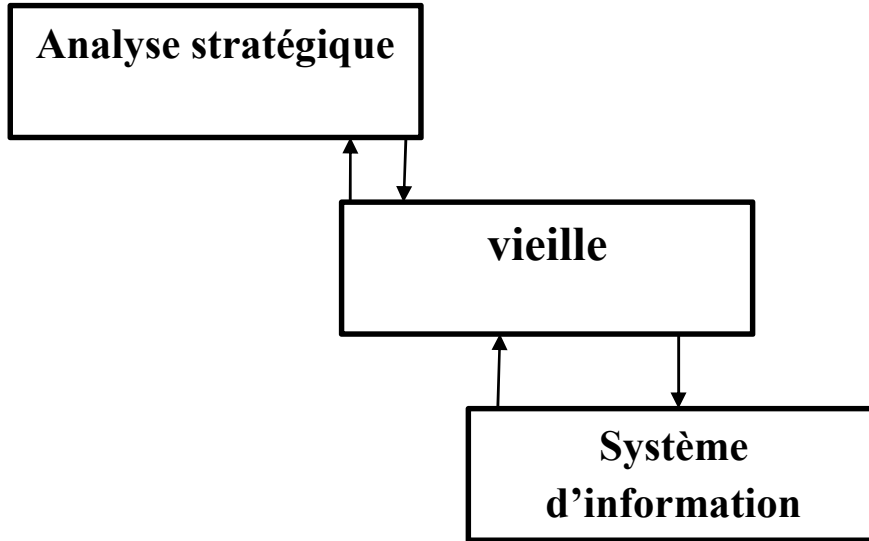
التالية:

- تعريف الإحتياجات ومحاور اليقظة.
- إختيار المصادر.
- البحث عن المعلومة وجمعها.
- علاج وتحليل وتوليف المعلومات ذات القيمة المضافة.
- نشر النتائج المركبة.
- الحفظ والأرشفة.

مما سبق يمكن أن تستنتج بأن اليقظة الاستراتيجية مفهوم وعملية محتواة في الذكاء الاقتصادي، فحسب Sylviane Descharmes (2004) الذي يرى بأن الذكاء الاقتصادي يحتوي على عدة عناصر ألا وهي: الأمن الاقتصادي، اليقظة، المعلومة، إدارة المعرفة، حيث أن الذكاء واليقظة يتفاعلان فيما بينهما بمختلف قوى التنافس الخمس التي وضعها بورتر.

وبالرغم من حداثة مصطلح الذكاء الاقتصادي، غير أنه من الضروري وضع إطار منهجي له، وذلك لا يتم إلا بتنسيق المفاهيم الثلاثة المتعلقة به، ألا وهي: التحليل الاستراتيجي، اليقظة ونظام المعلومات، ويمكن تبيان ذلك في الشكل المخطط التالي:

الشكل رقم (10.1): تنسيق المفاهيم المتعلقة بالذكاء الاقتصادي



Source : Ilhème Ghalamallah, **proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle dans un contexte d'Intelligence Economique**, thèse de doctorat en informatique, université de Toulouse, France, 2009, p :31

نستنج من الشكل السابق بعض النقاط يمكن تلخيصها كالآتي⁶³:

أ. التحليل الاستراتيجي: يجعل من الممكن تحديد الاحتياجات الضرورية من المعلومات التي تحتاجها المؤسسة، من أجل الحد من عدم اليقين، وتيسير اتخاذ القرارات.

ب. اليقظة الاستراتيجية: توجيه عملية جمع ومعالجة وتحليل ونشر المعلومات لتلبية الاحتياجات التي أعرب عنها.

ج. نظم المعلومات: هي بمثابة دعم لمختلف الاجراءات، بدءا من جمع حتى التحليل والنشر.

ثانياً: العلاقة بين الذكاء الإقتصادي وذكاء الأعمال: إن مصطلح ذكاء الأعمال قد تمت صياغته من طرف Gartner Group في سنوات التسعينات، ولو أن هذا المفهوم قد نشأ قبل ذلك بكثير، حيث تم تداوله عبر تقرير نظم المعلومات الادارية Management Information System في السبعينات، وخلال هذه الفترة كان تقرير

⁶³ Ilhème Ghalamallah, **proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle dans un contexte d'Intelligence Economique**, thèse de doctorat en informatique, université de Toulouse, France, 2009, p :31

النظام ثابت وليس له القدرات التحليلية، وفي بداية الثمانينات برز مفهوم نظم معلومات الادارة التنفيذية العليا Executive Information System، إلا أن هذا المفهوم نشط وتوسع بمساعدة تكنولوجيا الحاسوب خاصة لصالح المديرين من الإدارة العليا، وقد جاء الذكاء الاقتصادي بخاصية التنبؤ والتحليل وبعمق للكشف عن المحركات والعوامل ذات الاعتبار من جانب القرارات الاستراتيجية، وقد ظهرت هذه السمات عبر المنتجات التجارية في منتصف التسعينات⁶⁴.

فذكاء الأعمال هو مصطلح يجمع بين الهندسة المعمارية والأدوات وقواعد البيانات وأدوات التحليل، والتطبيقات، والمنهجيات، بل هو مضمون حرية التعبير، لذلك يعني أشياء مختلفة لأناس مختلفين، وهي جزء من الارتباك حول الذكاء الاقتصادي يكمن في فورة المختصرات والعبارات الطنانة التي ترتبط معها، إن ذكاء الأعمال هدفه الرئيسي هو تمكين الوصول لتفاعلية البيانات، لتمكين معالجة البيانات وإعطاء مديري الأعمال والمحللين القدرة على إجراء تحليل مناسب، عن طريق تحليل البيانات التاريخية والحالية، والحالات، والعروض، ومن خلالها يصل صناع القرار إلى الحصول على المعلومات القيمة التي تمكنهم من اتخاذ قرارات أكثر استنارة وأفضل، يستند عملية استقصاء معلومات الأعمال على تحويل البيانات إلى معلومات، ثم إلى قرارات وأخيرا إلى إجراءات⁶⁵.

اختلف الكتاب والباحثين في تحديد أدوات ذكاء الأعمال فيحدد Kelly 2005 أدوات الذكاء بـ (ألواح القياس، متاجر البيانات، التنقيب عن البيانات، بطاقات الدرجات الموزونة، المعالجة التحليلية الفورية، تقنية، مستودعات البيانات)، في حين يذكر Negash 2004 أن أدوات الذكاء تتكون من (تنقيب البيانات، الأتمتة، الاستشعار الاستثنائي Detection Exception، التنبيه الاستباقي، التعليم المؤتمت، أنظمة المعلومات الجغرافية، تقينه عرض البيانات)، كما يشار إلى أدوات الذكاء الاقتصادي بأنها تتكون من خمسة عشر أداة هي (إنشاء التقارير، التنقيب عن البيانات، المعالجة التحليلية الفورية، مستودعات البيانات، العملاء الأذكياء، ألواح القياس، بطاقة الدرجات الموزونة، تقنية عرض البيانات، أنظمة المعلومات الجغرافية، إدارة أداء الأعمال، متابعة نشاط الأعمال، الذكاء التنافسي، التطبيقات التحليلية، إدارة علاقات الزبائن)⁶⁶.

والعناصر التالية تقدم شروحات تعرض في سياقها ادوات الذكاء الاقتصادي الخمسة التي اتفق عليها العديد

من الباحثين:

⁶⁴ Efraim Turban and Others, **business intelligence A Managerial Approach**, second edition, Pearson, USA, 2011, p:29.

⁶⁵ Ibid, .p:28.

⁶⁶ سلوى أمين السامرائي وعبد الستار عبد الجبار العكيد، مستقبل ذكاء الأعمال في ظل ثورة الحوسبة السحابية، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الاردنية، أيام 23-26 نيسان 2012، ص329.

أولاً: منجم البيانات: منجم البيانات هو المخزن الأساسي لما تجمعه المؤسسة من بيانات، ويتم تهيئتها لأغراض الصناعة واتخاذ القرارات الخاصة بها ولسوقها، وتتباين مثل هذه القرارات من كونها تقارير أولية تجيب عن بعض التساءلات التي تقلق بالمديرين، أو اقرار خطط استراتيجية تتعلق بمستقبل المؤسسة المعنية، ويعتمد على التعامل مع منجم البيانات على جملة من الطرق المتعلقة بوصف البيانات وتسوقها وغير ذلك⁶⁷.

ثانياً: تحليل الأعمال: لأغراض تحليل أعمال المؤسسة يتم الاستعانة بعدد من الأدوات والأساليب لتحليل ومعالجة البيانات المجهزة في مناجم البيانات من خلال عمليات تنقيب البيانات، ويستعين المستخدمون بعدد من البرمجيات بقصد إنشاء تقارير حسب الطلب، وفي ضوء التساؤلات التي ترسم مسلك تحليل البيانات، فمثلاً يلجأ المستخدمون إلى تحليل البيانات وبأشكال مختلفة، منها تحليل السلسلة الزمنية لحجم المبيعات المتحققة في كل سوق، وتحليل كثافة المنافسة في سوق محدد، وبإمكان ممارسي الأعمال عبر مؤسساتهم تحديد توجهات ومواصفات أسلوب تحليل البيانات المتعلقة بالمنتجات والزبائن والأسواق التي تجري من خلالها عمليات وأنشطة المؤسسة المعنية⁶⁸.

ثالثاً: التنقيب عن البيانات: وهو أحد أصناف وأساليب تحليل الأعمال المعتمد على البيانات التي تحتفظ بها المؤسسة، وتعتمد هذه القواعد على نماذج مخفية لجمع البيانات بغية استخدامها للتنبؤ بالسلوك المستقبلي الذي ترغب به المؤسسة، ومن نتائج التنبؤ أنه يساعد بائعي التجزئة في كيفية الكشف عن زبائنهم، ومعرفة الاهتمامات المشتركة، والقصد من برنامج تنقيب البيانات ليس الكشف عما جرى سابقاً، بل الكشف عن العلاقات غير الاعتيادية بين مفردات البيانات، ومن ثم تسخير هذا الكشف لصالح أهداف أعمال المؤسسة المعنية⁶⁹.

ويستعان بأدوات تنقيب البيانات بقصد الكشف عن الذكاء الاقتصادي بقدراتها المتعددة من خلال مسح مخازن البيانات، ومن خلال أدوات التنقيب وما ينتج عن استخدامها يمكن الوقوف على بعض الروابط ذات القيمة الاعتيادية من وجهة نظر المؤسسة المعنية، ومن بين تلك الأدوات النماذج والطرق الإحصائية المتقدمة⁷⁰.

رابعاً: تنبؤ استعراض المعلومات: إن تقنيات عرض المعلومات من التقنيات المهمة لنجاح الذكاء الاقتصادي، من خلال إيصال المخرجات المتمثلة بالمعلومات للمحللين ومتخذي القرار، هناك عدة أنواع من هذه التقانات تستخدم بأشكال مختلفة سواء أكانت بشكل منفرد أو متداخل يتلاءم مع الهدف، وكما يأتي⁷¹:

⁶⁷ مزرع شعبان العاني وشوقي ناجي جواد، مرجع سبق ذكره، ص 27.

⁶⁸ نفسه، ص 28.

⁶⁹ نفسه، ص 29.

⁷⁰ نفسه، ص 29.

⁷¹ سلوى أمين السامرائي وعبد الستار عبد الجبار العكيدي، مرجع سبق ذكره، ص 330.

أ. **التقارير:** إن عملية إنشاء التقارير عبر أنظمة الذكاء الاقتصادي تضمن إمكانية توليد تقارير متنوعة عن المبيعات، الوضع المالي، الاستعلامات،... الخ. ويمكن أن تكون هذه التقارير بسيطة مثل جدول أو تكون معقدة مثل التقارير التي تعرض ملخصات يمكن التفاعل معها للحصول على التفصيل المطلوب.

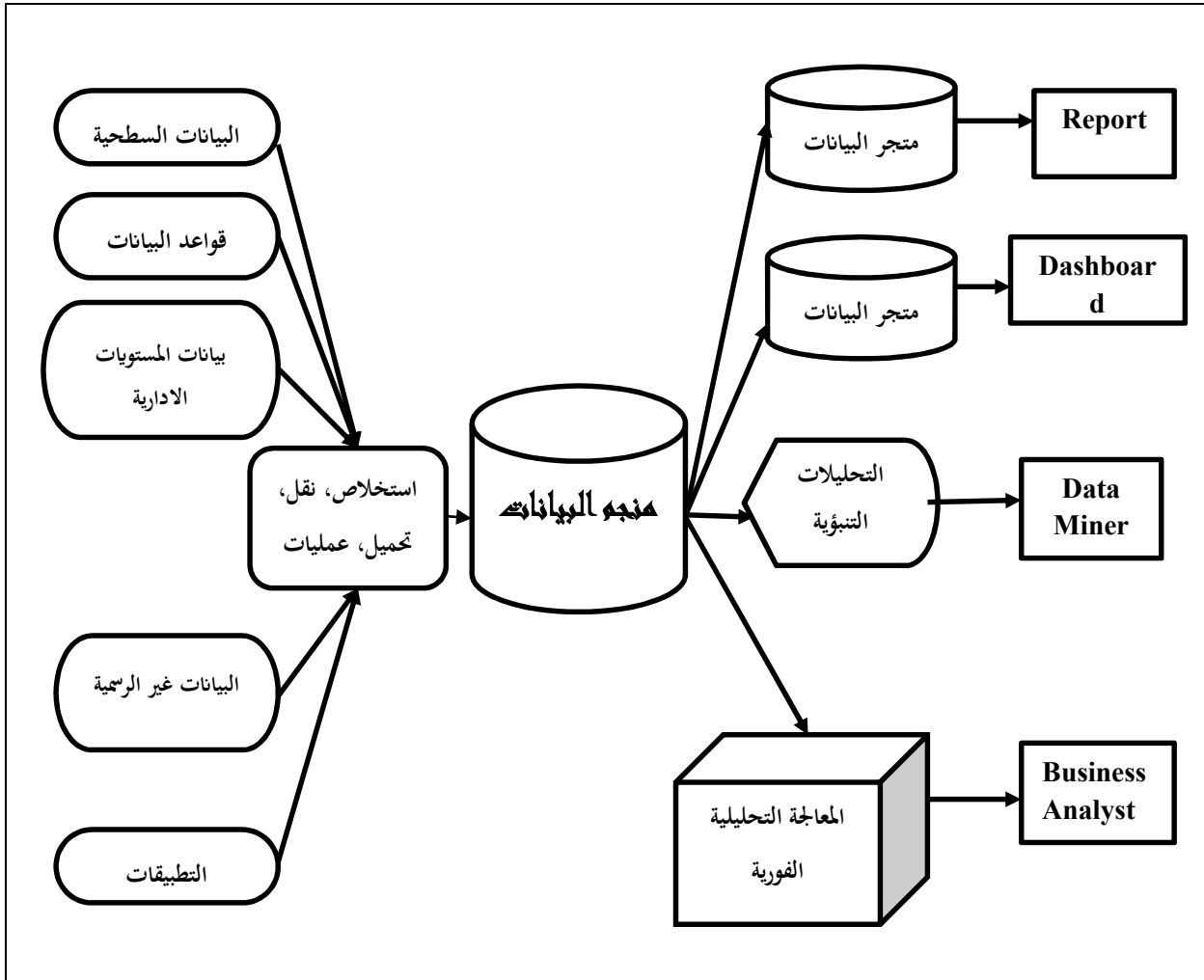
ب. **لوحة القياس:** تعرف لوحة القياس بأنها أداة عرض مرئية تزود بصور بيانية لمؤشرات الأداء الرئيسية الحالية من أجل تفعيل الاستجابة للتغيرات في بعض الجوانب كالمبيعات، إدارة علاقات الزبائن، تقييم الأداء، مستويات المخزون، وضمن وظيفة متابعة نشاط الأعمال تقوم ألواح القياس بعرض المؤشرات المتعلقة بإدارة الأداء التنظيمي والمشتقة من المعلومات المباشرة التي يتم الحصول عليها من مستودعات البيانات.

ج. **بطاقة الأداء:** عبارة عن مجموعة من المقاييس التي تزود الإدارة العليا بنظرة سريعة وقابلة للفهم عن الأعمال، وتعد من أحدث المداخل الشائعة في قياس الأداء، والتي تقترح الاهتمام المستمر بقياس وتحسين الأداء التنظيمي، وتستخدم بطاقة الأداء ضمن إطار لوحة القياس، بوصفها جزءاً منها، وتجدر الإشارة إلى أن بطاقة الأداء هي نوع خاص من التقارير، يتكون من مجموعة من مقاييس الأعمال الرئيسة، وغالبا ما يتم عرض مؤشر الأداء مع رسم توضيحي مثل اللون الأحمر أو الأصفر أو الأخضر وكذلك السهم المتجهة إلى الأعلى أو إلى الأسفل للدلالة على اتجاه الأداء.

خامسا: المعالجة التحليلية الفورية: تعد هذه التقنية إحدى أهم الأدوات الرئيسة للذكاء الاقتصادي، ويطلق على هذه التقنية تسمية "OLAP" اختصارا للمصطلح On-Line Analytical Processing، لقد كان من نتائج التحديث المستمر للبيانات باستخدام نظم المعالجة الفورية، أن تضخمت المعاملات بصورة كبيرة جدا، كما ازدادت التغيرات والتعديلات في البيانات بالكمية والقيمة، مما أدى إلى عجز أدوات تحليل البيانات ذات النمط التقليدي في القيام بوظائفها التقليدية، من معالجة وتحليل للبيانات وإنتاج للمعلومات، لذلك ظهرت نظم المعالجة التحليلية الفورية نتيجة الصعوبات التي تواجه عملية تحليل البيانات في قواعد البيانات، أن أول من أوجد مصطلح المعالجة التحليلية الفورية هما Associates & Codd واللذان حددا النموذج الإدراكي متعدد الأبعاد، مبتكرين بذلك مصطلح المعالجة التحليلية الفورية، وهي طريقة تجعل المستخدم قادر على الاتصال مع مستودع البيانات من خلال أي من واجهة المستخدم البيانية أو واجهة الشبكة العنكبوتية، وهي القدرة على تحليل كمية كبيرة من البيانات من خلال عدة مناظير وإنتاج البيانات بأشكال متنوعة ومنها البيانية⁷²، والشكل الموالي يختصر لنا أدوات الذكاء الاقتصادي ضمن معمارية هذا النظام.

⁷² سلوى أمين السامرائي وعبد الستار عبد الجبار العكيدى، مرجع سبق ذكره، ص330.

الشكل رقم (11.1): أدوات ذكاء الأعمال



المصدر: سلوى أمين السامرائي وعبد الستار عبد الجبار العكيدي، مستقبل ذكاء الأعمال في ظل ثورة الحوسبة السحابية، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية أيام 23-26 نيسان 2012، ص 331.

فذكاء الأعمال يوظف كمرادف لمفهوم حوسبة إتخاذ القرارات، والتي تغطي مجالاً ضيقاً، وتطبيقاتها العملية تتركز معظمها على أنشطة المراقبة ومثالية الأنشطة، لا على المعرفة الشاملة للفرص والتهديدات الإستراتيجية، أي أنه يركز على البيانات التشغيلية الكمية الموجودة في نظام معلومات المؤسسة، باعتبارها بيانات داخلية، ويعتمد بصورة قليلة على البيانات الخارجية⁷³، عكس الذكاء الإقتصادي الذي يعتمد على البيانات الخارجية أكثر من الداخلية، ضف إلى ذلك إعتماذ ذكاء الأعمال على معلومات مهيكلة وقاعدة بيانات موجودة، في حين نجد الذكاء الإقتصادي يفتقر إلى وجود مستودع للبيانات حيث أن المعلومات التي يأتي بها من مصادره المختلفة تكون غير

⁷³ زهر علمي، أهمية الذكاء الإقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، غير منشورة، 2017، ص 82.

مهيكلة، كما أن كليهما يختلفان في نظرتهما للسوق، فذكاء الأعمال له نظرة تاريخية إلى الماضي، مقارنة بالذكاء الاقتصادي الذي يملك نظرة مستقبلية توقعية واستباقية.

الثالث: الذكاء الإقتصادي والذكاء الإستراتيجي: لقد تنامي إهتمام إدارات المؤسسات المتميزة والمتفوقة منها، بالذكاء الإستراتيجي بل فقد اتجهت إلى الترويج لمجتمع الذكاء الإستراتيجي، بسبب الدور الحيوي الذي يؤديه ولما ينتجه من أفكار ذات قيمة إقتصادية وتكنولوجية ومعرفية، لذا فمن الحكمة القيام بتوظيف كل ما قيل عن الذكاء في حقل إدارة الأعمال تحت مظلة الذكاء الإستراتيجي⁷⁴.

فالذكاء الإستراتيجي هو عبارة عن نظام يساعد لإتخاذ القرار في ملاحظة وتحليل البيئة العملية، التقنية، التكنولوجية والآثار الإقتصادية الحالية والمستقبلية، من أجل إستخراج الفرص والتهديدات، كما أنها تركز على المعلومات الإستراتيجية، يعني كل الأفعال الهادفة للرصد المستمر، أو غير المستمر، مهما كانت درجة قوتها أو ضعفها القابلة لإحتوائها معلومات ذات معنى للمؤسسة في ميدان إستراتيجي معين⁷⁵.

وتتجلى أهمية الذكاء الإستراتيجي من خلال دوره الواضح في النقاط التالية⁷⁶:

- بناء المركز الإستراتيجي لمؤسسات الأعمال وخاصة القيادية منها لضمان النجاح والتفوق الإستراتيجي.
- تشخيص الفرص الإستراتيجية وما يتبعها من أخطار وتهديدات في بيئة الأعمال.
- تحليل الأهداف المستقبلية للمنافسين، ومعرفة مدى قدراتهم وإستراتيجياتهم الحالية ونوع إستجابتهم.
- تعزيز القدرات الإستراتيجية وهندسة بناء علاقاتها الإستراتيجية مع الزبائن والموردين.
- التفكير الإستراتيجي وما يتمخض عنه من سيناريوهات وتكوين المعرفة للتأثير في محفظة خيارات المؤسسة الإستراتيجية.

ما يمكن إستنتاجه حول طبيعة العلاقة بين الذكاء الإقتصادي والذكاء الإستراتيجي، هي أن الذكاء الإقتصادي يعمل على الإمام بكل المتغيرات الإقتصادية المحيطة بالمؤسسة خاصة عندما يتعلق الأمر بالمعلومة، أي هو تحويل البيانات إلى معلومات ذات قيمة لإتخاذ القرار المناسب، بينما الذكاء الإستراتيجي فهو يعمل على توظيف هذه المعلومات وتحديد معالمها.

⁷⁴ إيمان عبد محمد أحمد البدراي، دور الذكاء الإستراتيجي في تحسين جودة الأداء المصرفي بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في عدد من المصارف الأهلية في مدينة الموصل، العدد 37، مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم، جامعة الرافدين للعلوم، 2016، ص 150.

⁷⁵ يوسف يومدين، آلية البقطة والذكاء الإستراتيجي: أداة لمواجهة التحديات المستقبلية وأحد عوامل التنافسية، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، نوفمبر 2011، ص 12.

⁷⁶ إيمان عبد محمد أحمد البدراي، مرجع سبق ذكره، ص 151.

وأخيراً، العلاقة بين الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة: إن إدارة المعرفة هي العملية المنظمة للأبحاث والإختبار والتنظيم وعرض المعلومات بطريقة تحسن فهم العاملين والإستخدام الأمثل لموجودات مؤسسات الأعمال، وكذا القدرة على إكتساب ومشاركة الخبرة الجماعية للمجتمعات في تحقيق وإنجاز رسالتها⁷⁷.

وبالنسبة لـ Mc Knight إدارة المعرفة على أنها مجموعة فرعية من الذكاء الاقتصادي، حيث يرى أن إدارة المعرفة هو الوجه الداخلي للذكاء الاقتصادي تتبادل بين الموظفين بالمؤسسة، والذكاء ينصب حول فعالية أداء مجموعة متنوعة من الوظائف التنظيمية، وفي المقابل نجد أن Cook et Cook قد لاحظا بأن العديد ينسون أن مفاهيم إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي كلاهما متجذران في النظريات والممارسات التكنولوجية في مجال إدارة المؤسسة، فالتقنية فرضت هذه المفاهيم، وقد أكدوا أن جاذبية الذكاء الاقتصادي تكمن في تزويد المؤسسات بالموارد والأدوات القادرة على البحث والتخزين، ونمذجة وتحليل كميات كبيرة من المعلومات حول عملياتها ومن مصادر خارجية بإستخدام وظائف التحليل الخاصة بالذكاء الاقتصادي، ويمكن للمؤسسات تفسير الكثير من جوانب عملياتها التجارية، وبالتالي تحديد العوامل التي تؤثر على أدائها⁷⁸.

فالمفهومين يرتبطان ارتباطاً وثيقاً، ويتضح ذلك من خلال تلاقي معنى كل منهما مع الآخر على مستوى الهدف الرئيسي، والمتمثل في تحسين إدارة المعلومات والمعرفة، وبالتالي زيادة القدرة التنافسية والأداء التنظيمي، ومن البديهي أن يبدو المفهومين متماثلين، ويقودان لأبعاد مشتركة، ومع ذلك فهذا التقارب هو نسبي لأنه نظري فقط، فتحليل تطبيقات هذه المفاهيم، يظهر أن لديهم ممارسات مختلفة، ولا تقوم بتعبئة نفس الفاعلين داخل المؤسسة، ويركز الذكاء الاقتصادي على الإدارة العليا والوسطى، خاصة في عملية الانتقال من المعرفة إلى العمل، في حين تركز إدارة المعرفة على المستوى التنفيذي، وبالتحديد تنصب على مرحلة خلق المعرفة⁷⁹.

انطلاقاً من الأدبيات التي سبقت، يمكن القول بأن الذكاء الاقتصادي قد تجاوز اليقظة الإستراتيجية وسبقها في كونه يعمل على مساعدة المؤسسة في مواجهة التحديات الاقتصادية الجديدة، على اعتبار أن اليقظة تعد من المراحل الأولى للذكاء الاقتصادي، أما بخصوص ذكاء الأعمال فلا يمكن خلطه مع الذكاء الاقتصادي واعتبارهما وجهان لعملة واحدة، فإن كان الذكاء الاقتصادي يعتمد على بيانات خارجية فإن ذكاء الأعمال يعتمد على بيانات داخلية، ضف إلى كون ذكاء الأعمال يعتمد على قاعدة بيانات مهيكلة نجد الذكاء الاقتصادي يفتقر إليها، أما بخصوص إدارة المعرفة فهي تشترك مع الذكاء في كونهما لديهما نفس الهدف ألا وهو تحويل المعلومات إلى معرفة

⁷⁷ معتز سلمان عبد الرزاق، إدارة المعرفة وصناعة الضيافة مسارات التحليل والعلاقة دراسة تحليلية، مجلة الدنانير، العدد الثاني عشر، الجامعة العراقية، العراق، 2018، ص 233.

⁷⁸ مديحة بخوش، الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة أوجه العلاقة، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد الثالث، مارس 2016، ص 180.

⁷⁹ مديحة بخوش، مرجع سبق ذكره، ص 178.

ذهنية ولكن لكل منها طريقته الخاصة في التحليل، دونما نسيان الذكاء الإستراتيجي والذي يختلف عن الذكاء الاقتصادي في كون هذا الأخير هدفه جمع المعلومات المناسبة والتي يعمل الذكاء الإستراتيجي على توظيفها. كما أن الذكاء الاقتصادي ذو صلة وثيقة بالعلوم الإدارية، وعلى الأخص إستراتيجية العمل، ولكنه يرتبط أيضا مع مجالات أخرى مثل الإقتصاد، علم الإجتماع، المعلوماتية، الرياضيات، ويمكن تبيان ذلك من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم(2.1): الإنتماءات الرئيسية للذكاء الاقتصادي

أصحاب المصلحة	الاهداف العلمية والقضايا العملية الرئيسية	
اطارات المؤسسة/الجمعيات المهنية/النقابة المهنية للاجور/الاستشاريين	المؤسسة: من نظام تنافسي/مستجدات المحيط/وظيفتها الداخلية/البحث عن التحسن والتطور نحو وظيفة الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي.	علوم التسيير
الحكومة/الموظفين السامين/ممثلي مستشاري المؤسسات/تنظيمات خاصة.	هيكلية ادارية/دور الدولة والجهات/ميكانيزمات الربط.	العلوم القانونية والسياسية
محتصي الاعلام الالي/الاستشاريين	معالجة وحفظ المعلومة/التدقيق الصناعي/البقطة التكنولوجية	علوم الهندسة، الاعلام الالي، المعلوماتية
تنظيم اقتصاد الدولي/ملاحظات اقتصادية	تحليل قطاعي/النقود/ميكانيزمات الاقتصاد الدولي	علم الاقتصاد

Source : yosra Gazber, *veille stratégique intelligence économique et création de valeur*, Amazon, Paris, 2012, p :25.

ومما سبق يمكن أن نستخلص بأن الذكاء الاقتصادي هو عملية مستمرة من البحث، الجمع، المعالجة، ونشر المعلومة الاستراتيجية المفيدة، وحماية المعلومات والمعرفة الخاصة بالمؤسسة، كما أنه تقنية للتأثير على المحيط وهذا من أجل تحقيق أهداف المؤسسة، ومن أجل استطاعة المؤسسة على البقاء والاستمرار، والحفاظ على حصتها السوقية قدر المستطاع.

2.3.1. أبعاد الذكاء الاقتصادي

يمكن حصر مفهوم الذكاء الاقتصادي في كونه سياسة عامة تحددها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين، لها محتواها ومجال تطبيقها، وفيما يلي المكونات التي يتركز عليها الذكاء الاقتصادي:

أولاً: أنشطة البقطة الإستراتيجية: وهي كل نشاط يتضمن المراقبة وبصفة دائمة أو محدودة، لكل الإشارات والتي في الغالب ما تكون جد ضعيفة، والمرجح أنها تحمل معلومات ذات دلالة بالنسبة للمؤسسة في ميدان إستراتيجي معين

من أجل توفير المعلومات الهامة والنافعة للمؤسسة⁸⁰، حيث تعمل اليقظة الإستراتيجية على إكتشاف المنافسين المحتملين ومعرفة المشروعات التي يمكن إقامة شراكة معها وتوقع نشاط المنافسين أو تغيرات بيئة الأعمال ومراقبة التطورات التكنولوجية وطرق الإنتاج وعرض المنتجات في السوق، ومعرفة خصائص الأسواق الجديدة وأخطاء ونجاح المنافسين.⁸¹

ثانياً: أنشطة الحماية: بالرغم من المبادرة تعد من أولويات معظم الأعمال المتعلقة بالذكاء الاقتصادي (الحصول واستغلال المعلومات النافعة للمؤسسة)، إلا أن الجانب الدفاعي للذكاء لا يمكن تجاهله، كما تطرقنا في تعريف الذكاء الاقتصادي فهو مجموع النشاطات المتناسقة للبحث والتحليل والتوزيع ثم الاستغلال للمعلومة النافعة للمتعاملين الاقتصاديين، هذه النشاطات المختلفة تتم بكل التدابير القانونية مع توفير جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على إرث المؤسسة في ظل أفضل شروط النوعية والآجال⁸²، حيث أن أنشطة الحماية تتمثل في الحفاظ على المعلومة من أخطار التجسس وإقتحام نظام المعلومات، ومن أخطاء الإهمال وعدم الكفاءة⁸³، كما أن هذه الأنشطة تقوم على توفير البيئة المناسبة للإستثمار والتنمية، وتوسيع فرص العمل، وتعظيم التنافسية، أي حماية العناصر الأساسية للطاقت الاقتصادية والعلمية للوطن.⁸⁴

ثالثاً: أنشطة التأثير: يشكل وظيفة أساسية تمارس في قلب الحياة اليومية، يهدف من خلالها التنظيم إلى تعديل إيجابي للتفاعلات التي يقوم بها مع محيطه بشكل مباشر أو غير مباشر⁸⁵،

رابعاً: أنشطة الضغط: هو حالة خاصة من التأثير العملي، لأنه يركز على الوحدة البعد السياسي لأستراتيجية الوحدة الاقتصادية⁸⁶، فالعمل الضغطي صار يدرس في المدارس الكبرى والجامعات، أين جعلته اللجنة الأوروبية ضرورة في العملية الديمقراطية، ففعالية القوانين المصادق عليها لن تكون إلا بأخذ المتعاملين الفاعلين من المهنيين دون إلحاق الضرر برأي الآخرين وبالأخص الحكم السياسي⁸⁷.

3.3.1. الذكاء الاقتصادي في بيئة جيواقتصادية

⁸⁰الحاج سالم عطية، مرجع سبق ذكره، ص 281.

⁸¹علي محمد نجيل المعموري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 7.

⁸²نسرين مغمولي، الذكاء الاقتصادي والبانشماركينغ كأحد الركائز الضرورية لمنظمات الأعمال في عصر المنافسة والعولمة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص4.

⁸³علي محمد نجيل المعموري وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 7.

⁸⁴أبو بكر خوالد وخير الدين بورزب، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية الاقتصاديات والدول: قراءة في التجربة اليابانية، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد 03، سبتمبر 2017، ص 40.

⁸⁵الحاج سالم عطية، مرجع سبق ذكره، ص 282.

⁸⁶كريمة علي الجوهر وخديجة جمعة مطر، مرجع سبق ذكره، ص 237.

⁸⁷محمد حمداني، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد02، 2012، ص 13.

رؤيتين للذكاء الاقتصادي في الظهور الاول يتصل بدراسة وممارسة الإبلاغ عن نقاط القوة التنافسية، والثانية تطور في العلاقات الجغرافية الاقتصادية وهكذا، وتغطي مبادئ المنافسة الحرة، ومن جهة ومبادئ أمن اقتصادي آخر عالين مختلفين جذريا.

الجدول رقم (3.1): مقارنة بين تقرير تنافسي وتقرير جيواقتصادي

تقرير تنافسي	تقرير جيواقتصادي
تنافسية المؤسسات	تنافسية الاقتصاديات
<ul style="list-style-type: none"> ● اتفاقيات الجات ● قوانين السوق ● مبادئ المنافسة الحرة ● منظمة التجارة العالمية ● أولوية المصالح الفردية 	<ul style="list-style-type: none"> ● لاختلاف بين المصالح الوطنية ● الدوري الوطني ● مبادئ الأمن الاقتصادي ● ترتيبات وطنية للذكاء الاقتصادي ● أولوية المصالح الجماعية

Source : Didier Lucas, **Introduction à L'intelligence économique et stratégique : Vers un nouveau paradigme de l'interaction concurrentielle**, Document De Travail, Québec, Février 2001, p :14..

على نطاق واسع، ومبادئ الأمن الاقتصادي التي تؤثر على 15 إلى 20٪ من التجارة العالمية، هي في قلب الدول عبة، طموحاتهم بشأن الخطة الاستراتيجية، وتحديد المواقع، وتوقعاتهم في المستقبل. ليست هناك علاقة منتظمة بين المنافسة التجارية والجغرافية اقتصاديات الدول. مقارنة الذكاء الاقتصادي في المؤسسة والدولة يدل على أننا في وجود المنطق الذي لا يمكن فرضه كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (4.1): مقارنة بين الذكاء الاقتصادي في المؤسسة وفي الدولة

الذكاء الاقتصادي في المؤسسة	الذكاء الاقتصادي في الدولة
<ul style="list-style-type: none"> ● تطوير المؤسسة ● المنتجات. ● معلومات تركزت على الصفقات ● ضغط ● سوق المعلومات الخاص ● الرئيس التنفيذي ● ثقافة الشركات 	<ul style="list-style-type: none"> ● الحفاظ على الطاقة ● السوق العالمية ● شبكات مركزية المعلومات ● تأثير ● عملية استراتيجية ● الإطار الاستراتيجي ● ثقافة المعلومة

Source : Didier Lucas, *Introduction à L'intelligence économique et stratégique : Vers un nouveau paradigme de l'interaction concurrentielle*, Document De Travail, Qubec, Février 2001, p :14..

تستفيد الدول من خلال إتباع إستراتيجية للذكاء الاقتصادي في كون أن الدولة نفسها تحتاج إلى معلومات عن ما يدور في اقتصاديات الدول الأخرى، حتى يتسنى لها رسم الخطط والاستراتيجيات اللازمة لحماية اقتصادها من الهجمات التي قد تتعرض لها منظماتها الوطنية أو القطاعات الاستراتيجية للوطن، كما يمكنها من الاستفادة القصوى من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية، فمثلا في إبرام اتفاقية التحرير الجمركي بين الجزائر والاتحاد الأوروبي قام هذا الأخير بإجراء مسح حول طبيعة وسلوك المستهلك الجزائري وكذلك الاتفاقيات التي تربط الجزائر مع دول جنوب شرق آسيا فيما يخص عقود توريد الأرز الطويلة الأجل، وقد حدد شريحة السلع التي سيعفي الجزائر من دفع التعريفات الجمركية عليها والتي في معظمها غير محبذة من طرف المستهلك الجزائري كالسجائر المرتفعة الثمن والفواكه الباهضة... وفي المقابل أخذ من الجزائر التنازل عن التعريفات الجمركية لمواد إستراتيجية في صناعته، ومن هنا يظهر ضرورة توظيف كل الطاقات الاقتصادية والعلمية لصالح الاقتصاد الوطني ضمن ما يعرف بالذكاء الجماعي الاستراتيجي⁸⁸.

4.3.1. التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاقتصادي

هناك بعض التحديات التي تواجه الذكاء الاقتصادي نوجزها في النقاط التالية⁸⁹:

⁸⁸سهام عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص672.

⁸⁹مراد علة، الفكر الاستراتيجي والذكاء الاقتصادي: مقارنة مفاهيمية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص 13.

أولاً: التحديات السياسية: مراقبة البيئة الخاصة بالأعمال التجارية من أجل الحصول على استخدام المعلومات المتعلقة بالأحداث والاتجاهات في البيئة الخارجية لهذه المؤسسة، ويتم ذلك بناءً على قرارات قادة الأعمال التجارية بمساعدة مؤسساتهم.

ثانياً: التحديات الاقتصادية: هو التميز في الذكاء الاقتصادي في شكل تكنولوجيا مباشرة وغير المباشرة، ويبدو ذلك من تزايد براءات الاختراع الذي ينطلق من زيادة معدلات نقل التكنولوجيا عن طريق سلسلة البحوث والتطوير والإنتاج، واستخدام الذكاء الاقتصادي المكتسب خارج التعزيز يجد من القدرة التنافسية للمؤسسات العملية بشكل مستمر والذي يعبر عن التفافات وطنية، وفي الواقع فإن استخدام الأمن الاقتصادي هو جزء لا يتجزأ من الأمن القومي، وهذا الأخير يشجع الحكومات على دعم المؤسسات في سعيها للحصول على القدرة التنافسية والدفاع على المصلحة الوطنية، كما يجب على الحكومات أن تقدم يد المساعدة في مجال التعليم وتعليم مديري المؤسسات مع استخدام الذكاء الاقتصادي لتعزيز القوة الاقتصادية في مجال الإدارة مع دعم القطاع الخاص، الذي لا يقل أهمية للوصول إلى حجم المعلومات الكبيرة عن التجارة الدولية.

ثالثاً: التحديات التكنولوجية: يبدو واضحاً وجلياً من خلال المنافسة الدولية المتزايدة ذات الشراسة في الممتلكات في إطار الجوانب الصناعية (العلامات التجارية، براءات الاختراع، النصميمات، حقوق الطبع والنشر، برامج الحماية، نقل التكنولوجيا، براءات الترخيص، قانون المنافسة).

4.1. الذكاء الاقتصادي مداخله، مراحلها، وظائفه

لا شك في أن الذكاء الاقتصادي له دوراً بارزاً وأهمية كبيرة في تعزيز تنافسية المؤسسات بصورة كبيرة، من خلال مختلف مداخل الذكاء الاقتصادي داخل أية مؤسسة، بالإضافة إلى مختلف المراحل التي يمر بها تطبيق الذكاء الاقتصادي وأهم الوظائف التي يقوم بها، ويمكن إبراز هذه الأهمية من خلال:

1.4.1. مختلف مداخل الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة

يمكن إجمالها في العناصر التالية⁹⁰:

أولاً: العمل اليومي: لقد تم بناء نظام الذكاء الاقتصادي بغية الاجابة تدريجياً على أسئلة محددة، لهذا ينبغي الأخذ في الحسبان النقاط التالية:

⁹⁰ intelligence économique un guide pour débutants et patriciens, Lorraine conseil régional, Madrid, 2002, P:33.

أ. تقديم جرد: يجب إجراء مراجعة للمعلومات التي يتم جمعها سابقا في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، وينبغي أن تشمل هذه المراجعة قواعد بيانات متعددة منتشرة حاليا وتدار من قبل أشخاص مختلفين، وهذه العملية توفر جهدا ووقتا كبيرين.

ب. القطاع: يجب علينا أن نميز بين ما هو معلومات هامة للتنمية الاستراتيجية للمؤسسة، والتي ليست كذلك، ثم يجب أن تصنف المعلومات حتى أن الموظفين يعرفون ما هو متاح من المعلومات داخل المؤسسة وتلك التي لا يزال يتعين جمعها بالفعل.

يمكن تجزئة فرز المعلومات من خلال الاهتمام بـ: الزبائن، المبيعات والتكاليف والمواد الخام، والموردين، والمنافسة. نأخذ مثالا من المهتمين جدا من خلال ما تقوم به من منافسة، فإنه سيتم فتح المجلد الذي سوف تحتوي على معلومات عن منتجات المنافسين له، واستراتيجية خصومه، والمعلومات المالية.

نأخذ حالة مؤسسة أخرى أن يهتم بشكل خاص في ما يفكر عملائها، أنها تختار:

- جمع جميع التعليقات / استفسارات / شكاوى من العملاء وحفظها في مجلد أو قاعدة بيانات مركزية.
- إرسال جميع الشكاوى إلى الشخص المسؤول عن القرار الذي سيتخذ.
- تسجيل القرار في ملف مركزي.
- تحليل أعداد وأنواع الشكاوى بشكل دوري.
- إنتاج الرسم البياني للشكاوى من نوع لمحة عامة.
- إرسال ملخص دورية لجميع موظفي المبيعات وخدمة اجتماعات الاتجاهات.

ج. خلق الظروف المادية: من حيث محور الأمية المعلوماتية وتنظيم العمل ليست بمحايدة، حيثما كان ذلك ممكنا، فإنه من المستحسن أن تخصص مساحة محددة داخل المؤسسة لتخزين المعلومات.

ثانياً: عملية تمركز الذكاء الاقتصادي: يمكن تبين ذلك كما يلي:

المدخل الأول: فريق مخصص للذكاء الاقتصادي:

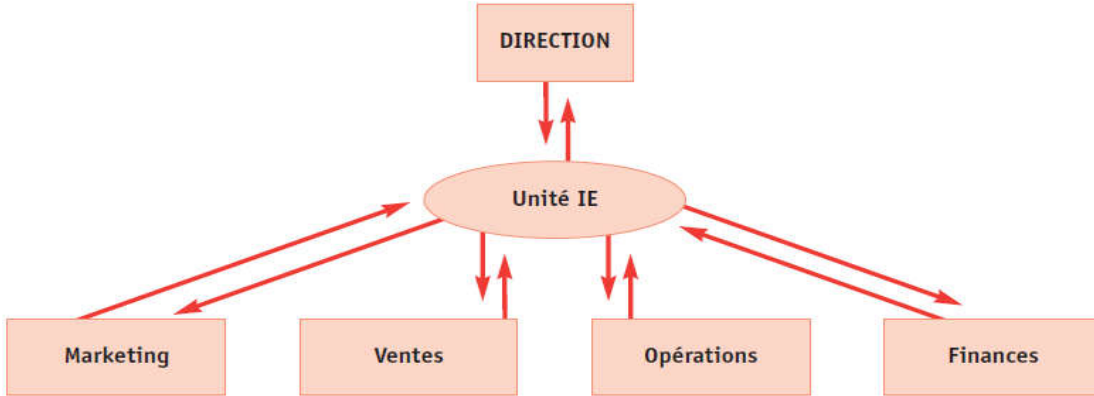
هذا الخيار يتوافق عادة للمؤسسات مع الموارد البشرية والمالية الكبيرة، تتألف من أمناء المكتبات والباحثين والمحللين والمتخصصين في المعلومات، وهذا الفريق هو المسؤول عن تزويد حيازات الشركة للرد على أسئلة محددة، وتطوير وثائق الرصد على المنافسة، والأسواق ...

المدخل الثاني: وظيفة الذكاء الاقتصادي الموزعة:

في هياكل أصغر حيث لا يوجد فريق متخصص، يتم تقسيم الوظيفة بين عدة أشخاص مع أيضا مسؤوليات أخرى داخل الشركة، يتم تعيين واحد منهم كزعيم للمجموعة.

مثال: مختلف الخطط الممكنة: يمكن تلخيص ذلك في الأشكال التالية:

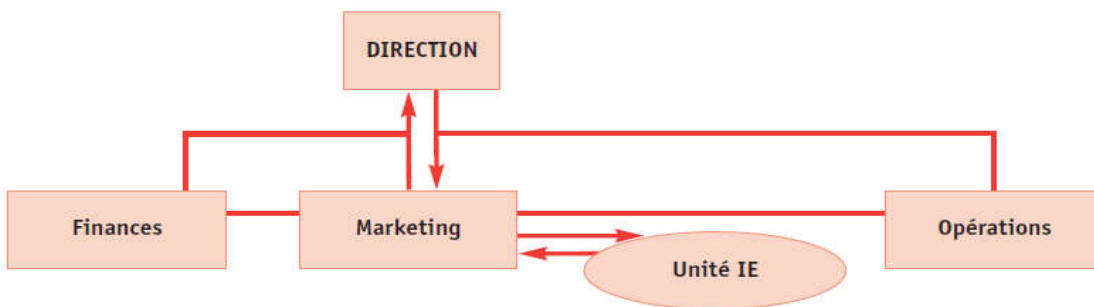
الشكل رقم (13.1): نظام الذكاء الاقتصادي تحت سلطة الإدارة العامة



Source : intelligence économique un guide pour débutants et patriciens, Lorraine conseil régional, Madrid, 2002, P :33.

تأسيسا على ما سبق، يمكن القول أن نظام الذكاء الاقتصادي تحت سلطة الإدارة العامة بصورة مباشرة، كما أن نظام الذكاء الاقتصادي تفاعلها مع مختلف الوحدات المكونة لهذا الجهاز من وحدة التسويق، إلى وحدة البيع، وحدة العمليات ووحدة المالية.

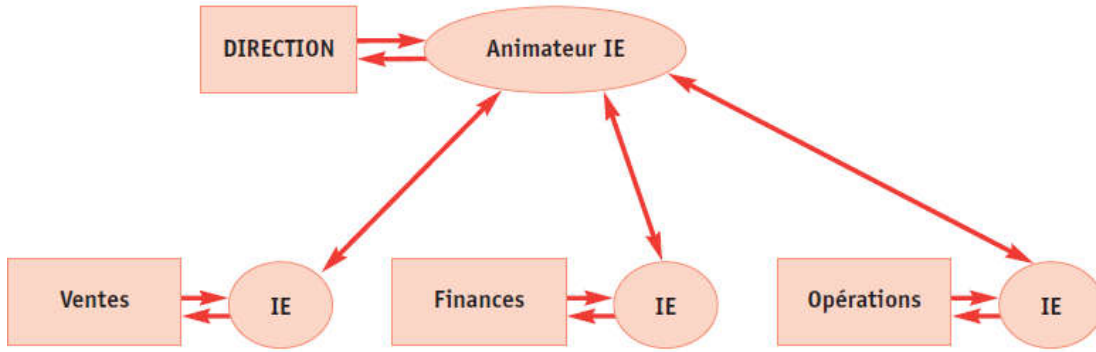
الشكل رقم (14.1): نظام الذكاء الاقتصادي يعتمد على وحدة تنفيذية



source : intelligence économique un guide pour débutants et patriciens, Lorraine conseil régional, Madrid, 2002, P :34.

إنطلاقاً من معطيات الشكل السابق، يمكن القول أن الإدارة العامة لا تتفاعل بصورة مباشرة مع نظام الذكاء الاقتصادي، بل على العكس من ذلك، فهي تتفاعل مع الوحدات المكونة له ألا وهي وحدة المالية، التسويق والعمليات، لتنشئ في آخر المطاف ذلك التواصل والتأثير عن طريق وحدة التسويق.

الشكل رقم (15.1): وظيفة الذكاء الاقتصادي الموزعة



source : intelligence économique un guide pour débutants et patriciens, Lorraine conseil régional, Madrid, 2002, P :35.

تأسيساً على ما سبق، يمكن القول أن الإدارة العامة ترتبط بصورة مباشرة مع الإدارة المركزية للذكاء الاقتصادي، كما أن لهذه الأخيرة فروع ترتبط بصورة مباشرة مع الوحدات المكونة لها، عن طريق علاقة التأثير والتأثير الموجودة بين الذكاء الاقتصادي ووحدة البيع على حدى، والعلاقة الموجودة بين الذكاء الاقتصادي ووحدة المالية على حدى هي الأخرى، لنصل إلى وحدة العمليات وعلاقتها مع الذكاء الاقتصادي.

2.4.1. مراحل استخدام الذكاء الاقتصادي

إن أول مرحلة لنشاط الذكاء الاقتصادي هي تحديد الحاجة للمعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها، تطوير طريقة فهمها، بثها، استعمالها، هذه المراحل تنقسم إلى زمنين، ويتكون كل زمن من عمليات فرعية هي:

أولاً: زمن الحراسة: يرتبط هذا الزمن بحراسة محيط المؤسسة، ومراقبة أحداثه، ومتابعة المصادر المناسبة للحصول على المعلومات المناسبة في الوقت المناسب⁹¹، ويتكون هذا الزمن من العمليات الرئيسية التالية:

⁹¹نسرين مغمولي، مرجع سبق ذكره، ص 9.

أ/ تحديد الحاجة للمعلومة: وهو أمر ليس صعب في أغلب الحالات، فليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة وإنما يكفي أن نطلب بمهارة: ما هي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها⁹²، وهو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

ويجب التنويه إلى وجود نوعين من المعلومات، نذكرهما تباعاً⁹³:

الحاجة إلى معلومات دائمة: تسمح للمؤسسة برصد بيئة السوق، والتي من شأنها أن تساهم في تحقيق أهداف طويلة المدى.

الحاجة إلى معلومات في الوقت المناسب: وتسمح بالاجابة على سؤال محدد، والذي يطرح لتنفيذ محاور الاستراتيجية، إذن يجب على المؤسسة هنا أن تحدد بوضوح الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها مثل:

- هل هي من الأهداف الاستراتيجية.
- كيف تكون المؤسسة أكثر قدرة على المنافسة في السوق.
- كيف تحافظ على مكانتها الرائدة.

في البداية، لا بد أن يتم تحديد كل هذه الأسئلة بوضوح، ومناقشتها من قبل فريق الادارة، وفي المرحلة الثانية، سيتم شرح كل من هذه الخيارات للموظفين، مع المهام التي يتعين على الجميع القيام به.

وعملية تحديد الاحتياجات من المعلومات هي عملية متكررة، حيث لا بد من مراجعة دورية لفرضيات تحليل البيئة المختلفة، وما هو تأثيرها على وضعية المؤسسة، مما يؤدي إلى الاحتياجات جديدة من المعلومات.

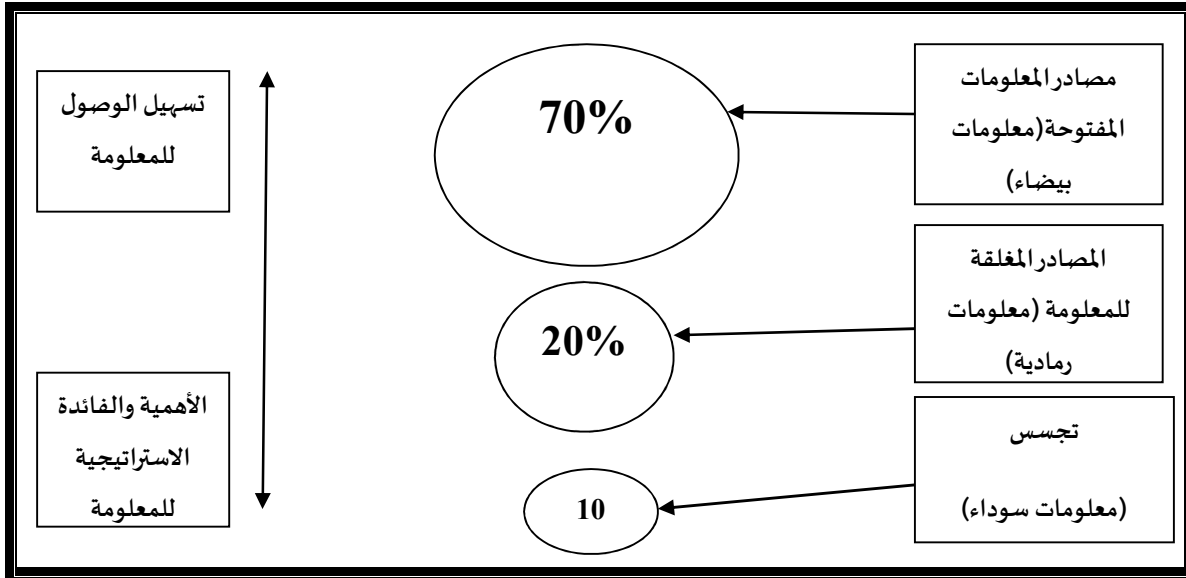
ب/ جمع المعلومة: بمجرد تحديد الحاجة للمعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة، وهناك مصدرين للمعلومة، مصدر رسمي يتمثل في الصحف، الكتب، وسائل الاعلام، بنوك المعطيات والأقراص المضغوطة ومصادر معلومات رسمية، ومصدر غير رسمي، والسنة الغالبة عليه أن المعلومات التي تقدمها تتطلب مجهود شخصي من الفرد الذي يريد جمع المعلومة، يجب أن يبقى على اتصال، ان ينتقل، يضع الوقت، حتى يحصل على ذلك، وتتنوع هذه المصادر بين المنافسين في حد ذاتهم، الموردون، مهمات وأسفار الدراسة، المعارض، الطلبة المتمرنين والمصادر الداخلية للمؤسسة، والشكل الموالي يبين لنا مختلف مصادر المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة⁹⁴:

⁹² الياس العبداني وحمزة ضويفي، الذكاء الاستراتيجي كآلية لدعم وتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، يومي 8-9 نوفمبر 2010، جامعة الشلف، ص 2

⁹³ رقية منصور، نظام المعلومات كآلية لدعم وتفعيل الذكاء الاقتصادي في منظمة الأعمال، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص 12.

⁹⁴ وهيبه سراج، مثلث الذكاء التنافسي، التحالف الاستراتيجي والميزة التنافسية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص 4.

الشكل رقم (16.1): مصادر المعلومات



المصدر: وهيبة سراج، مثلث الذكاء التنافسي، التحالف الاستراتيجي والميزة التنافسية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص 4

ويقصد بمصادر المعلومات المفتوحة مجموعة المنشورات الإحصائية الرسمية والصحف والبرامج الإذاعية والمنشورات التجارية، أما المصادر المغلقة للمعلومات فتتمثل التقارير والبرقيات من السفارات والقنصليات، أم المعلومات السوداء (السرية)، والتي يتم الحصول عليها من دون موافقة من حكومات أجنبية تأتي من الأقمار الصناعية، ومن أسرار سرقت من قبل أحد الرعايا الأجانب.

يقال أنه عادة ما تكون المعلومات المتحصل عليها والتي تتم معالجتها في إطار الذكاء الاقتصادي لا تطرح أي إشكال قانوني خاص، لأن الأمر يتعلق بمعلومات مفتوحة إلا أن هذه النظرة للموضوع تعد ناقصة، لأنه يجب الأخذ بعين الاعتبار حرية استعمال المعلومة (تعارض المعلومة المفتوحة مع المعلومة المغلقة أي السرية)، فمن وجهة هذه النظر توجد معلومات مفتوحة (بمعنى الدول إليها غير محدود)، والتي من خلالها يمتلك منتجها وأصحابها حقوق خاصة (الحماية عن طريق حقوق التأليف، الملكية الصناعية، الحماية التعاقدية بينود السرية)، أو التي بعض استعمالاتها يمكن أن تكون محل عقوبات عن طريق تدابير قضائية خاصة، ومن ثم فإن المعالجة غير المسموحة لأي معلومة مفتوحة يمكن عدها مساسا بإرث المؤسسة، إن ممارسة الذكاء الاقتصادي يفرض على كل المؤسسات مضاعفة تدابير الحذر فيما يخص حماية إرثها المعلوماتي عن طريق معرفة واستعمال كل المصادر القانونية المتاحة لهذا الغرض وتسخير كل الوسائل البشرية، المعلوماتية، والتنظيمية⁹⁵.

⁹⁵ وهيبة سراج، مرجع سبق ذكره، ص 5.

ج/ بث المعلومة: وتتمثل في إعطاء قيمة لهذه المعلومة ببثها داخل المؤسسة، حتى تساهم في خلق قيمة مضافة⁹⁶، أي العمل على إيصال المعلومات المتحصل عليها لمستخدميها في الوقت المناسب، أو أنه يجب تخزينها وحفظها ضمن قواعد بيانات المؤسسة، لكي يتم استرجاعها لاحقاً وقت الحاجة إليها، على أن تتاح إمكانية الوصول إليها من طرف مستخدميها، فالمعلومة التي تم جمعها لا تجدي نفعاً، ما لم تنشر في الوقت المناسب، أو جعلها متاحة في الزمان والمكان المناسبين لاستغلالها من طرف متخذي القرارات في المؤسسة، وعليه يقول Martinet et marti إن المعلومات التي يتم جمعها قد لا تعني شيئاً في حد ذاتها، وقد تفقد أهميتها إذا لم تستخدم في الوقت المناسب، ومن طرف الشخص المناسب، فكلما تم نشرها في الوقت المناسب للأستخدام كلما زادت قيمتها أكثر، بحيث تلعب عملية نشر المعلومات دوراً هاماً في فعالية نظام الذكاء الاقتصادي، وتعتبر خطوة حاسمة فيها، من خلال تجميع الخطوات السابقة، وتفعيل الخطوات اللاحقة، وقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات كثيراً في نشر وتخزين واستخلاص المعلومات المناسبة، فهي داعمة لتبادل ونقل البيانات من جهة، وتوليد المعلومات الهامة من خلال التنقيب في قواعد البيانات من جهة أخرى، وعند تزواج تكنولوجيا المعلومات وتقنية الإتصال أصبحت عملية تبادل المعلومات تتجاوز حدود المؤسسة الواحدة، حيث تتفاعل العديد من الأطراف ذات المصالح والمنافع المشتركة، وتتشابك فيما بينها في تنظيم منسق، بغرض المشاركة في نقل وتبادل المعلومات التنافسية وتقاسم الخبرات، في مواجهة الشكل الجديد للمنافسة⁹⁷.

وهنا يجب الإشارة إلى أن المعلومة تكلف كثيراً، لذلك يجب توفيرها للذين يحتاجون لها من أجل استخدامها كما أن بث المعلومة إذا يشكل خطوة أساسية لإجراء الذكاء الاقتصادي بشرط أن تستخدم بذكاء وحذر، كما يجب على المتخصصين في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية، وعلى تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة⁹⁸، ولنشر المعلومة يجب اتباع الخطوات التالية⁹⁹:

- تصنيف المعلومات بالاعتماد على درجة من الحساسية لها، تصنيف المعلومات (وثائق، تطبيقات الأعمال، الرسائل والمعلومات غير الرسمية)، والتي سوف يتم التصريح بها من قبل المؤسسة.
- تحديد الأفراد الذين هم بحاجة إلى الحصول على المعلومات للسماح للمؤسسة كي تعمل بكفاءة (بدون الكشف عن معلومات حساسة، تقدم لموظفيها المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب)،

⁹⁶الياس العبداني وحمزة ضويفي، مرجع سبق ذكره، ص2

⁹⁷نسرين مغمولي، مرجع سبق ذكره، ص 13.

⁹⁸الياس العبداني وحمزة ضويفي، مرجع سبق ذكره، ص2

⁹⁹رقية منصور، مرجع سبق ذكره، ص15.

يجب تحديد الأفراد الذين يحتاجون إلى الوصول إلى المعلومات المختلفة من اجل تحقيق أقصى قدر من القيمة.

- تحديد وسائل إيصال المعلومة.

ثانياً: زمن الإستغلال: يتعلق هذا الزمن بالإستغلال العقلاني للمعلومات، فالمعلومة في حد ذاتها ليست لها معنى ولا قيمة لها حتى يتم معالجتها وتحليلها، لأن ذلك سيعطي للمعلومة قيمة وأهمية أكثر في إتخاذ القرارات الإستراتيجية والتكتيكية أيضاً¹⁰⁰، ويتكون هو الآخر من عمليات يمكن ذكرها كما يلي:

أ/ **معالجة المعلومة:** إن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الاقتصادي، فهذا الإجراء يعتمد أساساً على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل، ونعلم أن ما يواجه أفراد المؤسسة اليوم ليس نقص المعلومة وإنما كثرتها لذلك يجب معالجة المعلومة¹⁰¹، ويتم في هذه المرحلة¹⁰²:

- **المعالجة:** ويقصد بها فرز المعلومات والاحتفاظ بتلك التي هي ذات صلة بموضوع أو مشكلة البحث،

وهذا يعني أن تقابل أو توافق الاحتياجات من المعلومات التي تم تحديدها في المراحل الأولى لمرحلة جمع المعلومات (التخلص من المعلومات التي ليس لها صلة).

- **التحليل:** وهو إعطاء معنى للمعلومة، وذلك بعدم التحيز لعدم التركيز على المسار الخطأ، وتنظيم

وهمسكلة تحديد الأولويات والتوفيق بين المعلومات، كل هذه المعلومات التي لا تقل أهمية، والتي هي الهيكلية، هي جميعاً في نفس المعنى، واستخدام الأدوات التحليلية، مثل نموذج القوى الخمس لبورتر.

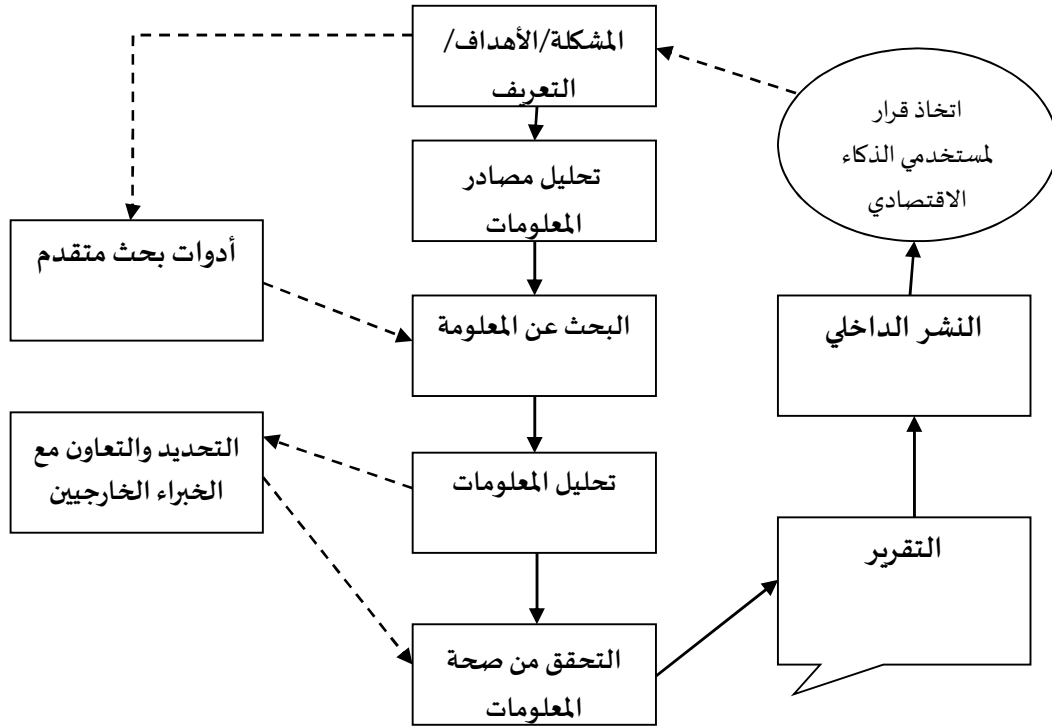
ب/ **تطوير طريقة فهمها:** إن الطرق المختلفة للفهم، قد يؤدي إلى الفهم الخاطئ للمعلومة، الأمر الذي يترتب على ذلك قرارات قد تكون غير صائبة تساهم في حدوث نتائج عكسية، لذلك ينبغي اعتماد طرق حديثة تسمح بالفهم الجيد للمعلومة، وقد يتم الاعتماد في ذلك على برامج تكنولوجية متطورة، أو أساليب إدارية جديدة مسيطرة للواقع.

¹⁰⁰ نسرين مغبولي، مرجع سبق ذكره، ص 14.

¹⁰¹ إلياس العبداني وحزمة ضويفي، مرجع سبق ذكره، ص 2.

¹⁰² رقية منصور، مرجع سبق ذكره، ص 14.

الشكل رقم (17.1): سيرورة عملية الذكاء الاقتصادي



المصدر: رقية منصور، نظام المعلومات كآلية لدعم وتفعيل الذكاء الاقتصادي في منظمة الأعمال، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012، ص15.

تأسيسا على ماسبق، وإضافة عليه يمكن القول أنه للوصول إلى إقامة منظومة للذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي ليس لديها إمكانيات كبيرة، فإن يمكن البدء بعملية البحث الوثائقي، ثم عملية اليقظة الإستراتيجية والتي يمكن للمؤسسة تبنيتها بسهولة ولا تستوجب وسائل معقدة، حيث تعمل وتقوم على اكتشاف التهديدات ومعرفة الفرص، التي يجب أخذها بعين الاعتبار حتى تتمكن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من اتخاذ أحسن القرارات، وتخفيض حالات عدم التأكد، وهذا ما يكسب المؤسسة مركز تنافسي قوي ناتج عن ميزة تنافسية أدت إلى وفاء العملاء وترسيخ علامة منتوجات المؤسسة في أذهانهم، حتى نصل إلى الذكاء الاقتصادي، فهو وكما سبق ذكره، أشمل من اليقظة وذلك في عدة نقاط سبق ذكرها، وعليه فإن كلا المنظومتين يقوم على أساس المعلومات المنتقاة من مختلف العناصر الموجودة في البيئة الخاصة أو العامة، وذات التأثير على سير المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتواصل نشاطها، والهدف الأساسي لكليهما هو الاستعمال الجيد للمعلومات المتحصل عليها، وهذا لخدمة صناع القرار في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، لإعطائها القدرة والميزة في مواجهة المنافسة، ولتوضيح الدورة أكثر يمكن القول أن: عملية اتخاذ القرار هي عبارة عن اختيار البديل الأفضل من بين مجموعة البدائل الممكنة، وحتى يتم اختيار البديل الأمثل يجب أن يكون لدى المؤسسة معلومات عن العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرار، وخاصة غير القابلة للقياس منها والتي من بينها ردود الأفعال المحتملة للمنافسين، التغيرات في قوانين الضرائب، دخول منافس

جديد للسوق، الكوارث الطبيعية ... الخ، وبالنسبة للعوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرار التي يمكن قياسها وتحديد قيمها فنجد: تكلفة البديل من المواد الأولية، العمالة، التكاليف غير المباشرة... الخ.

3.4.1. وظائف الذكاء الاقتصادي

تعتمد أهداف الذكاء الاقتصادي على احتياجات المؤسسة من المعلومات والوسائل المخصصة لهذا النشاط من الناحية المالية والبشرية، ولهذا يمكن التمييز بين عدة وظائف وفقا للمجال المشمول بالبحث والنهج المتبع في البيئة.

أولاً: وظيفة إعلامية: الأساس المنطقي لوجود الذكاء الاقتصادي هو توفير المعلومات اللازمة التي تحتاجها المؤسسة، بحيث يجب أن تكون هذه المعلومات التي تم جمعها من خلال طرق مختلفة، وينبغي التحقق من المصادر المتنوعة والمحددة ذات صلة، أي الاستجابة لطلبات المستخدمين، وعلى هذا المستوى، فالوظيفة الإعلامية هي وظيفة أساسية لرصد عناصر معينة من البيئة المساعدة في إتخاذ الخيارات الاستراتيجية الصحيحة، فقد يكون إما للإجابة على سؤال محدد حول المنافسة، أو الحصول على معلومات حول تطور منتج أو تكنولوجيا أو سوق، فعن الهاتف المحمول مثلا، يمكن لمدير التسويق أن يطرح أسئلة أكثر أو أقل تحديدا، باستخدام طرق ووسائل بحث مختلفة مثل¹⁰³:

- ما هي أسعار الرسائل القصيرة للمنافسين في سوق الدفع المسبق خلال فترة شهر رمضان؟
- ما هي خدمات الوسائط المتعددة (تنزيل الموسيقى، ونقل البيانات، MMS، WAP، GPRS)، التي يقدمها المنافسين في عروض الدفع الآجل على جزء من المؤسسات الكبيرة؟
- ما هي ميزتنا النسبية ونقاط الضعف مقارنة بالمنافسين؟
- ما هي النماذج الاقتصادية لتكنولوجيا الضغط والتحدث، التي تم تطويرها في أكثر الدول تقدماً في هذا المجال (الولايات المتحدة، كندا، أستراليا، بريطانيا العظمى)؟

يمكن أن تكون المعلومات الخام أو المعالجة، والتي يتم تحليلها، توليفها وتنسيقها، العلاج المنطقي للبيانات الخام المجمعة، إن هذا التنسيق يسمح بتوصيل المعلومات المجزأة لإعادة بناء لغز مهم ورائع، فإذا كانت المعلومات التي تم جمعها لا تجيب بشكل كامل على السؤال المطروح، فإن المعالجة والتنسيق سيضمن خبرة المحلل والقيمة المضافة (التقدير، التفسير، الاستقراء)، ثم يتم تخزين جميع المعلومات التي تم جمعها وتحليلها في قاعدة بيانات، داخل نظام معلومات حية (ذاكرة المؤسسة)، لتحديثها أو استخدامها في وقت لاحق¹⁰⁴.

¹⁰³ Lotfi Bouzaianr et Ahmed El Gazzah, **Les fonctions de L'information et l'intelligence économique pour une entreprise**, M2PA, université virtuelle de Tunisie, p : 10.

¹⁰⁴ Ibid., p ;10.

فالذكاء الاقتصادي يقوم بتحويل المعلومات بعد جمعها وتحليلها وترجمتها إلى معرفة ذات قيمة وهي إستراتيجية، وهي معرفة تمكن متخذي القرار من التعرف على موارد المنافسين، وربطها مع القدرات الموجودة في مؤسستهم، فهذا النوع الخاص من المعرفة يساعد في اقتناص الفرص البيئية، وتجنب أو مواجهة التهديدات البيئية المحتملة¹⁰⁵.

ويمكن وصف هذا النهج بأنه استنتاجي لأن الهدف هو جمع المعلومات للإجابة على سؤال مطروح، فالسؤال وبغض النظر عن نطاقه الاستراتيجي، يشير إلى منطقة محددة من البيئة، بالإشارة إلى السؤال الأول الذي سبق طرحه، هذا هو المحيط التالي: سوق الهاتف المحمول، شريحة الدفع المسبق، العملاء الخاصين، سعر ترويج الرسائل القصيرة، فترة رمضان، أسعار المنافسين¹⁰⁶.

ثانياً: الوظيفة التوقعية: الوظيفة الثانية للذكاء الاقتصادي هي توقع الفرص والتهديدات التي يمكن أن تنشأ في بيئة العمل: خاصة في مجال المنتجات والتقنيات، المنافسون والتشريعات، ويمكن تحديد الفرص من خلال تتبع تطور سلوكيات المستهلكين، وإطلاق منتجات جديدة في السوق المحلية أو الدولية، وظهور تكنولوجيا جديدة أو طريقة إنتاج جديد، أو حتى تغيير إيجابي في التنظيم، بينما تكمن التهديدات في كونها قد تأتي من التغييرات التي تطرأ على أسعار المنافسة، وإرتفاع في أسعار الموردين أو حيازة أو اندماجات في السوق، ضف إلى ذلك تقادم العمليات التكنولوجية المستخدمة من قبل المؤسسة وإهلاكها¹⁰⁷.

على عكس الوظيفة السابقة، فإن نهج الذكاء الاقتصادي يستمر هنا من خلال الإستقراء، وهذا يعني من خلال المتابعة الدائمة دون وجود فكرة مسبقة أو سؤال سلفاً، والهدف هو الكشف عن العلامات المبكرة للتغيير في المستقبل، والتأثير في موقف المؤسسة من أحد العناصر الإستراتيجية: سياسة الأسعار وتحديد موقع المنتج، والاختيار التكنولوجي.

وفقاً لـ H. LESCA فإن المعلومات تكون متوقعة عندما يشير التفسير إلى إمكانية حدوث حدث معقول في المستقبل، عندما يبدأ هذا الحدث بالكاد (أو لم يبدأ حتى على الإطلاق)، في اللحظة التي فيها يكون فيها إكتشاف المعلومات، ويمكن تمييز نوعين من المعلومات المتوقعة¹⁰⁸:

- المعلومات المحتملة: على سبيل المثال نجد قدرة منافس في المجال على وجه الخصوص (التمويل الذاتي، والابتكار (...)

¹⁰⁵ صونية بتعة، مرجع سبق ذكره، ص120.

¹⁰⁶ Lotfi Bouzaiar et Ahmed El Gazzah, p : 11.

¹⁰⁷ Ibid, p :11.

¹⁰⁸ Ibid, p :12.

• **علامات الإنذار المبكر:** على سبيل المثال، توظيف مهارات جديدة، منافس في التخصصات الهامة، وإبرام عقد الشراكة أو التحالف.

ولتسليط الضوء على هذه الوظيفة التوقعية، يمكن تحليل الممارسة على محورين، محور وقت ومحور مساحة.

على محور الوقت:

- تحولت الممارسة إلى الماضي أو بأثر رجعي.
- ممارسة مستقبلية أو توقعية.

على محور المساحة:

- تحولت الممارسة نحو المناطق الداخلية للمؤسسة.
- تحولت الممارسة إلى خارج المؤسسة

ذاتياً: وظيفة استباقية: الوظيفة الثالثة تمتد على كامل عملية الجمع لنشر المعلومات، وتتجاوز وظيفة المراقبة الأساسية للبيئة، بالإضافة إلى الوظيفة الاستباقية لليوم السابق، للوصول إلى توصيات قابلة للتنفيذ، أو حتى إتخاذ إجراءات للتأثير على البيئة، وفي هذه الوظيفة، يمتد دور الذكاء الاقتصادي إلى مستوى المؤسسة وهيكلها، وينتج عنها تنسيق العمليات والعلاقات بين الوحدات التي تشكلها، فيصبح الذكاء عاملاً للتأزر¹⁰⁹.

ووفقاً لـ A Juillet، تركز مشكلة الذكاء الاقتصادي على حد سواء في الانقسامات الثقافية التالية: وهي الانتقال من ثقافة مغلقة إلى ثقافة مفتوحة للمعلومات؛ والانتقال من ثقافة فردية إلى ثقافة جماعية للمعلومات، والانتقال من المؤسسة الصناعية، التسويق، ومالية معرفة المؤسسة على مدى الخمسين سنة الماضية، حيث تشكل خطوة صعبة.

خارج المؤسسة، سيكون الذكاء الاقتصادي أوسع نطاقاً من أجل ضمان أقصى قدر من الأمن للمؤسسة، سوف يتكون في تنفيذ الإجراءات المضادة للذكاء في حالة الأزمات، والمعلومات الخاطئة، والأفعال الخبيثة مثلاً. في نهاية المطاف، الرصد البيئي، اليقظة التكنولوجية والتنافسية، قد تصبح ذكاء عندما تنطلق من نهج أكثر هجومية من جمع المعلومات، لأنها تدمج بعد شبكي داخليا وخارجيا، للوصول إلى توصيات بهدف تنفيذ الإجراءات، فالتأثير لا يسمح فقط بالحصول على المعرفة وتوقع الأحداث ولكن أيضا يسمح بالسيطرة على بيئة المؤسسة¹¹⁰.

¹⁰⁹ Lotfi Bouzaianr et Ahmed El Gazzah, p :12.

¹¹⁰ Ibid, p :12.

تعقيبا على ماسبق، يمكن القول بأن وظائف الذكاء الإقتصادي التي سبق وأن ذكرناها في تطور مع الزمن، بفعل تطور حاجات المؤسسة للمعلومة المفيدة، وأيضا يجب معرفة أن لكل وظيفة من الوظائف السابقة، فاعلين فيها، وحتى الآن، يمكننا أن نعترف بأن هناك أربعة مكونات تكامل عملية الذكاء الإقتصادي، وهي:

- عالم المعلومات (يمكن أن يكون منتجاً للمعلومات أو المورد: مؤسسة، شخص، دعم).
- الوسيط (الحارس المسؤول عن سلسلة المعلومة: تحليل الاحتياجات وتحديد المصادر وجمع ومعالجة ونشر المعلومات).
- المستخدم النهائي (وبعبارة أخرى، مقدم الطلب الذي سيمثله صانع القرار: شخص قانوني أو اعتباري).
- حماية التراث.

أ/ **صانع القرار:** هو الشخص القادر على تحديد ووضع المشكلة التي يتعين حلها من حيث الحصة أو الخطر أو التهديد الذي يثقل كاهل المؤسسة، وبعبارة أخرى، فهو يعرف احتياجات مؤسسته والقضايا وربما المخاطر والتهديدات التي قد يعاني منها¹¹¹.

يقترح Bouaka نموذجا لشرح المشكلة الأساسية، حيث يأخذ في الاعتبار ثلاث فئات من المعلومات: (أ) طبقة إتخاذ القرار (الخصائص الفردية)، (ب) فئة المنظمة (المعلومات ذات الصلة بالمنظمة)، (ج) فئة البيئة: المعلومات المتعلقة بالبيئة المباشرة (العملاء، الموردين، المنافسين)، والعالمية (الإجتماعية، الإقتصادية، السياسية)، والمهارات (المعرفة وأعرف كيف)، هذه المرحلة مهمة جدا للياقض، بحيث يسمح في الواقع بإعادة صياغة المشكلة والتمثيل الصريح للهدف الذي يتعين تحقيقه، حتى يتمكن الياقض من البدء بعملية البحث عن المعلومات¹¹².

في المرحلة الأولى من العملية، فإن صانع القرار نفسه هو الذي يعرف القرار الذي يجب اتخاذه من أجل التشغيل السلس للعمليات (الرد في الوقت المناسب على الابتكار أو التكيف مع السوق)، ووفقا لـ Simier، فإن عملية التفسير تختلف عن كل من النظام المصمم، والأجهزة والبرمجيات، وجميع الإحتياجات الرسمية، وصراحة، لا يتم تحديده بعقلانية من قبل واحد أو ولا من قبل آخر، ولكن يتفاعل مع كليهما¹¹³.

ب/ **الياقض:** الياقض أو الحارس هو الشخص الذي يتخصص في منهجية جمع وتحليل المعلومات، والغرض منه هو الحصول على مؤشرات أو معلومات ذات قيمة مضافة يعتمد عليها صناع السياسات، بعد الحصول على حل

¹¹¹ Stephane Gorla et Autres, **le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de recherche d'information**, Actes du colloque ATELIS, Poitiers, France, 2005, p :86.

¹¹² Ibid, p : 87.

¹¹³ Ibid, p : 87.

المشكلة من قبل صانع القرار، حيث يجب على الحارس ترجمتها من حيث سمات المعلومات التي يتعين جمعها، وهو أمر ضروري لحساب المؤشرات، كما يجب على المراقب تحديد مصادر المعلومات ذات الصلة، واستخدام خبرته للحصول على المعلومات ذات الصلة من هذه المصادر، هذه الملاحظة الأخيرة يمكن توضيحها بالفلترية الضرورية على البيانات التنظيمية، والتي تعتبر آمنة وصحيحة، ولكن ليست كل المعلومات ضرورية لمعالجة المشكلة¹¹⁴.

إن الياقض ملزم بتحليل المعلومة وإثرائها ودراسة النتائج المحتملة التي تنتج عن إستعمالها، ولهذا كله يتعين على الياقض المعرفة الدقيقة للحاجة المعلوماتية لصاحب القرار والهدف المتوحى منها، وذلك لتزويده بها وفي الوقت المناسب، فالياقض على ارتباط وثيق مع صاحب القرار من حيث معرفة حاجته المعلوماتية، والأهداف المسطرة للمعلومة، الوقت المناسب لتلبية هذه المعلومة، وهنا يظهر للياقض دورين أساسيين ألا وهما: دور إستراتيجي يلعب فيه دور الوسيط المعلوماتي بين الأشخاص المتدخلين في البحث عن المعلومة وصاحب القرار، ودور عملي يتمثل في تسيير المعلومة ويضمن التنسيق بين مختلف المتدخلين والفاعلين فيها¹¹⁵.

والجدول الموالي يوضح أهم الوظائف التي يقوم بها كل من صانع القرار والياقض، بالإضافة إلى المهارات التي يتمتعان بها والوسائل اللواتي يستخدمونها.

¹¹⁴ Stephane Gorla et Autres, OP, p : 87.

¹¹⁵ عبد الوهاب سيواني، مرجع سبق ذكره، ص38.

الجدول رقم (5.1): العناصر الأساسية لعملية الذكاء الاقتصادي

رقم العملية	الوظيفة	العنصر	المهارات	الوسيلة
1	تعريف مشكلة إتخاذ القرار.	المدير - صانع القرار	يعرف البيئة التي يعمل فيها، وهو يتقن قطاعه يكشف المخاطر والتهديدات لأعمالها أو خدماتها، كما أنه يعرف القضايا	طريقة تحليل SWOT ومخطط ايشيكاوا.
2	تحويل مشكلة إتخاذ القرار إلى مشكلة البحث عن المعلومات.	اليقضى والمدير - صانع القرار	الإستراتيجية المنهجية (تنفيذ المؤشرات)، ومهمة تحليلية (فهم الطلب والقضية والسياق)، والمهمة التشغيلية، ومهمة منهجية.	أداة مساعد في إدارة التدقيق، وأداة هيكلية المشروع أو الموضوع، من النوع خريطة العقل.
3	تحديد المصادر ذات الصلة.	اليقضى	يحدد ويقيم مصادر المعلومات ويراقبها، ويختار أكثر المصادر ملاءمة للطلب	برنامج مراقبة آلية للموارد، ووكيل التنبيه، وكذلك محرك ميتا.
4	البحث عن المعلومات ذات الصلة.	اليقضى	استخراج المعلومات في مواعيدها أو بشكل دوري، ويتحكم في المعلومات التي تم جمعها.	المحركات والبوابات المتخصصة والوثائق المكتوبة.
5	معالجة وتحليل المعلومات	اليقضى	المعالجة الفكرية للمعلومات: تحليل المحتوى وتنسيق أكثر تفصيلا للمعلومات في شكل التوليف، البيليوغرافيا، بانوراما الصحف.	أداة التصنيف والملخص والترجمة الآلية، ونظام إدارة المحتوى، وتعدين النص، وأداة مساعدة للترجمة (رسم خريطة للعناصر، المفاهيم)، وأداة إحصائية.
6	الترجمة	المدير - صانع القرار	نسبة إلى وصف المشكلة الأولية	أداة للتعاون وتبادل ونشر المعلومات
7	إتخاذ القرار	المدير - صانع القرار	يجب أن يعتمد على المؤشرات الموضوعية مع الحارس.	وسائل تسيير المشاريع.
8	حماية الإرث، والرسملة.	اليقضى - صانع القرار	المعرفة التي تم تحديدها ونشرها وتخزينها ومشاركتها وحمايتها.	نظم المعلومات الإستراتيجية/قاعدة بيانات/أنترنت.

Source : Stephane Gorla et Autres, le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de recherche d'information, Actes du colloque ATELIS, Poitiers, France, 2005, p :86.

5.1. نظم المعلومات وعلاقتها بالذكاء الاقتصادي

يشهد العالم تطورا هائلا في نظم المعلومات، الأمر الذي يستلزم الأخذ بها وإستخدامها وتطبيقها في الأجهزة الإدارية، حيث أن المؤسسة اليوم بحاجة إلى نظم معلومات مفتوحة على البيئة الخارجية، لتحصيل مختلف المعلومات الخاصة بها، وإستخدامها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية.

1.5.1. المعلومة الإستراتيجية وعملية الذكاء الإقتصادي

تزايدت أهمية المعلومة الإستراتيجية ودورها في عملية صنع القرار الأنسب لتحقيق التميز، خاصة وأن توفر المعلومة الإستراتيجية أصبح مجالاً للتنافس في عالم يزداد فيه الإعتماد على الأنظمة الإستراتيجية، وكذا لمواجهة التغيرات البيئية المستمرة.

أولاً: مفهوم المعلومة الإستراتيجية: هناك صعوبة في التعريف بين ما هو إستراتيجي، وبين ما هو غير إستراتيجي من المعلومات، التي يتم إتاحتها إلى متخذي القرارات، على النحو الذي يحتم إعتماد أسس سليمة في الفصل بين الصنفين من المعلومات، ومن ثم تحديد مفهوم المعلومات الإستراتيجية، وبيان أهم الأبعاد والخصائص التي تتصف بها، وتميزها عن أنواع المعلومات الأخرى، حيث تعرف المعلومة الإستراتيجية بأنها تكون ذات توجه مستقبلي، ومشملة على قدر معين من الغموض، وهي ترتبط بتخطيط السياسات لأجل طويل، والذي يكون من مهام الإدارة العليا¹¹⁶.

إن قيمة المعلومة تعتمد على مدى منفعتها، وهذا ما يتطلب مجموعة حقيقية من المعلومات التي تستطيع الحصول عليها، حيث أن المعلومة الإستراتيجية هي كل المعلومات التي يمكن ان تكون ذات فائدة لمشاريع المؤسسة، وتتميز بأنها تخص مجالات متعددة، تحدد المؤسسة من خلالها أنشطتها ومجالات توسعها، فعلى المؤسسة أن تقوم بتصفية للمعلومات التي تلتقطها، وأن تحتفظ فقط بالمعلومات التي تفيدها كما عليها تجنب الإغراق بمعلومات غزيرة وغير قابلة للاستعمال¹¹⁷.

ثانياً: خصائص المعلومة الإستراتيجية: هناك جملة من الخصائص العامة التي ينبغي أن تتصف بها المعلومة الإستراتيجية، إذا ما أريد لها أن تكون نافعة وذات قيمة إقتصادية نذكر منها¹¹⁸:

أ. **التوقيت المناسب:** يعتبر بمثابة المعيار الأساسي لجودتها، فلا قيمة للمعلومة إذا لم تصل في الوقت المناسب لمتخذ القرار، حيث تعمل على تمكين الإدارة من سرعة التصرف ومعالجة المشكلات قبل تفاقمها، وتقليل الإسراف في إستخدام الموارد المتاحة بالمؤسسة، وكذا التمكن من متابعة الأفكار الجديدة وتنفيذها.

¹¹⁶ حسان بوعايدة وعبد الباسط مداح، خصائص المعلومات الإستراتيجية لصنع وإتخاذ القرارات في المؤسسات الإقتصادية: دراسة عينة من المؤسسات الإقتصادية الجزائرية، ص5، متاحة عبر الرابط: <https://platform.almanhal.com/Files/2/96574> تاريخ التنفّح: 2018/06/18.

¹¹⁷ عبد الله بلوناس ومجد بوزيدي، دور الذكاء الإقتصادي في دعم المعلومة الإستراتيجية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال وإقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأدرنية، الأردن، أيام 23-26 نيسان 2012، ص394.

¹¹⁸ نفسه، ص 395.

ب. **صلاحيات المعلومات للغرض المستهدف منها:** والصلاحيية تعني ملائمة المعلومات لإحتياجات المستخدمين لها في مختلف المستويات الإدارية والتشغيلية، فهي تمثل العامل الأساسي في تحديد القيمة الاقتصادية للمعلومات نفسها، فالمعلومات التي لا تلائم إحتياجات الإدارة تقترب من الصفر، بل أن المبالغ والجهد التي بذلت في سبيل تجميعها وتحليلها تعتبر في هذه الحالة نوعا من الخسائر.

ج. **الثقة في المعلومات:** لكي تصبح المعلومات موضع ثقة المستخدمين وتمكنهم من الإعتماد عليها في إتخاذ قراراتهم، ويجب أن تتوفر فيها الدقة والموضوعية وقابلية التحقيق وقابلية القياس.

د. **الكمية:** يقصد بهذه الخاصية كمية المعلومات المناسبة التي يجب أن تتوفر لدى متخذ القرار، والتي تمكنه من الإحاطة الشاملة بكافة جوانب المشكلة موضع البحث، وذلك دون تفصيل زائد أو إيجاز يفقدها معناها، والكمية المناسبة للمعلومات تتحدد في ضوء عامل الشمول والذي يعني إحتواء المعلومات على الحقائق الأساسية لكافة جوانب المشكلة، والإيجاز والذي يتطلب توافر معلومات مختصرة تركز على مواضع الإنحراف أو الإختلاف عن الخطط الموضوعية.

هـ. **الحداثة:** إن الظروف البيئية المحيطة بالمؤسسات سريعة التغير وتستلزم من القائمين على إدارة هذه المؤسسات أن يكونوا على علم أولا بأول لكل ما يطرأ عليها من تغيرات، والقرار المبني على معلومات متقدمة غالبا ما يفضّل، وتكون النتيجة ضياع فرص كثيرة على المؤسسة.

و. **المرونة:** وتعني تكييف المعلومات لتتناسب مع ظروف إتخاذ القرارات، ويستحب في المعلومات أن تكون بسيطة وغير معقدة، حتى لا يبذل متخذ القرار جهدا لفهم المعلومات الواردة إليه بسبب تعقيدها وتركيبها، إضافة إلى جهد تحليلها وتبسيطها وفهمها، وكذلك يجب توفير إمكانية الإعتماد على المعلومات، فإذا لم يتسنى ذلك فكيف يمكن أن تكون أساسا لإتخاذ القرارات وترشيد الإدارة.

ثالثا: أهمية المعلومة الإستراتيجية: تستخدم المعلومة الإستراتيجية لتحديد المشكلات التي تواجه المؤسسة عن طريق مسح البيئة باستمرار، للتعرف على التغيرات التي تحدث فيها، بهدف تجنب التهديدات، أو تجنب إضاعة الفرص المتاحة أمامها، كما تستخدم لتحديد الإستراتيجيات الممكنة إتباعها مستقبلا، وتحديد النتائج المرغوب في تحقيقها عند تطبيق واحد أو أكثر من تلك الإستراتيجيات.

ويختلف إستخدام المعلومة الإستراتيجية من مؤسسة إلى أخرى، وإحتياج المؤسسة للمعلومة الإستراتيجية، يرتبط بطبيعة نشاطها، وهذا ينعكس من خلال ما تتمتع به الإدارة العليا من رؤية ووجهة نظر، كما ترتبط بنقاط

القوة والضعف في المؤسسة، وبمعايير النجاح على مستوى المشاريع، وبالمعلومات عن المنافسين وبالفرص والتهديدات البيئية¹¹⁹.

رابعا: تعامل الذكاء الاقتصادي مع المعلومة الإستراتيجية: لقد تطورت نظم المعلومات خلال الفترات الزمنية، وقد كان هناك وجهات نظر مختلفة بهذا الشأن، والتي يوضحها الجدول الموالي، أما مفهوم المعلومة الإستراتيجية ومفهوم الذكاء الإقتصادي فهما مفهومان متلازمان ومتقاربان لا يكاد يفصل بينهما إلا خط رفيع¹²⁰، حيث يعتبر الذكاء الإقتصادي أحد المقومات الأساسية الداعمة للمعلومة الإستراتيجية داخل مؤسسات الأعمال المعاصرة من خلال البحث الدائم والمستمر عن كيفية إستغلالها بطريقة مثلى، تضمن الإستفادة القصوى منها، وتوظيفها توظيفا يخدم في النهاية الأهداف المستقبلية لها من خلال ترشيد القرارات إلى أبعد حد ممكن¹²¹.

فالمهمة الشاملة والدائمة للذكاء الإقتصادي هي الإستجابة لمختلف الإحتياجات والنشاطات الدقيقة والخاصة، فمختلف مراحل حياة ونمو المؤسسة ترتبط دائما بإحتياجات خاصة للمعلومة، فمثلا إنشاء مؤسسة، إطلاق منتج جديد، دخول منافس جديد في السوق، إنخفاض التكاليف الخاصة بالتصنيع والإنتاج، كل هذه الوضعيات تقوم على معلومات مفيدة والتي تحتاج إلى بحث وإستغلال في حدود معينة بوضوح¹²².

الجدول رقم (6.1): مراحل نظم المعلومات

المدة	العهد	الخصائص
سنوات 60	معالجة البيانات	الحواسيب المستقلة، بعيدة عن المستخدمين، ووظيفة خفض التكاليف.
سنوات 70-80	نظم المعلومات الإدارية	تبويب العمليات، مترابط، تنظيم لخدمة الإدارة، ودعم الأعمال التجارية.
سنوات 80-90	نظم المعلومات الإستراتيجية	الشبكية، وأنظمة متكاملة ومتاحة وداعمة للمستخدمين، فيما يتعلق بإستراتيجية الأعمال، وتمكين الأعمال، الأعمال المدفوعة.
سنوات 90	الذكاء الإقتصادي	إدارة المعرفة، المعلومة الإستراتيجية، إدارة المخاطر، النفوذ، السلامة والأمن، الجودة الشاملة.

المصدر: كريمة علي الجوهر وخديجة جمعة مطر، دور نظم المعلومات المحاسبية في تعزيز الذكاء الإقتصادي دراسة تحليلية، مجلة الإدارة والإقتصاد، السنة التاسعة والثلاثون، العدد 107، العراق، 2016، ص 239.

تأسيسا على ما هو موضح في الجدول السابق، فإن الذكاء الإقتصادي يتعدى سياق المعلومة الإستراتيجية لأنه أشمل، حيث أن الذكاء الإقتصادي نظام واسع وشامل للمعلومات، يتضمن مجموعة من المفاهيم والقيم التي تخدم الوحدة الإقتصادية، فالمعلومة الإستراتيجية تمثل حلقة من حلقات الذكاء الإقتصادي، غير أن المعلومة

¹¹⁹حسان بوعاينة وعبد الباسط مداح، مرجع سبق ذكره، ص 6.

¹²⁰كريمة علي الجوهر وخديجة جمعة مطر، مرجع سبق ذكره، ص 239.

¹²¹عبد الله بلوناس ولجند بوزيدي، مرجع سبق ذكره، ص 396.

¹²²نفسه، ص 396.

الإستراتيجية تنحصر تطبيقاتها على مستوى معين، في حين أن الذكاء الإقتصادي يضيف إليها متغيرات أخرى لتتجلى تطبيقاته على مستويات عديدة¹²³.

2.5.1. نظم المعلومات لدعم اتخاذ القرار من خلال الذكاء الاقتصادي

يتم تقسيم النمذجة النظامية لأية مؤسسة إلى ثلاثة أنظمة فرعية، هي نظم التشغيل، نظم المعلومات ونظم التحكم، فنظم التشغيل تتكون من التدفقات الأولية من المواد، التمويل والموظفين، بهدف تلبية احتياجات العملاء، بينما تهتم نظم التحكم بجميع موظفي الإدارة، الذين يؤدون مهام التنظيم والتوجيه والتكيف للمؤسسة، أما نظم المعلومات فهو نظام يسمح بجمع وحفظ واستعادة مختلف بيانات المؤسسة، من أجل السماح لأداء وظائفها مع ضمان اقترانها مع نظام التشغيل¹²⁴.

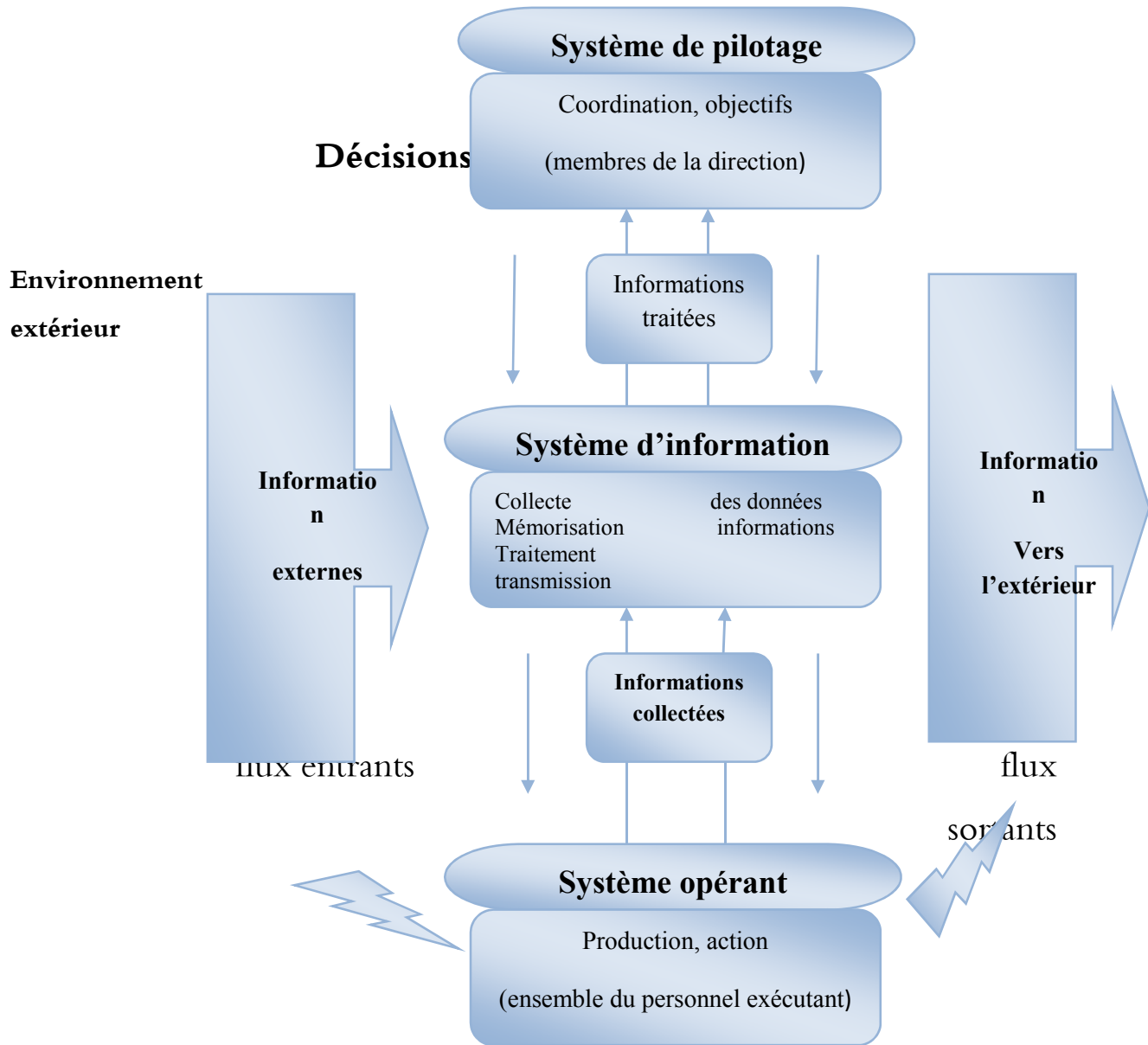
إن نشاط النظم التشغيلية ينتج عنها معلومات مخزنة في نظم المعلومات؛ بعد معالجة هذه المعلومات يتم نقلها إلى نظم التحكم، حيث تسمح هذه الأخيرة لمعرفة نشاط نظم التشغيل، إن قرارات نظم التحكم انعكست نحو نظم المعلومات ومن ثم إلى نظم التشغيل، للسماح لنظم التحكم بمراقبة عملياته¹²⁵، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

¹²³ كريمة علي الجوهر وخديجة جمعة مطر، مرجع سبق ذكره، ص 239.

¹²⁴ Ilhème Ghalamallah, Op, cit, p :43.

¹²⁵ Ibid, p :43.

الشكل رقم (18.1): تقديم نموذجي للمؤسسة



Source :Ilhème Ghulamallah, **proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle contexte d'intelligence économique**, thèse de doctorat en informatique, université de Toulouse, France, 2009, p :43.

يوفر نظام المعلومات الإجمالي الرابط بين النظام التشغيلي ونظام التحكم، وفي الواقع، ينتج نشاط النظام التشغيلي معلومات يتم تخزينها في نظم المعلومات، بعد المعالجة، يسمح نقل هذه المعلومات إلى نظام التحكم يسمح الأخير بمعرفة نشاط نظام التشغيل، سيتم تمرير قرارات نظام التحكم إلى نظام التشغيل للسماح لنظام التحكم

بالتحكم في العملية، بالإضافة إلى ذلك، لتلبية إحتياجات صانعي القرار، من الضروري تجميع وإعادة تنظيم وتاريخ البيانات التي تنتجها نظم المعلومات، وذلك لتحديد مجموعة فرعية تتعلق بدعم اتخاذ القرار.

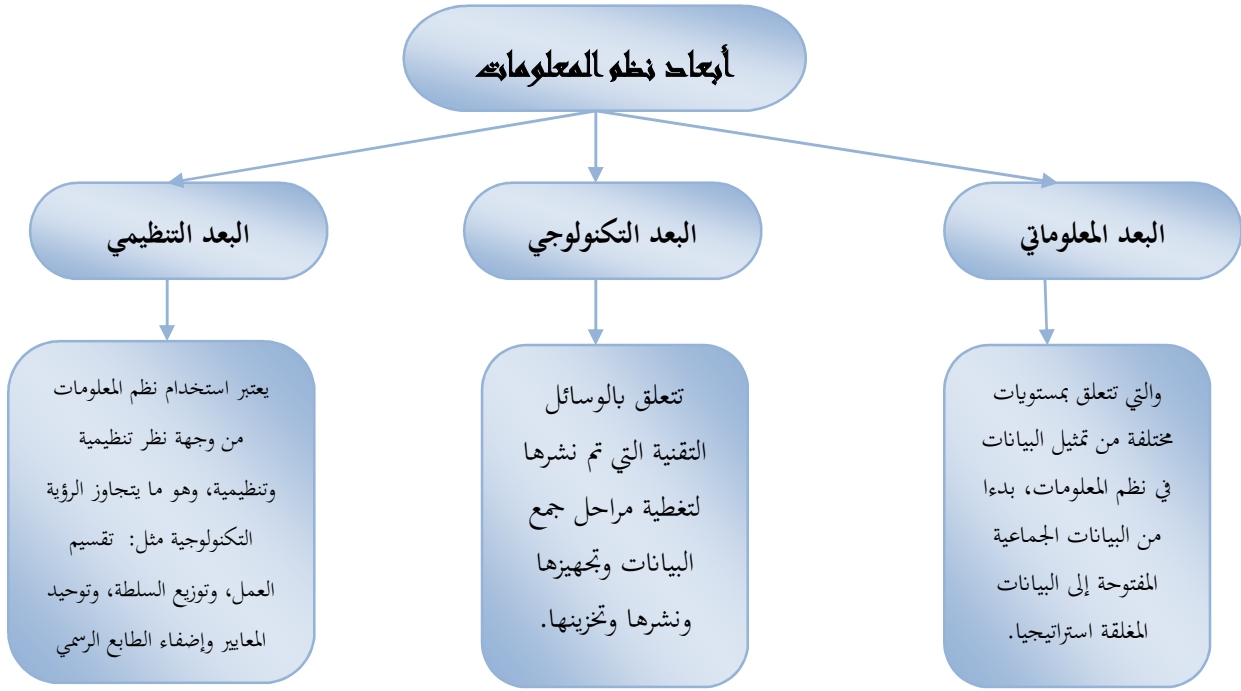
أولاً: ماهية نظم المعلومات: لقد عرفت نظم المعلومات على أنها نظام متكامل لكل من العنصر البشري والآلة، والذي يهدف إلى تزويد المؤسسة بالمعلومات الإدارية، لتدعيم واستمرار العمليات العادية واليومية ولإدارة المؤسسة، ولعملية اتخاذ القرارات الإدارية، وتعتمد هذه النظم على العديد من العناصر، مثل الحاسب الآلي بأجهزته اللازمة، لتحضير وإعداد وتحليل البيانات، وجميع أنواع البرمجة المستعملة معه، والإجراءات اليدوية الخاصة بإعداد وتجهيز البيانات، والنماذج الخاصة بتحليل البيانات، والتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات¹²⁶، ونجد هذا التعريف قد ركز على الوسائل المستخدمة في نظم المعلومات، والمتمثلة في أجهزة الحاسوب، والبرمجيات ونماذج اتخاذ القرار وكذا قواعد البيانات.

إن نظم المعلومات لديها خصوصية كبيرة لكونها تمثل مجموعة منظمة من الموارد المادية، البرامج الشخصية، المعطيات والإجراءات، والتي تسمح باستقبال ومعالجة وتخزين المعلومات على هيئة معطيات، نصوص وصور، موجودة في وبين المؤسسات، حيث تقوم هذه النظم بوظيفة الموارد بالنسبة للمؤسسة، بالإضافة أيضاً لاعتبارها متغير هيكلية ومساهم في استراتيجيتها، من خلال إدارة المعلومات اتجاه المستخدمين، في إطار رؤية تشاركية لمزيد من التعاون والدعم والتبادل بين مكوناته.

إن لنظم المعلومات رؤية ثلاثية الأبعاد يمكن تلخيصها في الشكل الموالي:

¹²⁶ اسماعيل محمد السيد، نظم المعلومات الادارية لاتخاذ القرارات الإدارية المكتب العربي الحديث، مصر، دون سنة، ص4.

الشكل رقم (19.1): الأبعاد الثلاثة لنظم المعلومات



Source :Ilhème Ghalamallah, **proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle contexte d'intelligence économique**, thèse de doctorat en informatique, université de Toulouse, France, 2009, p :44.

ناديا: دور نظم المعلومات في عملية الذكاء الاقتصادي: بالنسبة Patrick Romagni et Valérie Wild

، فإن تعريف نظم المعلومات يتكيف مع عملية الذكاء الاقتصادي فنظم المعلومات هي مجموعة منظمة من إجراءات السماح، في أي وقت، التي تعطي لصناع القرار التمثيل مكان المؤسسة في بيئتها وفي سوقها، وتنتج معلومات لمساعدة الأفراد في التنفيذ، والإدارة واتخاذ القرارات¹²⁷.

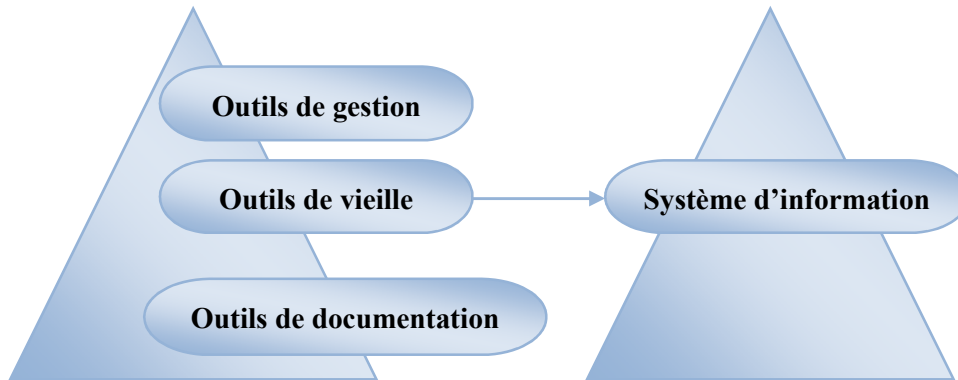
حيث يجب:

- تسهيل اتخاذ القرارات، والسماح لأئمة عدد معين من الإجراءات أو من خلال تزويد صانعي القرار بالعناصر اللازمة لصنع القرار.
- تنسيق الإجراءات من خلال معالجة المعلومات.
- تخزين المعلومات بشكل دائم وثابت.
- تعد معالجة البيانات أهم وظيفة في نظام المعلومات لأنها تؤدي إلى إنشاء معلومات يمكن استخدامها مباشرة من قبل صانعي القرار.

¹²⁷ Ilhème Ghalamallah, Op, cit, p :56,

إن نظم المعلومات الحالية لمؤسساتنا لا تتكيف مع إدارة ديناميكيات السوق، فهي مصممة أساساً لبيئة مستقرة ومسيطر عليها، ومبنية أساساً على الهياكل التنظيمية العمودية التي تزداد تعقيداً، وهذا النوع من نظم المعلومات لا يلبي احتياجات نخب الذكاء الاقتصادي، لذلك من الضروري تصميم نظم المعلومات تسمح للمؤسسات من تسيير أفضل للمعلومة، وتوفير أساس لتنسيق الإجراءات بين مختلف الجهات الفاعلة، وهذا التنسيق المستعرض تدعمه الدوافع التالية¹²⁸:

- إن أهداف الذكاء الاقتصادي مترابطة، لا يمكن علاجها بشكل منفصل.
 - الحاجة إلى تبادل المعلومات بين مختلف الجهات الفاعلة.
 - تقاسم المعرفة المكتسبة خلال العملية.
 - تنظيم المؤسسة بطريقة وظيفية عابرة.
- ومن هنا تأتي أهمية التطور من بنية عمودية لنظم المعلومات إلى بنية عرضية من شأنها أن تتيح إدارة عالمية للمعلومات.
- الشكل رقم (20.1): الانتقال من هيكل وظيفي هرمي إلى بنية تحتية عالمية للمعلومات



Structure fonctionnelle hiérarchique

infrastructure globale d'information

Source : Ilhème Ghalamallah, **proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle contexte d'intelligence économique**, thèse de doctorat en informatique, université de Toulouse, France, 2009, p :56.

- تأسيساً على ما سبق، يمكن إستخلاص أن نظم المعلومات تتكون من وسائل التسيير، ووسائل اليقظة ووسائل المستندات، والتي تؤثر في هذه النظم بشكل كبير.
- هذه البنية العرضية تسمح للمؤسسة من¹²⁹:
- الحد من العديد من الإحداثيات العمودية عن طريق خفض الخطوات الهرمية.

¹²⁸ Ilhème Ghalamallah, Op, cit, p :55

¹²⁹ Ibid, p :56.

- تحسين رصد البيئة.
- الفصل عن طريق التواصل العرضي.
- ركزت العلاقات على تكامل الصفقات.
- تحسين التكيف مع ديناميكيات السوق.

ويؤكد هذا التحليل ظهور بنية قاعدية للمعلومات وترسيخ الاستراتيجية في نظم المعلومات، ويعتبر الذكاء الاقتصادي جزءا من المخطط الشامل لنظم المعلومات الاستراتيجية للمؤسسة.

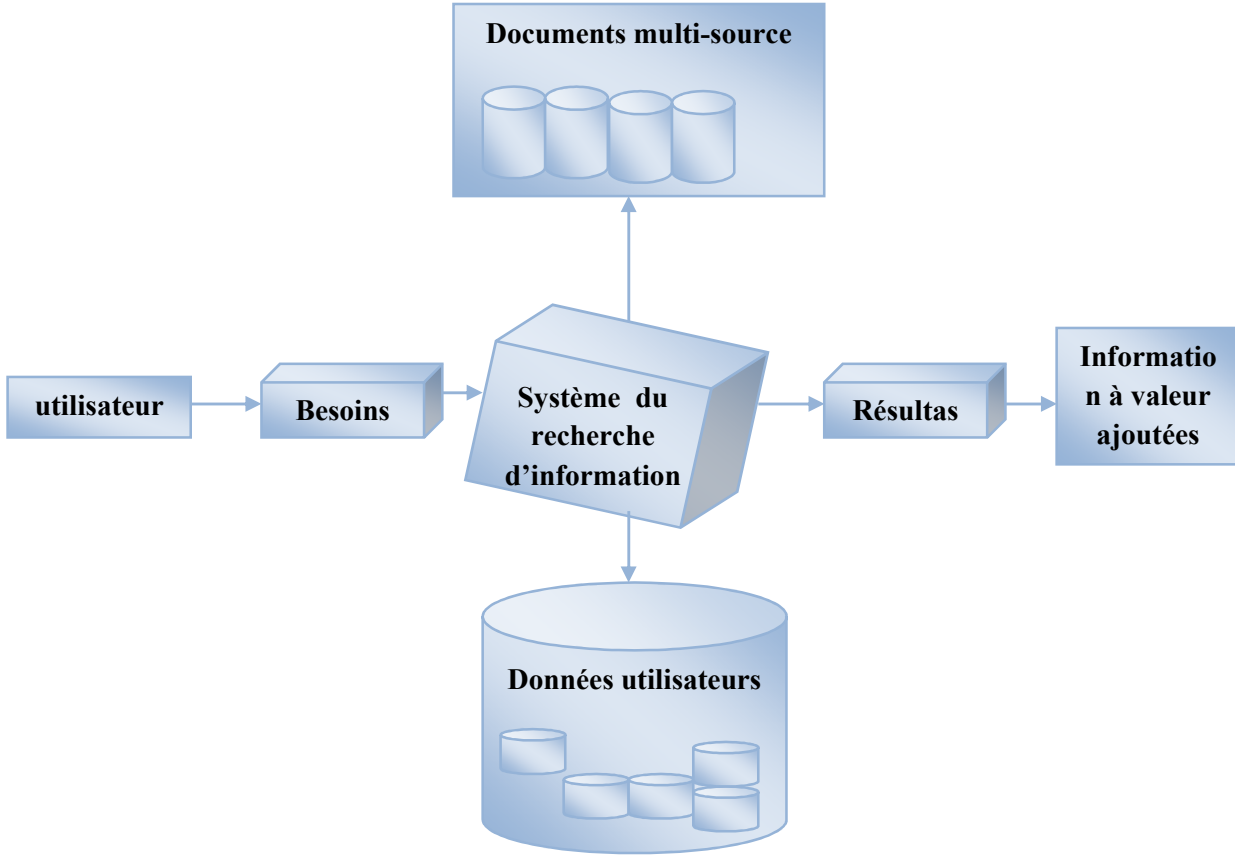
وحاليا ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي، تؤخذ المعلومات إلى حد كبير كعامل أساسي للنجاح، ويجب أن يتم تحديدها وتفسيرها في الوقت المناسب لمساعدة المستخدم في عملية صنع القرار، فالذكاء الاقتصادي حسب Martre 1994، يعتبر كمستخدم للمعلومة لعملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية، حيث أنه من الضروري بمكان دراسة العمليات المتعلقة بإنتاج المؤشرات القابلة للتفسير لاتخاذ القرارات، إستنادا إلى المعلومات الداخلية والخارجية للمؤسسة، وبالتالي فإن الذكاء الاقتصادي هو أداة لمساعدة صانع القرار لاتخاذ أفضل القرار، إن تنوع الاحتياجات المعلوماتية الخاصة بالمستخدم يتطلب نوع جديد من نظم المعلومات متعدد المصادر، حيث تتكون مستودعات البيانات من مجموعة من مصادر البيانات غير المتجانسة، ومجموعة من المهام التي تصف احتياجات المستخدم¹³⁰.

نظم المعلومات متعددة المصادر (SIMS système d'information multi-source) تنفذ عددا كبيرا من مكونات البرمجيات لتصفية واسترجاع وتحويل البيانات، وأيضا العديد من أدوات الوساطة بين، مستودعات البيانات¹³¹.

¹³⁰ Mohamed Amine Derfouf, **Les facteurs clés de succès pour la mise en place d'un système d'intelligence économique au groupe SONATRACH AVAL Analyse explatoire**, Mémoire pour l'obtention d'un Magister au management stratégique et intelligence économique, université de Tlemcen, 2014, p : 78.

¹³¹ Amos David, Sahbi Sidhom, **Intégration de la démarche d'Intelligence Économique dans l'architecture fonctionnelle d'un système d'information**, l'équipe SITE du LORIA Université Nancy2, 2005, P :4.

الشكل رقم (21.1): نظم معلومات توجه الذكاء الاقتصادي



Source : Amos David, Sahbi Sidhom, *Intégration de la démarche d'Intelligence Économique dans l'architecture fonctionnelle d'un système d'information*, l'équipe SITE du LORIA Université Nancy2, 2005, P2.3

إنطلاقاً من الشكل السابق، فإن المستخدم يؤثر في الإحتياجات والتي هي بدورها تؤثر في نظم البحث عن المعلومات، هذه النظم مجتمعة تؤثر في الوسائل متعددة المصادر، كما تؤثر في معطيات المستخدمين وبياناتهم، كما تؤثر في النتائج لكي تصل في نهاية المطاف إلى معلومات ذات قيمة مضافة. من أجل حل مشاكل صنع القرار، سيتم النظر إلى الذكاء الاقتصادي على أنها عملية مخصصة للعلاقة بين المؤسسة والمستخدم (صانع القرار) والبيئة من أجل توفير المعلومات ذات الصلة لأغراض مفيدة استراتيجياً.

خلاصة الفصل

إن اليقظة الإستراتيجية عبارة عن عملية أو مسار معلوماتي، يبدأ من البحث عن المعلومات، تحليلها، وصولاً إلى تفسيرها وإستخدامها لإنشاء رؤية عن المحيط الذي تريد فيه المؤسسة فرض وإعلاء مكانتها، بينما يعتبر الذكاء الإقتصادي مجالاً معرفياً حديثاً كان ولا يزال محور العديد من الدراسات، فهو مجموعة من العمليات والإجراءات التي

تبدأ من عملية جمع وتحليل ومعالجة ونشر المعلومات المفيدة، والتي تعمل على إتخاذ القرارات الإستراتيجية لمدراء المؤسسات، بهدف الوصول إلى تحقيق أهداف تنمية وتطوير المؤسسة، وهنا يمكن القول بأن الذكاء الاقتصادي يكمل اليقظة الإستراتيجية ويأخذ بالاعتبار كل أنواع المعلومات الرسمية والغير رسمية، لهذا فإنه وبطريقة مباشرة وكهدف حتمي ومراد الوصول إليه فالذكاء الاقتصادي هو عبارة عن اتخاذ قرار فعال عن طريق الاستعمال الجيد للمعلومات المتحصل عليها من نظام اليقظة الإستراتيجية، أي أن الذكاء يعمل على الحصول على المعلومات من اليقظة وعلى أساسها يتم تصفيتها واختيارها وتصنيفها بما يتوافق لكل قسم أو إدارة في المؤسسة، لتتمكن هذه الأخيرة من اختيار أمثل للقرارات وفق ما يوفره لها الذكاء الاقتصادي من المعلومات، هذه القرارات تؤدي إلى تفعيل دور وتنافسية المؤسسة، ومنه حصولها على ميزة أو ميزات تنافسية، وتعزيز دورها في عملية التنمية الإقتصادية.

الفصل الثاني

أساسيات عامة حول التنافسية

تمهيد

إن التطورات الحاصلة على المستوى العلمي والتكنولوجي، وتقاصر المسافة بين العلم والتقانة وبين الاختراع وتطبيقه، وبما أن الصناعة لم تعد مرتبطة بكثافة رأس المال بقدر ما هي مرتبطة بالمحتوى المعرفي، ومهارات العاملين والادارة، فإن مفهوم التنافسية أصبح يستحوذ على نقاش واسع في أوساط السياسيين ورجال الأعمال والاقتصاديين، ولكن هؤلاء جميعاً لم يتكلموا عن هذا الموضوع بنفس الأسلوب والمنهجية.

وبالرغم من بروز ظاهرة التنافسية بشكل رئيس في الاقتصاديات المختلفة وخاصة في فترة التسعينات من القرن الماضي، نتيجة التطورات والتغيرات في طبيعة التجارة الدولية وبروز ظاهرة العولمة والانفتاح بشكل كبير، فإن مفهومها بقي غير محدد بشكل واضح ودقيق ومتفق عليه من الأطراف ذات العلاقة، إذ تتراوح بين مفهوم ضيق يتركز على تنافسية السعر والتجارة، وبين حزمة شاملة تكاد تتضمن كل نشاط الاقتصاد والمجتمع.

إن عبارة التنافسية تثير جدلاً كبيراً نظراً لعدم ضبط المفهوم إلى درجة أنه يصبح في الكثير من الأحيان مظلة لطيف واسع من السياسات الصناعية والتجارية، وينعكس هذا الاتساع في المؤشرات المستعملة التي تكاد تشمل كل نشاط الاقتصاد والمجتمع، وقد حصل تحول في المفاهيم من مفهوم الميزة النسبية التي تتمثل تقليدياً في ما تمتلكه الدولة من موهوبات وموارد وطبيعة المواد الأولية، اليد العاملة الرخيصة، المناخ، والموقع الجغرافي التي كانت تسمح لها بإنتاج رخيص تنافسي، إلى مفهوم الميزة التنافسية التي تعني عدم حاجة البلد لميزة نسبية لكي ينافس في الأسواق الدولية وذلك من خلال الاعتماد، بين أمور أخرى، على التكنولوجيا والعنصر الفكري في الإنتاج، نوعية الإنتاج، وفهم احتياجات ورغبات المستهلك.

1.2. الأسس النظرية لمفهوم المنافسة

يعد تحديد مفهوم المنافسة غاية في الأهمية، إذ أنها تحدد معالم الظاهرة ونطاقها وتفسيرها ومعوقاتها وتطويرها وكيفية قياسها، كذلك مغزاها بالنسبة للسياسات الاقتصادية، خاصة في ظل تداخل مفهوم المنافسة مع مفهوم التنافسية، وعليه سنحاول تحديد مفهوم المنافسة بين اللغة والاصطلاح، بالإضافة إلى التطرق إلى أسباب المنافسة الموجودة وأنواعها.

1.1.2. مفهوم المنافسة

المنافسة مشتق من المصطلح اللاتيني cum Ludere والذي يعني jouer ensemble بمعنى يلعب في الجماعة أو يجري مع أو يسرع في الجماعة، لذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعني حالة خصومه وتنافس وصراع وحالة عداء مستمرة وهذا ما يعني أن المنافسة تتطلب علاقات تربط بين أعضاء¹.

ليس هناك من يتوفر على تعريف متفق عليه لمفهوم المنافسة، الأمر الذي يعني أن تعبير المنافسة يوحي بمعان كثيرة للعديد من المهتمين به، فالبعض يربط المفهوم بالتكلفة المنخفضة أو بسعر الصرف، والبعض الآخر يربطه بالقيادة التقنية أو معدل النمو والإنتاجية أو بميزان التجارة الخارجية، وفي بعض الأحيان لا يكون النقاش حول الأوضاع الراهنة للاقتصاد، بل حول سلوك المتعاملين على أساس ارتباط مفهوم المنافسة بالتسابق أو الخصومة². يمكن تعريف المنافسة أيضا بأنها شكل من أشكال تنظيم الاقتصاد يحدد آليات العمل داخل السوق والعلاقات المختلفة ما بين المتعاملين الاقتصاديين داخله بشكل يؤثر في تحديد السعر³، وهو تعريف يركز بصورة أساسية حول السوق.

كما تعرف بأنها تعدد المسوقين وتنافسهم لكسب الزبون بالاعتماد على أساليب مختلفة كالأسعار، الجودة، المواصفات، توقيت البيع، أسلوب التوزيع، الخدمة بعد البيع وكسب الولاء السلعي وغيرها⁴، ويلاحظ على هذا التعريف أنه يفسر وجهة نظر المستهلك.

فالمنافسة هي نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق، والتنافس في الشيء، وهو المغالاة في طلبه والتزاحم عليه، ونافست في الشيء منافسة ونفاسا، إذا رغبت فيه على وجه المباراة في الكرم، والمنافسة الرغبة بالشيء والانفراد به⁵، وهذا يعني بأن المنافسة هي المثابرة للوصول إلى المرتبة الأولى.

وتحدد المنافسة بأنها حالة التسابق التنافسي المتواصل من أجل البقاء والنمو، وأن هذا التسابق يسعى له كل منافس يهدف إلى إزاحة منافسه خارج مجالات النمو والحصول على الوارد والانفراد بخبرات تنافسية تمنحه المركز التنافسي الأفضل وتضمن له البقاء والاستمرار⁶.

¹ وليد بن التركي، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، مصر، 2016، ص 95.

² رياض بن جليلي، سياسات تطوير القدرة التنافسية، جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد 83، ماي 2009، ص 4.

³ أحمد زغدار، المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 12.

⁴ العيد فراحتيه، دور نظام المعلومات التسويقية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف 1، 2015، ص 153.

⁵ محسن عبد الله الراجحي، الميزة التنافسية للنشاط السياحي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 14.

⁶ سناء جواد كاظم، الاستراتيجيات التنافسية ودورها في تحديد الخيار الاستراتيجي دراسة مقارنة بين أداء مديري فرع دار السلام، جامعة الديوانية، العراق، 2005، ص 6.

مما سبق ذكره يمكن القول بأن المنافسة هي العلاقة التنافسية الموجودة بين الأفراد والمؤسسات أو بين التاجر والمنتج، والتي تنشأ لتخلق لنا قيمة في بحثهم عن المستهلكين، معتمدين بذلك على أساليب كثيرة.

2.1.2. هيكل المنافسة

يشير هيكل المنافسة إلى أشكال المنافسة من الناحية الاقتصادية والتي يمكن أن تأخذ الحالات التالية⁷:

أولاً: المنافسة التامة: تتميز بوجود عدد كبير من المنتجين كل منهم ينتج جزءاً ضئيلاً من حجم الإنتاج الكلي المعروف في السوق، كما تتميز بتجانس السلعة التي يقوم المنتجون بإنتاجها مما يستبعد أي شكل من أشكال الدعاية والإعلان، بالإضافة إلى وجود سعر واحد في السوق، أي أن المنتجين لا يستطيعون التأثير على السعر السائد وإنما يتحدد عن طريق تفاعل قوى العرض والطلب، أيضاً تتصف بجرية الدخول والخروج من السوق، فيفترض عدم وجود عراقيل تمنع المنتجين من الدخول إلى السوق أو الخروج منه، وعموماً فإن هذه الحالة تعتبر نظرية ولا توجد على أرض الواقع.

ثانياً: المنافسة الإحتكارية: تتميز بوجود عدد كبير من المنتجين كل منهم ينتج جزءاً بسيطاً من مجموعة الإنتاج، والسلع المنتجة هي سلع متشابهة ولكن ليست متجانسة، أي أن السلع التي يتعامل بها المتنافسون الإحتكاريون هي سلع بعضها بديل للآخر ولكنه بديل غير تام، لهذا فهي تتميز بوجود درجة محدودة من التحكم في الأسعار، كما أن الدخول إلى السوق أو الخروج منه ممكن لكنه صعباً، ويتم التنافس في السوق بوسائل أخرى غير سعرية أهمها إبراز الصفات والخصائص الثانوية التي يتميز بها المنتج وذلك بإستعمال وسائل الدعاية والإعلان.

ثالثاً: إحتكار القوة: تظهر في حالة وجود عدد محدود من المؤسسات تقدم نفس المنتج، إذ يوجد ترابط قوي بين المؤسسات المتنافسة، ومحدودية عددها يولد معرفة هذه المؤسسات لبعضها البعض معرفة جيدة تجعل كل حركة من مؤسسة ما يتبعها رد فعل من طرف المؤسسات الأخرى، وهذا ما يفرض على المؤسسات عند قيامها بأي تحرك أو نشاط أن تأخذ مواقف ردود فعل المحتملة للمنافسين، لذلك فإن التصرفات في هذه السوق تتسم بالحساسية والحذر الشديد.

رابعاً: الإحتكار التام: يمكن إعتبار الإحتكار التام أحد أهم صور تنظيم السوق الذي تتواجد فيه المؤسسة وحيدة في إنتاج سلعة ما ليست لها بدائل قريبة منها، وهو نوع محدود بإستثناء بعض المؤسسات المتواجدة في البلدان النامية والتي مازالت تنتهج النهج الإشتراكي، ويكون نتيجة لبعض القوانين والقواعد الحكومية المنظمة للأعمال، أو

⁷ سمية سريدي، أهمية ترقية القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية لتحقيق التنمية المحلية دراسة مجمع عمر بن عمر قاملة، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة قالة، 2016، ص 13.

لوجود براءة إختراع أو لاقتصاديات الحجم، فقد تصل مؤسسة إلى إختراع آلة جديدة لا يستطيع المنافسون الوصول إليها إلا بعد فترة زمنية، ويترتب هذا الحق للشركة عن طريق براءة الإختراع التي تمنحها حق إحتكار إنتاج هذه السلعة، كما قد ينتج هذا الإحتكار على ما يعرف بالوفورات الاقتصادية أو وفورات الحجم والتي لا يمكن الوصول إليها إلا إذا كان حجم الشركة كبيراً لأن حجم السوق لا يسمح بوجود أكثر من منتج واحد كبير كما هو الحال في المنافع العامة.

3.1.2. أسباب المنافسة: تتعد الأسباب التي جعلت المنافسة الركن الأساسي في نظام الأعمال المعاصر، ولعل العوامل التالية، والتي تتمثل في حقيقتها في نتائج العولمة وحركة المتغيرات هي أهم تلك الأسباب⁸:

- ✓ ضخامة وتعدد الفرص في السوق العالمي بعد أن إنفتحت الأسواق أمام حركة تحرير التجارة العالمية نتيجة إتفاقيات الحجات ومؤسسة التجارة العالمية.
- ✓ وفرة المعلومات عن الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات والإتصال وتطور أساليب بحوث التسويق وتقنيات القياس المرجعي، والشفافية النسبية التي تتعامل بها المؤسسات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية.
- ✓ سهولة الإتصالات وتبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة، وفيما بين الوحدات وفروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكة الانترنت وغيرها من آلات الإتصالات الحديثة وتطبيقات المعلوماتية المتجددة.
- ✓ تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع عملية الإبداع والإبتكار بفضل الإستثمارات الضخمة في عمليات البحث والتطوير ونتيجة للتحالفات بين المؤسسات الكبرى في هذا المجال.
- ✓ مع زيادة الطاقات الإنتاجية وإرتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق تحول السوق إلى سوق مشتريين تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين إنفتحت أمامهم فرض الإختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل تكلفة وبأيسر الشروط، ومن ثم تصبح المنافسة هي الوسيلة الوحيدة للتعامل في السوق من خلال العمل على إكتساب وتنمية القدرات التنافسية.

⁸ علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غرب للطباعة، القاهرة، مصر، 2001، ص ص 102، 103.

تختلف شدة المنافسة من قطاع إلى آخر، وببساطة يمكن القول أن للمنافسة عوامل أساسية تحدد درجتها، يمكن تلخيصها في النقاط التالية⁹:

✓ عدد المنظمات التي تتحكم في المعروض من منتج معين، فكلما زاد عدد المنظمات كلما ازدادت شدة المنافسة بينهما، والعكس صحيح.

✓ سهولة أو صعوبة دخول بعض المنظمات إلى السوق، فكلما كان من السهل دخول بعض المنظمات الجديدة لإنتاج وتسويق منتج معين، كلما زادت شدة المنافسة والعكس بالعكس صحيح.

✓ العلاقة بين حجم المنتجات التي يطلبها الأفراد في السوق، وتلك الكمية التي تستطيع المنظمات تقديمها وعرضها من هذه المنتجات، فكلما زاد المعروض من المنتجات عن المطلوب منها، كلما زادت شدة المنافسة والعكس بالعكس صحيح.

ونتيجة للعوامل السابق ذكرها، يتمتع المستهلكون والمشترون عموماً، سواء من الأفراد أو المؤسسات بميزة تعدد البدائل وانفتاح الفرص أمامهم للمفاضلة من بين المنتجات والخدمات المتنافسة، مما يضع المتنافسين في موقف صعب يتطلب بذل جهد أكثر لإرضاء العملاء والاستحواذ عليهم واقتناصهم من المنافسين، كذلك يتمتع المنافسون في مختلف القطاعات الإنتاجية بوفرة المعلومات العلمية ونتائج التطويرات التقنية نتيجة زخم عمليات الكتاب العلمي والتطوير التقني، ونرى ذلك على مستوى معظم دول العالم¹⁰.

2.2. ماهية التنافسية

بهدف مواكبة التغيرات العالمية المتسارعة، المتمثلة في العولمة والاندماج في الاقتصاد العالمي، وسياسات الانفتاح وتحرير الأسواق والتكتلات الإقليمية، والتطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد أضحى التنافسية تحظى باهتمام على نطاق واسع عالمياً، فتقاصر المسافة بين العلم والتقانة، وتخلى اعتماد الصناعة المطلق على رأس المال، واعتمادها اللامتناهي على المعرفة والمهارات الفنية والإدارية للعاملين، كان من الأسباب الدافعة نحو الاهتمام والتوجه الجديد نحو التنافسية، باعتبارها عنصر فعال وهام من عناصر التميز لدى الدول.

⁹ عبد السلام أبو قحف، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2010، ص 34.
¹⁰ سميرة بوران، إدارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2016، ص 83.

1.2.2. النشأة التاريخية للتنافسية

يتميز مفهوم التنافسية بالحدثة ولا يخضع لنظرية اقتصادية عامة، وأول ظهور له كان خلال الفترة 1981-1987، التي عرفت عجزا كبيرا في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية (خاصة في تبادلاتها مع اليابان)، وزيادة حجم الديون الخارجية، وظهر الاهتمام مجددا بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد، وبروز ظاهرة العولمة، وكذا توجه العام لتطبيق اقتصاديات السوق، ويتداخل مفهوم التنافسية مع عدة مفاهيم أخرى، من بينها النمو والتنمية الاقتصادية وازدهار الدول، وهذا ما يصعب من تحديد تعريف دقيق ومضبوط للتنافسية، إضافة إلى عامل مهم ألا وهو ديناميكية التغير المستمر لمفهوم التنافسية، ففي بداية السبعينات كانت ترتبط بالتجارة الخارجية، ثم ارتبطت بالسياسة الصناعية خلال سنوات الثمانينات، أما في سنوات التسعينات فارتبطت بالسياسة التكنولوجية للدول، وحاليا تنافسية الدول تعني مدى قدرتها على رفع مستويات معيشة مواطنيها، وقد وقع تحول في المفاهيم، فمن مفهوم الميزة النسبية وتمثل في قدرات الدولة من قدرات الدولة من موارد طبيعية واليد العاملة الرخيصة، المناخ والموقع الجغرافي التي تسمح لها بإنتاج رخيص وتنافسي، إلى مفهوم الميزة التنافسية، وتمثل في اعتماد الدولة على التكنولوجيا والعنصر الفكري في الإنتاج، نوعية الإنتاج وفهم احتياجات ورغبات المستهلك، مما جعل العناصر المكونة للميزة النسبية تصبح غير فاعلة وغير مهمة في تحديد التنافسية¹¹.

وعموما تباينت الرؤى والتفسيرات والتحليلات، حول متى وأين بدأت فكرة التنافسية في الظهور والبروز على الصعيد العالمي، تلك التفسيرات والتحليلات كان أبرزها ثلاث تفسيرات لنشأة التنافسية¹²:

التفسير الأول: يرجع نشوء فكرة التنافسية للسياسات الليبرالية المتشددة التي عظمت من قدرات القطاع الخاص في الارتقاء بالمؤشرات الاقتصادية الكلية وحدثت من مقدرة السياسات الاقتصادية العامة في القيام بهذا الدور.

التفسير الثاني: يرجع نشأة التنافسية كردة فعل على ما شهده عقد السبعينات من استمرار معدلات النمو الاقتصادي في الارتفاع الأمر الذي حدث بأنصار التنافسية للارتياح من ان يؤثر استمرار النمو الاقتصادي العالمي، وبخاصة في الدول النامية على مستوى الرفاهية الانسانية وأن تؤدي لكارثة بيئية عالمية ناتجة عن استنزاف الموارد والتوازنات البيئية العالمية، الأمر الذي ترتب عن ذلك الدعوة للنزول بمعدل النمو الاقتصادي بالدول الغنية ليكون مساويا للصفر، بما يعني وقف الناتج المحلي.

¹¹ بدون مؤلف، القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي ومتطلبات الارتقاء، المنظمة الليبية للسياسات والاستراتيجيات، يونيو 2016، ص 3.

¹² مصطفى أحمد حامد رضوان، التنافسية كآلية من آليات العولمة الاقتصادية ودورها في دعم جهود النمو والتنمية في العالم، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2011، ص 12.

التفسير الثالث: يرجع نشأة التنافسية للثمانينات من القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية نتيجة للضعف الاقتصادي في الولايات المتحدة الأمريكية.

2.2.2. مفهوم التنافسية

يجب الإشارة إلا أنه لا يوجد تعريف محدد ودقيق للتنافسية، والوصول الى مفهوم واضح ودقيق لهذا المصطلح أمر في غاية الأهمية، كونه يسهم في تحديد مختلف جوانبها وكيفية قياسها وبناء مؤشراتهما، فالتنافسية لها العديد من المقاربات، حيث اختلف العديد من الاقتصاديين على تحديد مفهوم محدد ودقيق للتنافسية، فمنهم من كان تركيزه على الجزء الضيق للتنافسية من حيث السعر والتجارة، ومنهم من امتد تعريفه ليشمل جميع النواحي الاقتصادية للدولة، ويمكن توضيح ذلك من خلال التطرق إلى مصطلح التنافسية لغويا ثم اقتصاديا، ثم الوصول إلى تعريفها بشكل عام.

أولاً: مصطلح التنافسية: يمكن تلخيص تعريف مصطلح التنافسية حسب اللغة وحسب الاصطلاح كالتالي¹³:

✓ **لغويا:** وحسب القاموس المحيط تعني نafs نفاسا منافسة، أي فاخر وبارى وبالغ وزايد وغالى وتعني أيضا رغب.

✓ **اقتصاديا:** هو الرغبة باستهلاك سلعة سواء كانت إنتاجية أم خدمية من بين مجموعة من السلع المتشابهة بشرط توافر حرية المبادلات التجارية وحرية المنتجين، أي حرية السوق وقوى العرض والطلب. ولكن الطلب في هذه الحالة يكون سيد السوق الحقيقي، ويكون العرض تابعا له إلى درجة ما، وكلما كان الطلب أقل من العرض اشتدت المنافسة التي يمكن أن تتحول إلى مزاحمة (أي يزيح أحد المنتجين الآخر للحصول على أكبر قدر ممكن من الزبائن وتسويق أكبر كمية من المنتجات)، ومن ثم تتحول المنافسة إلى مزاحمة قد تنتهي بالاحتكار، إذ أن التنافسية ليست مفهوما مطلقا بل نسبي تحدده آلية السوق القائمة على اللقاء بين قوى العرض والطلب والتي بموجبها تتحدد الأسعار.

ثانياً: تعريف التنافسية: للتنافسية شيء من التعقيد والغموض، السبب الذي جعل عملية تحديد تعريف لها بالعملية الصعبة نوعا، حيث تعددت الاتجاهات والمعايير، والتي سوف نتطرق لها تباعا كالتالي:

الاتجاه الاول: التنافسية من منظور جزئي

تستخدم التنافسية على مستوى الاقتصاد الجزئي، بحيث تعني الحالة التنافسية التي تتعرض لها المؤسسة، إن هذه الأخيرة قد تتخذ من الاجراءات الادارية والتنظيمية والمالية والتكنولوجية، ما قد يساعدها على الارتقاء

¹³ عبد الكريم كاكي، الاستثمار الاجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مكتبة حسين العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2013، ص112.

بتصميم منتجاتها وتحسين جودتها وخفض تكلفتها، وهو ما قد يمكنها في نهاية المطاف من الصمود في وجه المنافسة الأجنبية في السوق الوطنية من جهة، وإلى النفاذ بنجاح إلى الأسواق الخارجية من جهة أخرى، وعند هذا المستوى يمكن أن نتحدث عن تنافسية المؤسسة، سواء أكانت تنتمي إلى القطاع العام أو القطاع الخاص¹⁴، وجاءت معظم الدراسات التي إهتمت بالتنافسية على مستوى جزئي، لتعكس أربعة معايير أساسية هي كما يلي¹⁵:

- أ. الربحية: والتي تعني قدرة المؤسسة على تحقيق ربح مضطرد قابل للاستمرار.
 - ب. التميز: ونعني به نجاح المؤسسة في تحقيق الاختلافات عن الشركات الأخرى محليا ودوليا، وذلك من خلال منتج متميز، أو تكلفة منخفضة أو كلا الاستراتيجيتين معا.
 - ج. التفوق أو المساهمة في التجارة الدولية: وهي إحتفاظ المؤسسة بنصيبها من السوق أو زيادته بصورة دائمة، محليا أو دوليا.
- ويمكن إدراج بعض التعريفات التي تخص تنافسية المؤسسة تباعا، والتي اشتملت على بعض المعايير السابقة، وذلك كالتالي:

- أ. إن تنافسية المؤسسات حسب دراسة (Cock Burn) تعني القدرة على تعظيم الأرباح، أي أن التركيز جاء على عامل الربح كمؤشر للتنافسية، كما يمكن القول إن التنافسية تعني هنا "القدرة الحالية والمستقبلية على تصميم وإنتاج سلع أو خدمات بجودة عالية وتكلفة قليلة نسبيا لتعظيم الأرباح في المدى الطويل"¹⁶.
- ب. لقد عرف بعض الاقتصاديين تنافسية المؤسسات بقدرتها على تزويد المستهلكين بالمنتجات والخدمات بكفاءة وفعالية عالية في الاسواق المحلية والدولية في ظل المنافسة القوية لضمان استمرار المؤسسات¹⁷.
- ج. يعرف الملتقى الأوروبي للإدارة التنافسية الصناعية، بأنها القدرة الحالية والمستقبلية والفرص المتاحة لأصحاب المشروعات، لتصميم، وإنتاج وتسويق البضائع في أسواقها التقليدية والمجاورة¹⁸.
- د. يتمحور تعريف تنافسية المؤسسات حول قدرتها على تلبية رغبات الزبائن المختلفة، وذلك من خلال توفير سلع وخدمات ذات جودة عالية، تستطيع من خلالها النفاذ إلى الأسواق الدولية¹⁹.

¹⁴ ابراهيم العيسوي، دور التعاون العربي في تنمية القدرة التنافسية للمنشآت الانتاجية والخدمية العربية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 14، 1998، ص 157.

¹⁵ تامر فكري النجار، الاقتصاد المعرفي ودوره في تعزيز القدرات التنافسية للصادرات المصرية تجارب عالمية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2017، ص 57.

¹⁶ عبد الحكيم عبد الله النسور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الإنتاج الاقتصادي، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتخطيط، جامعة تشرين، غير منشورة، سوريا، 2009، ص 15.

¹⁷ تقرير تنافسية الاقتصاديات العربية، صندوق النقد العربي، يناير 2016، ص 7.

¹⁸ سيد عبد القادر السيد، سلسلة ادارة القدرة التنافسية (العولمة، التنافسية ودور الحكومات في الدول النامية)، الجزء الثاني، مطبعة العمرانية للاؤفست، يناير 1999، ص 53.

¹⁹ سمية بن عامر بوران، مرجع سبق ذكره، ص 80.

هـ. كما عرف شيام خيمان وأندريستون بأنها قدرة المؤسسة على بيع وتسويق السلع والخدمات على نحو مربح في الأسواق المفتوحة وذلك بصورة مستمرة²⁰.

و. وجاء في تقرير وزارة الاقتصاد الفرنسية أن التنافسية هي القدرة التي تملكها المؤسسة في لحظة معينة لمقاومة منافسيها²¹.

ز. أما مكتب الاستشارات ببوسطن (BCG) فيشير إلى أن التنافسية هي [في المجال التنافسي، المؤسسة ذات القدرة التنافسية هي تلك التي تتمكن من تحقيق أقل التكاليف من خلال استغلال العوامل بأقصى فعالية ممكنة]، هذا التعريف يعطي ميزة مطلقة للتنافسية بربطها بعامل التكلفة، في حين هناك عوامل أخرى كالجودة، الإنتاجية، السعر، يمكن أن تكون محددات أساسية للتنافسية.

ح. أما د. محمد الطراونة فيرى أن التنافسية هي [درجة نجاح المؤسسة في تحقيق هدفها بالمحافظة على مواقعها التنافسية وبناء مواقع تنافسية أعمق بينها وبين مثيلاتها من المؤسسات من خلال تقليل نسبة الخطأ والعيوب بالإنتاج، وزيادة الحصة السوقية، وزيادة الإنتاجية والاهتمام بالابتكار ونمو المبيعات]²².

ط. هي الجهود والإجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الادارية والتسويقية والانتاجية والابتكارية والتطويرية التي تمارسها المؤسسات من أجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أكثر اتساعا في الأسواق التي تهتم بها²³.

إذن نلاحظ أن تعريف تنافسية المؤسسة، يتمحور حول قدرة هذه الأخيرة على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة، وكذلك بتوفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع من خلالها النفاذ إلى الأسواق الدولية²⁴، كما تعتبر التنافسية بمثابة مؤشر لتحديد مدى نجاح أو فشل تلك المؤسسة، إذا أنها تعبر عن جوانب التميز والتفوق التي تحقق للمؤسسة ميزة تنافسية، وكذلك تحدد التنافسية مدى فعالية مؤسسة ما في الوفاء باحتياجات المستهلكين، مقارنة بالمؤسسات الأخرى التي تقدم سلعا أو خدمات مماثلة²⁵.

²⁰ تامر فكري النجار، مرجع سبق ذكره، ص 58.

²¹ Alouani Aoumeur Akki, **le system d'information comptable et la compétitivité des entreprises**, séminaire international sur « la compétitivité des entreprises économiques et mutations et l'environnement », Biskra, 2002, P:229.

²² محمد الطراونة، الجودة الشاملة والقدرة التنافسية، مجلة العلوم الإدارية، المجلد 29، العدد 1، الأردن، 2002، ص 38.

²³ منال جبور سرور، دور الذكاء التنافسي والهندسة العكسية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 19، العدد 70، جامعة بغداد، ص 14.

²⁴ كريمة غياض والعباشي زرزار، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 165.

²⁵ مصطفى أحمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 22.

وبالرغم من اختلاف الأولويات يجب على جميع المؤسسات أن تنظر للتنافسية أنها طريقة لضمان بقائهم، ولن يكون الأمر كذلك إذا لم تضطر المؤسسة لأن تكون تنافسية، بسبب تمتعها مثلاً بمركز احتكاري أو احتكار القلة، أو إذا كان هيكل السوق الذي تعمل فيه مدعوما بقوة ولأمد طويل²⁶.

من هذا المنطلق يمكن الخروج بتعريف مبسط للتنافسية على مستوى المؤسسة، حيث نعني بها هنا الاستمرارية التي تحققها المؤسسة في تحقيق الأرباح، وذلك عند طرحها لمنتجات جديدة ذات جودة عالية وبأقل تكلفة، والمقدرة أيضاً على تسويق هذه المنتجات بطريقة ناجحة، قادرة على تلبية رغبات وحاجات زبائن المؤسسة المتواصلة.

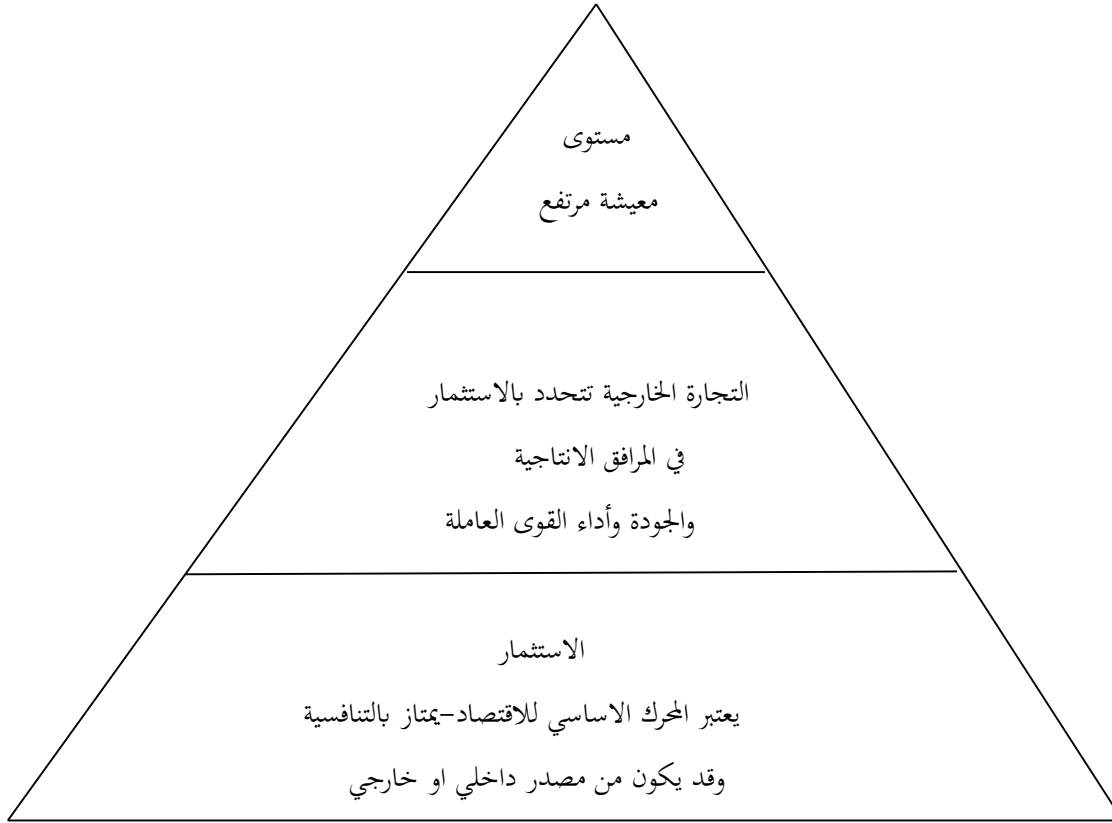
وقد حدد المجلس الأمريكي لسياسة التنافسية أربعة مؤشرات والتي تشكل فيما مجملها هرم التنافسية وهي²⁷:

- الاستثمار المادي، البشري والتكنولوجي.
- الانتاجية، درجة الكفاءة التي تنتج بها السلع والخدمات.
- التجارة، القدرة على ربط الانتاج بالأسواق.
- مستوى المعيشة وظروف العمل للأفراد العاملين.

²⁶ بثينة على المحتسب وطالب محمد عوض، التنافسية والتنمية، الجامعة الاردنية، الاردن، 2010، ص 17.

²⁷ كريمة غياض والعياشي زرزار، مرجع سبق ذكره، ص 167.

الشكل رقم (1.2): هرم تنافسية المؤسسة



المصدر: كريمة غياذ والعباشي زرزار، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص167.

الاتجاه الثاني: التنافسية من منظور قطاعي

إن مفهوم التنافسية من منظور قطاعي، والذي نعني به مجموعة المؤسسات التي تشترك في نفس النشاط الرئيسي، وفيما يلي بعض أهم هذه التعريفات كالتالي تباعاً:

✓ التنافسية تعني أن الصناعة تكون ذات قدرة تنافسية، إذا كانت إنتاجية عناصر الإنتاج في تلك الصناعة أكبر من إنتاجية منافسيها على المستوى الدولي أو على الأقل تساويها²⁸.

✓ إن تنافسية القطاع تعني قدرة المؤسسات المنتمية لهذا القطاع في دولة ما، على تحقيق نجاح مستمر في الاسواق المحلية والدولية دون الاعتماد على الحماية والدعم الحكومي، ما يؤدي إلى تميز تلك الدولة في هذه الصناعة أو الخدمة، ويتطلب هنا تحديد القطاع بدقة، فمثلاً قطاع الموصلات الكهربائية لا يمكن

²⁸ تامر فكري النجار، مرجع سبق ذكره، ص59.

خلطه مع قطاع الالكترونيات، لأن ظروف ومجالات الانتاج تختلف، كما يجب تميز القطاع الصناعي عن القطاع الخدمي²⁹.

✓ وفي هذا الإطار يرى MC fertridge بأن الصناعة تكون تنافسية، إذا كانت عناصر الإنتاج فيها أكبر إنتاجية منها لدى الصناعات المنافسة دولياً، أو مساوية لها على الأقل وكانت تكلفة الوحدة المنتجة لديها أقل من تكلفتهم أو مساوية لها على الأكثر، هذا إلى جانب تحقيق هذه الصناعة للتفوق في التجارة، كنتيجة لارتفاع نصيبها من إجمالي صادرات الدولية ومن إجمالي الصادرات العالمية.³⁰

✓ لقد عرفت منظمة اليونيدو التنافسية الصناعية بأنها قدرة البلد على زيادة وجودها في الأسواق الدولية والمحلية في نفس الوقت الذي تعمل فيه على تطوير صناعاتها وأنشطتها، كي تحتوي على قيمة مضافة وتكنولوجيا أعلى، مما يعني أن مفهوم التنافسية الصناعية متعدد الأبعاد³¹.

✓ هي قدرة قطاع ما على تحقيق قيمة مضافة عالية، ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات مرنة وناظمة لها، تتماشى مع التطورات الاقتصادية، ضمن آليات فعالة لقوى السوق من ناحية المستهلكين والموردين، فضلاً عن حرية الدخول والخروج من سوق العمل³².

✓ تعرف التنافسية على المستوى القطاعي والمؤسسي بالإنتاجية، والقدرة على تحقيق نجاح مستمر في المهام الموكلة، سواء لجهة القيمة المضافة المحققة من القطاع، أو لجهة الخدمات الميسرة والداعمة، فالقدرة التنافسية القطاعية والمؤسسية تقوم ضمن بيئة أعمال ذات تشريعات ناظمة مرنة تتماشى مع التطورات الاقتصادية، ومؤسسات ناشطة محورها مهارات إدارية وتقنية تعمل ضمن آليات الإدارة التنافسية، وتعتبر موارد وقدرة المؤسسات في تعاملها هي أساس اكتسابها للقدرة التنافسية، أكثر من العوامل الأخرى المساهمة في تحقيق تنافسياتها، بمعنى آخر، تلخص التنافسية بالقيام بنشاط اقتصادي ضمن آليات فعالة لقوى السوق لجهة قوة الموردين، قوى الزبائن، حرية الدخول والخروج لسوق العمل ووحدة المنافسة³³.

✓ عرف بورتر التنافسية بأنها قدرة الصناعة على تحقيق نجاح في الأسواق العالمية، من خلال تبني استراتيجية عالمية للمنافسة، إستناداً إلى متغيرات تكنولوجية ومهارية مكتسبة، فقد ربط بورتر بين تنافسية الصناعة

²⁹ محسن عبد الله الراجحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 20-21.

³⁰ نفسه، ص 249.

³¹ محمد بوقموم وزليخة كنبدة، تنافسية الصناعات التحويلية في ظل الشراكة الأوروبية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول: تنافسية الصناعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التغيرات الدولية والإقليمية، جامعة قالمة، يومي 27-28 نوفمبر 2017، ص 191.

³² محمد عبد الله الراجحي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 21.

³³ ظافر محمد حمود، القدرة التنافسية للمنتجات القطنية السورية في إطار تحرير التجارة الدولية، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة دمشق، غير منشورة، سورية، 2015، ص

وقدرتها على الاحتفاظ بتفوقها في الأسواق المحلية والعالمية، ليس فقط في مجال التجارة، وإنما أيضا في مجال الاستثمار³⁴.

وعموما، فالتنافسية على مستوى القطاع الاقتصادي لا يمكن الحكم على تنافسية هذا القطاع من خلال نجاح إحدى شركات القطاع في تطوير قدراتها التنافسية، فعليه يتوجب مبدئيا تحديد فروع القطاع الاقتصادي محل الدراسة، كالحديث مثلا عن تنافسية قطاع الأدوية والمنتجات الصيدلانية، كأحد فروع القطاع الصناعي أو السياحة الطبية كأحد فروع قطاع الخدمات، ثم تقييم القدرات التنافسية لهذا الفرع من خلال قدرة الشركات والمؤسسات المكتملة لبعضها البعض على مستوى الفرع، في تحقيق مزايا تنافسية من خلال قدرتها على الحفاظ وزيادة مكانتها في السوق الدولية دون الاعتماد على أشكال الدعم والحماية، وتقاس تنافسية الفرع من خلال عدة مؤشرات اقتصادية كرصيد الميزان التجاري والأرباح المحققة من طرف شركات الفرع الاقتصادي ومحصلة الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الفرع، ويشكل القطاع الصناعي أهم القطاعات المدروسة والتي تم على أساسها تم التنظير للتنافسية خاصة من قبل بورتر، الذي تحدث عن كيفية بناء الاستراتيجية الصناعية، وبالتالي تحقيق المزايا التنافسية، وقدم مفاهيم القوى التنافسية الأساسية، الاستراتيجيات التنافسية والتسلسل القيمي، وقد لاقى القطاع الصناعي اهتمام كبيرا من حيث التنافسية وتطويرها، وهذا ما جعل الأمم المتحدة تصدر تقريرا حول تنافسية الأداء الصناعي³⁵.

الاتجاه الثالث: التنافسية من منظور كلي

يمكن النظر لتنافسية الدولة من عدة جوانب، فترتبط التنافسية بالأسعار والنفقات النسبية للإنتاج من المنظور الاقتصادي الكلي، كما ربط العديد من المحللين الاقتصاديين بين التنافسية والانتاجية والتطور التقني³⁶، ويمكن ايجاز بعض التعريفات تباعا كالتالي:

- عرفها المعهد الدولي للتنمية الادارية بأنها مقدرة البلد على توليد القيم المضافة، ومن ثم زيادة الثروة الوطنية عن طريق إدارة الاصول والعمليات، وبالجدبية والهجومية، وبالعملة والاقتراب، ويربط هذه العلاقات في نموذج اقتصادي اجتماعي قادر على تحقيق هذه الاهداف، ويربط هذا التعريف تحقيق النمو بمقدرة البلد على ادارة اصوله بطريقة فعالة تسمح له بالتفوق في الاسواق الدولية³⁷.

³⁴ تامر فكري النجار، مرجع سبق ذكره، ص 59.

³⁵ عبد القادر عبيدي ومحمد حسن علاوي، تقييم تطور القدرة التنافسية لاقتصادات الدول العربية، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 11، ديسمبر 2016، ص 81.

³⁶ لبنى علي آل خليفة، التنافسية الدولية ومؤشرات قياسها دراسة حالة ممكلة البحرين، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والادارة، المجلد رقم 28، العدد 1، السعودية، 2014، ص 76.

³⁷ رابح عرابة وعائشة عميش، أهمية القدرة التكنولوجية في تعزيز القدرة التنافسية لدى المؤسسات الصناعية، ورقة بحثية مقدمة الى الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر، 2011، ص 4.

- تنافسية الأمة هي حقل من حقول المعرفة الاقتصادية يحلل الوقائع والسياسات التي تشكل مقدرة الأمة على تعزيز خلق قيمة أكبر لمشاريعها ورخاء أكبر لشعبها³⁸.
 - وعرفت التنافسية من قبل الاتحاد الأوروبي بأنها قدرة البلد على تحسين مستدام في مستوى معيشة شعبها، وتزويدهم بمستوى عال من العمل والتماسك الاجتماعي في بيئة صحية جيدة، وقدرة البلد أيضا على الحفاظ على جذب الأنشطة والشركات لمواجهة منافسيهم³⁹.
 - تعرف بأنها قدرة الاقتصاد على توفير مستوى معيشة مرتفع للمواطنين من خلال تعظيم الانتاجية ودعم القدرات الابتكارية⁴⁰.
 - هي مجموعة من المؤسسات والسياسات والعوامل التي تحدد مستوى الإنتاجية للبلد⁴¹.
 - هي قدرة البلد على انتاج سلع وخدمات تلقى راجا في الأسواق العالمية وتحافظ على متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني⁴².
- من التعريفات السابقة للتنافسية من منظور دولي، يمكن القول أنه لتحقيق تنافسية دولية يجب الاهتمام بالمواطن لكونه محور أي تقدم، بحيث يجب ضمان مستوى معيشي معتبر له، فالتنافسية باعتبارها الدرجة التي تصل إليها الدولة عند تحقيقها للثروة، فهي إيجاد منتجات قابلة للتسويق بجودة عالمية عالية، وبأسعار تكون في متناول المواطن، كما أنها الأداء الحالي للاقتصاد في إطار العلاقات والأنشطة التي تتعرض لمزاحمة من قبل الاقتصادات الأجنبية.
- يرتبط تعريف التنافسية من منظور كلي بأهداف السياسة الاقتصادية الكلية المتمثلة في تحقيق توازن داخلي وخارجي في المدى القصير، وتحقيق أعلى معدل نمو في مستويات معيشة السكان في المدى الطويل، ويعرف التوازن الداخلي بأنه الحالة التي يحقق فيها الاقتصاد أدنى معدل بطالة متنسق مع معدل تضخم مقبول أو مستهدف، أما

³⁸ بثينة محمد علي المحتسب وطالب محمد عوض، مرجع سبق ذكره، ص17.

³⁹ Isabelle de Kerviler, La Compétitive enjeu d'un nouveau modèle de développement, les éditions journaux Officiels, journal officiel de la république française, octobre2011, p :4.

⁴⁰ عطية صلاح سلطان، الادارة الاستراتيجية ودعم القدرات التنافسية للمؤسسات العربية العامة والخاصة، ورقة بحثية مقدمة في ندوة تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقا لمعايير الأداء الاستراتيجي، القاهرة، يونيو 2007، ص304.

⁴¹ Robert D. Atkinson, **Competitiveness Innovation and Productivity Clearing up the Confusion**, the information Technology Innovation Foundation, August 2013, p:2

⁴² عطا الله زراد خليل، دور التنافسية في دعم قرارات اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة الى المؤتمر العلمي الدولي السنوي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونة، الاردن، 27-28 نيسان 2005، ص14.

التوازن الخارجي، فيعرف بأنه الحالة التي يتحقق فيها مستوى مرغوب وقابل للاستمرار في الحساب الجاري في ميزان المدفوعات⁴³.

وعلى ضوء ما تقدم يمكن أن نستخلص من عرض المستويات الثلاثة للتنافسية أنها تختلف، لكن هذا الاختلاف لا يمنع وجود علاقة تكاملية بحيث لا يمكن الوصول إلى قطاع أو صناعة تنافسية دون وجود مؤسسات تتمتع بالقدرة على التنافس، ووجود مؤسسات ذات ميزة تنافسية يؤدي حتماً إلى امتلاك الدولة لهذه الميزة، لأن تحقيق الدول للتنافسية يعد دليلاً على أن النشاطات الاقتصادية المختلفة تمتلك في مجملها ميزة تؤهلها للمنافسة على المستوى الدولي.

إذن يختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن مؤسسة، أو قطاع، أو دولة، فالتنافسية على صعيد مؤسسة تسعى إلى كسب حصة في السوق الدولي، تختلف عن التنافسية لقطاع متمثل بمجموعة من المؤسسات العاملة في صناعة معينة، وهاتان بدورهما تختلفان عن تنافسية دولة تسعى إلى تحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد علياً.

2.2.2. أنواع التنافسية

تميز العديد من الكتابات بين عدة أنواع من التنافسية نوردتها كما يلي:

أولاً: التنافسية بحسب الموضوع: وتتضمن مايلي⁴⁴:

أ/ **تنافسية المنتج:** تعتبر تنافسية المنتج شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة، لكنه ليس كافٍ وكثيراً ما يعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقييم تنافسية منتج معين، ويعد ذلك أمراً غير صحيحاً، باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة وخدمات ما يبيع البيع.

ب/ **تنافسية المؤسسة:** يتم تقويمها على أساس أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج، حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج، في حين يتم التقويم المالي للمنتج بالاستناد إلى الهامش الذي ينتجه هذا الأخير، أما تنافسية المؤسسة يتم تقويمها آخذين بعين الاعتبار هامش كل المنتجات، والاعباء الاجمالية.

ثانياً: التنافسية وفق معيار السعر: تتمثل في:

أ/ **تنافسية التكلفة أو السعر:** فالبلد ذو التكاليف الأرخص يتمكن من تصدير السلع إلى الأسواق الخارجية بصورة أفضل من البلدان الأخرى، ويدخل هنا أثر سعر الصرف⁴⁵.

⁴³ رياض بن جليلي، سياسات تطوير القدرة التنافسية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد 83، ماي 2009، ص 6.

⁴⁴ رايح عرابة وعائشة عميش، مرجع سبق ذكره، ص 5.

⁴⁵ بدون مؤلف، التنافسية في الفكر التنافسي، مرجع سبق ذكره، ص 8.

ب/ التنافسية غير السعرية: باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير التقنية و غير السعرية، فإن بعض الكتاب يتكلمون عن المكونات غير السعرية في التنافسية، والتي نميز بين نوعين اثنين منها:

- **التنافسية النوعية:** وتشمل بالإضافة إلى النوعية والملائمة عنصر الإبداع التكنولوجي، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة، والأكثر ملائمة للمستهلك وحيث المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق، يتمكن من تصدير سلعة حتى ولو كانت أعلى سعر من سلع منافسة.
- **التنافسية التقنية:** حيث تتنافس المؤسسات من خلال النوعية في صناعات عالية التقنية⁴⁶.

كما تميز الادبيات أيضا بين إنجاز التنافسية وكمون التنافسية وسيرورة التنافسية، إذ يتوجب الموازنة بين الانجاز الآني والكامن لأن التركيز على أحدهما على حساب الآخر يؤدي إلى فقدان الغرض الاساسي من البحث في التنافسية⁴⁷ حيث أن:

(1) **التنافسية الظرفية أو الجارية ودليلها CCI:** ويقصد بها الأداء الجاري والعوامل التي تؤثر فيه مثل الأسواق ومناخ الأعمال وعمليات المؤسسات واستراتيجياتها، وعربيا فإن تدني نوعية البنية التحتية والمؤسسات وعدم ملاءمة بنية قطاع الأعمال أهم المعوقات الأساسية تجاه تحسين التنافسية الجارية⁴⁸.

(2) **التنافسية المستدامة و دليلها GCI:** وتركز على الإبداع والابتكار ورأس المال البشري والفكري، وتحتوي على عناصر مثل التعليم ورأس المال البشري و الإنتاجية، مؤسسات البحث و التطوير، الطاقة الإبداعية والابتكارية، الوضع المؤسسي، وقوى السوق.

ثالثا: التنافسية وفق المعيار الزمني: تنقسم التنافسية حسب هذا المعيار إلى⁴⁹:

(1) **التنافسية اللحظية:** تعتمد على النتائج الايجابية المحققة خلال دورة محاسبية واحدة، غير أنه لا يجب أن نتفائل بشأنها لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق أو ظروف أخرى جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية.

(2) **القدرة التنافسية:** تختص بالفرص المستقبلية وبالنظرة الطويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

تدفع الأبعاد الأساسية في التنافسية إلى الاهتمام بجوانب عديدة منها:

✓ **مستوى التحليل:** اعتبارا من مستوى المشروع أو المنتج إلى مستوى القطاع ثم مستوى البلد وحتى على مستوى الإقليم.

⁴⁶ عيسى محمد الغزالي، مرجع سبق ذكره، ص7.

⁴⁷ منير نوري، تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة الاقتصادية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد4، جوان 2006، ص 25.

⁴⁸ ايمان محمد احمد، النمط الحالي للصادرات الصناعية ذات القدرة التنافسية في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد38، ربيع 2007، ص 26.

⁴⁹ الطيب داودي ومراد محبوب، تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال تحقيق النجاح الاستراتيجي، مجلة العلوم الانسانية، العدد 12، جامعة بسكرة، ص 39.

- ✓ الشمول: هي تحقيق الأهداف بأقل التكاليف، والفعالية والاختيار الصحيح للغايات.
- ✓ النسبية: حيث أن التنافسية في جوهرها تعني مقارنة نسبية بين الاقتصاديات سواء كانت بلدانا أو مؤسسات أو أقسام في المؤسسة الواحدة، أو بين فترتين زمنيتين وهو ما يثير مسألة فقدان التنافسية والديناميكية، كما يفسر اهتمام تقرير WEF بجانب نمو التنافسية مقابل التنافسية الجارية في عديده الأخيرين. أو تعني المقارنة النسبية بالقياس إلى وضعية افتراضية مستهدفة وتكون معرفة جيداً.⁵⁰

3.2.2. أسباب الاهتمام بالتنافسية

إن المنطلق الأساسي الذي يدفع بالدول إلى الاهتمام بالتنافسية، هو جملة التحولات والتغيرات الاقتصادية العالمية، والتي فرضت عليها التأقلم مع هذه المستجدات، والتي جعلت من التنافسية ركنا أساسيا في نظام الأعمال الجديد، بحيث حاولت تحقيق العديد من إيجابيات هذا النظام الجديد، للتغلب على سلبياته العديدة، والتي تمثل في حقيقتها نتائج العولمة.

ويمكن اختصار أهم هذه الأسباب في النقاط التالية⁵¹:

- تعدد الفرص في السوق العالمي نتيجة تحرير التجارة الدولية.
 - وفرة المعلومات عن مختلف الأسواق نتيجة تطور أساليب بحوث السوق والشفافية التي تتعامل بها مختلف المؤسسات.
 - سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين مختلف وحدات وفروع المؤسسات بفضل شبكة الإنترنت وغيرها من آليات الاتصالات الحديثة.
 - تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع مختلف عمليات الإبداع والابتكار.
 - مع زيادة الطاقات الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة، والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد، تحول السوق إلى سوق مشتري تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغبتهم بأقل تكلفة وبأيسر الشروط، ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيلة الوحيدة للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب وتنمية القدرات التنافسية.
- ويتضح أن كل هذه العوامل ستدفع المنافسين إلى بذل جهد أكثر أي المزيد من التنافس، كما أن وفرة المعلومات والتدفق السريع لنتائج البحوث والتطورات التقنية ييسر للمؤسسات الدخول في مشروعات مهمة لتطوير منتجاتها

⁵⁰ نفسه، ص 8.

⁵¹ على السلمي، إدارة الموارد البشرية والاستراتيجية، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 101.

دون ان تضطر لتكوين امكانيات البحث والتطوير الخاصة بها، وبالتالي توفر الاستثمارات التي قد تكون متاحة لها، وهذا ما يزيد بدوره من الجهود التنافسية.

4.2.2. استراتيجيات تحسين التنافسية

هناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبعها الدولة من أجل تحسين تنافسية قطاعها المختلفة سواءا كانت اقتصادية أو اجتماعية، ومن ثم تحقيق مكانة تنافسية متميزة عالميا في مختلف المجالات، ومن بين أهم هذه السياسات التي تضمن تحقيق إستراتيجيات تنافسية عالمية، نلخصها في العناصر التالية⁵²:

أولاً: إستراتيجيات صناعية وأهمية: فمن أهم التحديات التي تواجه الدول، التي تعمل على دعم قدراتها التنافسية وعلى استمرارية النمو، هو اختيار القطاعات أو الصناعات التي من شأنها أن تكون حافزا لتعظيم الإنتاجية والترابط والترابط الخلفي والأمامي بين مختلف قطاعات الاقتصاد.

ثانياً: إستراتيجية إختيار الوابحين: أي إختيار القطاعات الصناعية الملائمة التي من شأنها أن تكون أكثر تنافسية من غيرها، وتحقق أعلى مستويات التشابك القطاعي مع بقية قطاعات الاقتصاد المختلفة.

ثالثاً: إستراتيجيات تحديث الصناعة: وذلك من خلال توفير مناخ وبيئة أعمال ملائمة، من خلال سن القوانين وتعديل التشريعات القائمة فيما يتعلق بمعايير الجودة وتحسين البيئة القانونية والتنظيمية، وتوفير المعلومات وجمعها لفائدة قطاع الأعمال، وتقديم المشورة والدعم للصناعات فيما يتعلق بالبحث والتطوير، وكذلك ربط الحوافز المقدمة إلى الصناعة على شكل قروض إئتمانية بتكلف منخفضة، وحوافز ضريبية مختلفة وغيرها، بمعايير الإنجاز ولا سيما من حيث الابتكار، ورفع الإنتاجية وكسب الحصة في الأسواق الدولية.

رابعاً: إستراتيجية تجسير الفجوة الرقمية: وذلك نتيجة للتطور في تكنولوجيا المعلومات والحاسب الآلي، وما صحبه من تعميق مايعرف بالهوة الرقمية، لذا فإنه لا بد من وجود بنية تحتية في مجال التكنولوجيا للدولة، وذلك لما لها من تدعيم قدرة الدولة التنافسية على المساهمة الكبيرة في النفاذ إلى الأسواق، وتقليل التكاليف المرتبطة بالتعامل على المستوى الدولي.

كما أن هناك مجموعة من الاعتبارات التي يجب على الدولة أن تأخذها بعين الاعتبار، يمكن إيجازها في

النقاط التالية⁵³:

- تحديد احتياجات السوق العالمية لمختلف المنتجات.

⁵² مبارك خالد الحجرف، دور الإصلاح الإداري في تحقيق المزايا التنافسية بدولة الكويت خلال الفترة من 1990-2009، أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال، غير منشورة، جامعة بنها، غير منشورة، مصر، 2016، ص 89.

⁵³ مبارك خالد الحجرف، مرجع سبق ذكره، ص 90.

- الاستثمار الأجنبي المباشر والتصدير المباشر.
- قياس فرص الوصول إلى الأسواق العالمية.
- أنظمة الجمارك وحصص التصدير المقدرة أو المسموح بها.
- القيود الكمية والجمركية وشروط دخول السوق العالمي.
- تحديد مصادر التمويل للمشروعات المقترحة.

5.2.2 مفاهيم ذات علاقة بالتنافسية

يمكن ربط التنافسية بالمفاهيم التالية⁵⁴:

أولاً: الميزة النسبية والميزة التنافسية: هناك ترابط هام ما بين الميزة النسبية والميزة التنافسية، فالميزة التنافسية تعد امتداداً وتطوراً لمفهوم الميزة النسبية الذي يشير إلى تمت الدولة بوفرة في أحد عوامل الإنتاج التقليدية (العمل، راس المال والأرض)، أي أن الميزة النسبية ترتبط بإنتاج سلع منافسة لانخفاض سعرها، الناجم عن استخدام عوامل إنتاج رخيصة، إلا أنه من غير الممكن صمودها وبقيائها في المنافسة على مستوى السوق العالمي، وحتى السوق المحلي وهذا ما تهتم به الميزة التنافسية، التي تعبر عن تمتع الدولة بميزة في إنتاج سلعة معينة من خلال توفرها لعنصر الإنتاج الحديث المتمثل في التكنولوجيا، ومع التطور التكنولوجي الذي شهده العالم في النصف الثاني من القرن الماضي والاتجاه المتزايد نحو العولمة وتحرير الأسواق الدولية في إطار النظام التجاري العالمي الحديث، أدى إلى ظهور القدرة التنافسية التي تشير إلى قدرة الدولة وليست المنشأة في تلبية احتياجات السوق العالمية من السلع والخدمات، تماشياً مع متطلبات وذوق السوق إلى جانب تحقيق مستوى معيشي أفضل لمواطني الدولة على المدى الطويل.

ثانياً: المنافسة والتنافسية: إن المنافسة هي الشروط التي يتم وفقها الإنتاج والتجارة في بلد ما، فهي تهتم بحالة السوق من خلال توصيف هيكل السوق وسلوك الأفراد والأعمال فيه، وبهذا تكون المنافسة تعبير عن حالة أو وضعية محددة للسوق، في حين تهتم التنافسية بتقييم أداء الشركات والدول مقارنة في ظل أسواق تتميز بظروف منافسة معينة، فالمنافسة تشير إلى حالة السوق وبالتالي فهي وصف ساكن، أما التنافسية فهي ممارسة المنافسة في ظروف وبيئة معينة خلال فترة زمنية وبالتالي فهي تحليل ديناميكي، وتقييم لأداء الشركات أو الدول خلال فترة ما، وبالتالي يمكن القول أن المنافسة تعبر عن حالة، بينما التنافسية تعبر عن فعل.

⁵⁴ عبد القادر عبيدي ومحمد حسن علاوي، مرجع سبق ذكره، ص 82.

ثالثاً: التنافسية والتنمية: مما لا شك فيه أن هناك فرق بين التنافسية والتنمية التي يعيها تعريفها الكلاسيكي، قدرة الاقتصاد الذي ظلت ظروفه الاقتصادية الأولية ساكنة نوعاً ما لفترة طويلة على توليد زيادة سنوية في إجمالي الناتج الوطني بمعدلات تتراوح ما بين 05% و 07% أو أكثر، فإنه نظراً للانتقادات المتعلقة بتحديد مفهوم واضح للتنافسية وتداخل تعريف التنافسية مع مفهوم النمو، وعليه فالتنافسية مهما كان تعريفها ما هي إلا وسيلة أو هدف أولي وليس نهائي لضمان استمرارية النمو وتحقيق الرفاه لأفراد المجتمع، من خلال زيادة معدلات إنتاجية عوامل الإنتاج، وعليه فإن تحسين القدرات التنافسية لاقتصاد ما غايته تحقيق التنمية من خلال استمرار النمو وشموله لكافة الأفراد وبذلك يمكن اعتبار التنافسية كأحد المدخل الأساسية للتنمية الاقتصادية.

تأسيساً على ما سبق، يمكن القول بأن التنافسية أضحت من الظواهر التي تمثل تحدياً كبيراً لكافة دول العالم النامي والمتقدم على حد سواء، فالتنافسية لها سياستها واستراتيجياتها، فهي لم تعد مقصورة فقط على مستوى جزئي، بل وصل مداها إلى مستوى كلي، وباتت التنافسية من الضروريات المساعدة على تحقيق الدول لمستويات معيشة معتبرة.

3.2. مؤشرات التنافسية

هناك العديد من المؤشرات التي حاولت قياس التنافسية عن طريق مؤشرات مركبة تضم مجموعة واسعة من المتغيرات والعوامل، لكن يجب التمييز في هذه المؤشرات حسب مستوى الدراسة فالمؤشرات التي تعكس تنافسية المؤسسة قد لا تسمح بقياس تنافسية الدولة، فإن كانت المؤسسة قد حققت نمو في الإنتاجية من خلال التخلص من العمالة، فقد يقابلها نقص في الدخل والرفاه العام على مستوى الاقتصاد الوطني لهذا فإن مؤشرات قياس التنافسية تركز على عوامل مختلفة حسب مستوى النشاط سواء المؤسسة، القطاع أو الدولة⁵⁵.

1.3.2. مؤشرات تنافسية المؤسسة

إن مفهوم التنافسية يبدو أكثر وضوحاً على مستوى المؤسسة، فالمؤسسة قليلة الربحية ليست تنافسية، فالمؤسسة لا تكون تنافسية عندما تكون تكلفة إنتاجها المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في السوق، وهذا يعني أن موارد المؤسسة يساء تخصيصها وأن ثروتها تتضاءل أو تتبدد، وضمن فرع نشاط معين ذي منتجات متجانسة يمكن للمؤسسة أن تكون قليلة الربحية لأن تكلفة إنتاجها أعلى من تكلفة منافسيها، وقد يعود ذلك إلى أن إنتاجيتها

⁵⁵ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 44.

أضعف أو أن عناصر الإنتاج تكلفتها أكثر أو لسببين معا، وقد قدم "Austin" أوستن نموذجا لتحليل الصناعة وتنافسية المؤسسة من خلال القوى الخمس المؤثرة على تلك التنافسية وهي⁵⁶

- تهديد الداخلين المحتملين إلى السوق.
- قوة المساومة والتفاوض التي يمتلكها الموردون للمؤسسة.
- قوة المساومة والتفاوض التي يمتلكها المشترون لمنتجات المؤسسة.
- تهديد الإحلال أي البدائل عن منتجات المؤسسة.
- المنافسون الحاليون للمؤسسة في صناعتها.

ويشكل هذا النموذج عنصرا هاما في السياسة الصناعية والتنافسية على مستوى المؤسسة، وجاذبية منتجات مؤسسة ما يمكن أن تعكس الفعالية في إستعمال الموارد، وعلى الأخص في مجال البحث والتطوير أو الدعاية لهذا فإن الربحية وتكلفة الصنع والإنتاجية والحصة من السوق، تشكل جميعا مؤثرات للتنافسية على مستوى المؤسسة.

أولاً: الربحية: تعتمد المنافع المستقبلية للمؤسسة على انتاجيتها النسبية، وتكلفة عوامل انتاجها، وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على امتداد فترة طويلة وعلى انفاقها الحالي على البحث والتطوير أو براءات الاختراع التي تتحصل عليها إضافة إلى العديد من العناصر من العناصر الأخرى، إن النوعية تعتبر عنصرا هاما لاكتساب الجاذبية ومن ثم النفاذ إلى الاسواق والمحافظة عليها⁵⁷، ولكن لا بد من أن تكون بشكل متصاعد زقابل للاستمرار من أجل ضمان بقاء المؤسسة في السوق، وهنا تجدر الإشارة إلى الربحية لوحدها لا تكفي بل لا بد من تطبيق معايير الجودة⁵⁸، وإذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد على فترة من الزمن، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية لها⁵⁹.

ثانياً: التكلفة: تكون المؤسسة غير تنافسية حسب نموذج أوستن للمنافسة إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في الأسواق، ويرجع ذلك لسببين⁶⁰:

الأول: انخفاض انتاجيتها والذي يمكن ان يرجع للإدارة غير الفعالة للمؤسسة، وذلك إذا كانت المؤسسة تنتمي لقطاع نشاط ذو منتجات متنوعة، أما إذا كان قطاع النشاط ذو منتجات متجانسة فيمكن أن يرجع ذلك إلى كون تكلفة الصنع المتوسطة ضعيفة مقارنة بالمنافسين.

⁵⁶ وديع محمد عدنان، القدرة التنافسية وقياسها، مجلة جسر التنمية، العدد 24، المعهد العربي للتخطيط، 2003، الكويت، ص 10.

⁵⁷ نفسه، ص 46.

⁵⁸ فيروز رزوي وفاطمة الزهراء سكر، مرجع سبق ذكره، ص 10.

⁵⁹ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 46.

⁶⁰ نفسه، ص 46.

الثاني: أن تكون عوامل الانتاج مكلفة جدا، نتيجة لارتفاع معدلات التضخم أو ارتفاع تكاليف استيراد بعض أو كل مكونات الانتاج.

ترتبا على ما سبق تلعب بذلك التكلفة دورا هاما كمؤشر تنافسي، لأنه لا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف، لذلك نجد أن الكثير من المؤسسات التي تستهدف أن تكون رائدة في خفض عناصر التكلفة بين منافسيها لتحقيق مركز تنافسي يضمن لها البقاء في السوق الدولي⁶¹.

ثالثا: البصة السوقية: يعكس هذا المؤشر مدى مساهمة المؤسسة في الأسواق المحلية والأسواق الدولية، إذ تحقق المؤسسة أرباحا كلما كانت حصتها السوقية أكبر، وهذا يساعدها على توسيع أنشطتها وتنمية قدراتها التنافسية⁶².

رابعا: الانتاجية الكلية للعوامل: يعبر هذا المؤشر عن آلية قياس الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الانتاج إلى منتجات، ولكن هذا المفهوم لا يوضح مزايا ومساوئ تكلفى عناصر الانتاج، هذا ومن الممكن مقارنة الانتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة مؤسسات على المستويات المحلية والدولية، وكذلك يمكن ارجاع نموها سواء إلى التغيرات التكنولوجية وتحرك مؤشر التكلفة نحو الانخفاض، أو إلى تحقيق وفورات الحجم، كما يتأثر دليل النمو بالاختلافات في الأسعار المستندة للتكلفة الحدية، ويمكن تفسير الانتاجية الضعيفة بإدارة أقل فاعلية أو بدرجة من الاستثمار غير فاعلة أو بكليهما معا⁶³.

ولقد بينت دراسات على المؤسسات وجود حزمة واسعة من المؤشرات على تنافسية المؤسسة ومن بينها⁶⁴:

- هناك عوامل مرتبطة بالأسعار تعطي اختلافات عن مستوى انتاجية اليد العاملة، رأس المال (وفورات الحجم، حجم المخزون، الادارة، علاقات العمل).
- يمكن أن تحسن المؤسسات أدائها من خلال التقليد والابتكار (اليابان).
- إن المؤسسة الذي تعتمد على ضعف تكلفة عوامل الانتاج في الحصول على مزايا تنافسية يكون في وضع هش اتجاه مزاحمة مؤسسات ذات مدخل عوامل انتاج أقل تكلفة.
- إن التركيز على تنافسية المؤسسة تعني دورا محدودا للدولة، وتتطلب استعمال إنتاج مرنة ورقابة مستمرة على النوعية والتكاليف.

⁶¹ فيروز زروخي وفاطمة الزهراء سكر، مرجع سبق ذكره، ص13.

⁶² نفسه، ص 6.

⁶³ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص47.

⁶⁴ يوسف مسعداوي، القدرات التنافسية ومؤشراتها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005، ص129.

- إعطاء أهمية أكبر إلى التكوين وإعادة التأهيل والنظر إلى العامل كشريك وليس كعامل إنتاج.
- إذا كانت تنافسية البلد تقاس بتنافسية مؤسساته، فإن تنافسية المؤسسة تعتمد على نوعية إدارته والدولة مدير غير ناجح للمؤسسات وخاصة في مجال القطاع الخاص.
- يمكن للدولة أن تسهم في إيجاد مناخ ملائم لممارسة إدارة جيدة من خلال توفير الاستقرار الاقتصادي وخلق مناخ تنافسي وإزالة العقبات أمام التجارة الوطنية والدولية، وتحسين ثلاث أنماط من عوامل الإنتاج وهي رأس المال البشري باعتبار الدولة كعمود أساسي له، التمويل، والخدمات العمومية.

2.3.2. مؤشرات تنافسية القطاع

نقوم بقياس تنافسية القطاع عندما تكون المعطيات المتعلقة بالمؤسسة ناقصة باستعمال متوسطات قد لا تعكس أوضاع مؤسسة معينة ضمن القطاع المدروس، وانطلاقاً من ذلك فإن تحديد التنافسية على مستوى القطاع أو العناقيد (تجمع أنشطة) يشترط أن تكون فوارق مؤسسات القطاع محدودة، وترجع هذه الفوارق إلى عوامل الإنتاج، عمر المؤسسة، الحجم، إن تقييم تنافسية القطاع يتم بالمقارنة مع قطاع آخر، وأهم هذه المؤشرات المستعملة هي التكاليف والإنتاجية ومؤشر الميزة النسبية⁶⁵.

أولاً: مؤشرات التكاليف الإنتاجية: يكون فرع النشاط تنافسياً إذا كانت الإنتاجية الكلية للعوامل فيه متساوية أو أعلى منها لدى المؤسسات الأجنبية أو كان مستوى تكاليف الوحدة بالمتوسط يساوي أو يقل عن تكاليف الوحدة للمنافسين الأجانب، وغالباً ما يتم لذلك إجراء المقارنات الدولية حول إنتاجية اليد العاملة أو التكلفة الحدية لليد العاملة CUMO، ومن الممكن تعريف دليل تنافسية تكلفة اليد العاملة لفرع النشاط I في البلد J في الفترة T بواسطة المعادلة التالية⁶⁶:

$$CUMOI_{ijt} = W_{ijt} * R_{jt} / (Q/L)_{ijt}$$

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

R_{jt} تمثل معدل سعر الصرف الدولار الأمريكي بعملة البلد j خلال الفترة t

$(Q/L)_{ijt}$ تمثل الإنتاج الساعي في فرع النشاط i والبلد j خلال الفترة t

ومنه يمكن التعبير عن التكلفة الوحيدة لليد العاملة النسبية مع البلد K

$$\frac{CUMOR_{ijkt} - CUMOI_{ijt}}{CUMOI_{ikt}}$$

⁶⁵ يوسف مسعداوي، مرجع سبق ذكره، 130.

⁶⁶ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 31.

ويمكن ان ترتفع CUMO للبلد J بالنسبة لمثيلاتها من البلدان الأجنبية لعدة أسباب⁶⁷:

- ارتفاع معدل الرواتب والأجور بشكل اسرع مما هو عليه بالخارج.
- ارتفاع قيمة العملة المحلية.
- ارتفاع انتاجية اليد العاملة بسرعة أقل من الخارج.

إن المشكلة الرئيسية لمقارنة التكلفة الوحودية تنجم عن غموضها، فإن ارتفاع التكلفة النسبية بسبب ارتفاع في الأجور أو ازدياد سعر الصرف، يكون مرغوبا فيه إذا كان يعكس زيادة في جاذبية صادرات البلد أو قيمتها في البلدان الأجنبية، ولقد بينت التجارب الدولية وخاصة اليابان وألمانيا أن حصول ارتفاع في CUMOR وتوسع في الحصة من السوق الدولية أن واحد بسبب أن تكلفة اليد العاملة لم تشكل القسم الأكبر من التكلفة الكلية⁶⁸.

ثانيا: مؤشرات التجارة والحصة من السوق الدولي: تستعمل في هذا المجال الميزان التجاري والحصة من السوق الدولية كمؤشرات عن التنافسية على مستوى فرع النشاط. وهكذا فإن فرع النشاط يخسر تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية أو أن حصته من الواردات تتزايد، لسلعة معينة أخذا في الاعتبار حصة تلك السلعة في الانتاج أو الاستهلاك الوطني الكلي⁶⁹.

ثالثا: دليل التجارة ضمن الصادرات: ويبين هذا الدليل الصلات التجارية ضمن الصناعات وكلما ارتفعت قيمته كلما دل ذلك على تقدم الصناعة في البلد المعني، و باستعمال طريقة دليل التجارة بين الصناعات بينت دراسة أجراها HAVRYLYSHYN و KUNZEL في سنة 1997، أن الدول العربية لا تمتلك قاعدة صناعية متقدمة بالقياس إلى أقاليم أخرى في العالم، فالدليل ضعيف لا يتجاوز 0.25 لفترة 92-94 على الرغم من التحسن الذي حصل حيث انتقل من 0.189 لفترة 84-86 مقابل 0.878 للدول الصناعية و 0.773 لدول NAFTA⁷⁰.

رابعا: الميزة النسبية الظاهرة: أنشأ بورتر مقياسا للتنافسية مستندا على الميزة التنافسية الظاهرة ويمكن حسابه لبلد ما J لمجموعة منتجات أو فرع نشاط I كالتالي:

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

⁶⁷ يوسف مسعداوي، مرجع سبق ذكره، ص130.

⁶⁸ نفسه، ص130.

⁶⁹ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص52.

⁷⁰ يوسف مسعداوي، مرجع سبق ذكره، ص131.

عندما تكون RCA_{ij} أكبر من الواحد فإن البلد j يمتلك ميزة تنافسية نسبية ظاهرة للمنتج i ، ويجدر الاهتمام بالميزان التجاري لفرع النشاط، فإن فرعا صناعيا تبلغ حصته 6% من الصادرات الدولية و7% من الواردات الدولية لا يمكن اعتباره تنافسيا⁷¹.

إن فروع النشاط التي يمتلك البلد فيها RCA يمكن أن تكون أكثر إنتاجية أو أقل من الفروع المنتظرة لها في الخارج، أو أن معدل نمو إنتاجيتها أكثر سرعة أو أكثر بطأ، ويتضمن مصدر الميزة النسبية تكلفة عوامل الإنتاج، منافذ الاسواق، الابتكار، وإن هذه المزايا التنافسية يمكن أن تنظم بشكل جيد، لأن المهارات والمعارف، يمكن أن تكتسب كما يمكن أن تتدعم بالوفورات الناجمة عن تجميع المؤسسات وخاصة على مستوى العناقيد الصناعية ومنظومات الابتكار التي تشكل مجموعات من المؤسسات أو المعاهد والجامعات ومراكز البحث العلمي خارج السوق التي تمارس فعليا معا بهدف تراكم المعارف والتي تحتاج تقنيات متكاملة، ومن الطبيعي أن يلعب التكوين المعرفي والبحث العلمي دورا كبيرا في خفض التكاليف وتحسين المنتج وتعزيز التنافسية، كما يمكن للدولة أن تحقق هذه المزايا للمؤسسات من خلال الدعم في كافة المجال⁷².

3.3.2 مؤشرات تنافسية الدولة

تختلف مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة عن مؤشرات قياس التنافسية الوطنية، فتخفيض التكاليف وزيادة حجم الربحية والحصة السوقية تعد من أبرز مؤشرات قياس تنافسية المؤسسة، غير أن ذلك من الممكن أن يتعارض مع تنافسية الاقتصاد الوطني، ففي حالة تخفيض استخدام عناصر الإنتاج وتسريح العمال بهدف زيادة الربحية فإن ذلك ينعكس سلبا على مستوى الاقتصاد الوطني لكونه سوف يزيد من مشكلة البطالة وتخفيض حجم الناتج المحلي الاجمالي، إلا أنه من الممكن أن تتطابق تنافسية المؤسسة مع تنافسية الدولة في حالة زيادة تنافسية المؤسسة دون تخفيض مستوى التشغيل⁷³.

أولاً: المؤشرات المركبة: ظهر العديد من المؤشرات الاقتصادية التي تنشرها المؤسسات والمنظمات العالمية، والتي تهدف إلى تقييم بيئات الأعمال ومناخ الاستثمار وتنافسية الدول، وعلى الرغم من أن هذه المؤشرات يشوبها العديد من اوجه القصور فيما يتعلق بالفروض التي تستند إليها أو منهجية إعدادها أو عدد الدول التي تغطيها، إلا أنها تقدم فائدة كبيرة لمتخذي القرار ورأسي السياسات ورجال الأعمال والمستثمرين، فهي تساعد على التعرف

⁷¹ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص52.

⁷² عبد الحكيم عبد الله النسور، مرجع سبق ذكره، ص27.

⁷³ كمال كاظم وآخرون، المعايير البيئية والقدرة التنافسية للصادرات، دار الايام للنشر والتوزيع، الاردن، 2016، ص125.

على الأوضاع المقارنة للدولة بما يمكن من المفاضلة بينهم، والتعرف على نقاط القوة والضعف لكل دولة في علاقتها بالمؤشرات موضع التحليل⁷⁴.

أ/ معهد التنمية الادارية الدولية **IMD** مؤشر **WCY**: يصدر عن معهد التنمية الادارية الدولية بسويسرا منذ بداية التسعينات تقرير سنوي عن حالة التنافسية العالمية، وذلك في إطار التحضير للمنتدى الاقتصادي العالمي، ويطلق على هذا التقرير كتاب التنافسية في العالم، والهدف من هذا التقرير جمع عناصر أساسية لمقارنة بيئة الأعمال⁷⁵، ويستخدم التقرير مؤشرات لرسم صورة لكيفية الدول والمؤسسات تنجح في تحقيق الرخاء أو الربح، و **WCY** هو أكثر تقرير مكثف مؤشر يقيس القدرة التنافسية للبلدان، مع التركيز على 4 عوامل وهي:

1. الأداء الاقتصادي: يعد الاداء الاقتصادي من أبرز العوامل المؤثرة في التنافسية، إذ أن عملية جذب

الاستثمار الأجنبي المباشر وتحفيز الاستثمار المحلي تتطلب بيئة اقتصادية مستقرة يمكن التنبؤ بسياساتها الاقتصادية المستقبلية وتنخفض فيها التقلبات الاقتصادية⁷⁶.

2. الكفاءة الحكومية: ويتناول هذا المعيار قضايا السياسات المالية المتبعة في الدولة المعنية، والجهاز المصرفي إضافة إلى التشريعات المالية والعمالية وبنية الخدمات⁷⁷.

3. كفاءة الأعمال: ويشمل عناصر الانتاجية وسوق العمل والقدرة التمويلية والتسهيلات الممنوحة للاستثمار، وظروف الأسواق المالية والبنوك إضافة إلى المؤسسات الادارية وقيم الأعمال السائدة في قطاع الأعمال⁷⁸.

4. البنية التحتية: ويشمل هذا المؤشر العوامل التي تقود الاقتصادات المحلية نحو الانفتاح على الاقتصاد العالمي والتواصل والاندماج معه مثل الموانئ والمطارات ووسائل النقل والمواصلات الأخرى، إذ أن مثل هذه الأسس تعد معيارا لقياس تكاليف تجارة البلدان، ومؤشرا لمكانتها التنافسية بين دول العالم⁷⁹.

ب/ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية **Unctad**: هذا التقرير خاص بالاستثمار الاجنبي المباشر، ويحتوي على مؤشر يبين المناطق الأكثر جذبا للاستثمار الاجنبي المباشر في العالم من أجل إعطاء صورة واضحة لرجال الاعمال

⁷⁴ طارق نوير، دور الحكومة الداعم للتنافسية. حالة مصر، ص12، متاحة عبر الموقع: www.idsc.gov.eg

⁷⁵ مصطفى حماد احمد وضوان، مرجع سبق ذكره، ص59.

⁷⁶ كمال كاظم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 128.

⁷⁷ مصطفى حامد احمد وضوان، مرجع سبق ذكره، ص 60.

⁷⁸ نفسه، ص30.

⁷⁹ كمال كاظم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 130.

عن المناطق الجيدة للاستثمار، فضلا عن أهمية التقرير في بيان أوجه النجاح أو أوجه القصور في السياسات التنموية للدول من أجل وضع صورة كاملة أمام الحكومات من أجل تصحيح مسارها التنموي⁸⁰.

ج/ مؤشر قياس الأعمال التجارية الصادر عن البنك الدولي: تمت بداية إصداره منذ عام 2005، وحسبه ترتب الدول على أساس سهول ممارسة أنشطة الأعمال، ويحتوي هذا التصنيف على أساس عشر مؤشرات تتمثل في: بدء المشروع، استخراج تراخيص البناء، توظيف العاملين، تسجيل الممتلكات، الحصول على الائتمان، حماية المستثمرين، دفع الضرائب، التجارة على الحدود، تنفيذ العقود وإغلاق المشروع.

دانيا: المؤشرات البسيطة: تستند المؤشرات البسيطة إلى متغيرات كمية ونوعية تغطي الجوانب المتعددة للتنافسية، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

أ/ مؤشر سعر الصرف الحقيقي: يشتمل سعر الصرف الحقيقي كمقياس للتنافسية على عدد من المزايا، بما في ذلك القدرة على أن يطبق على أي دولة بشكل موحد، مما يتيح إمكانية المقارنة بين مختلف الدول وعبر الزمن، كما أنه يعطي صانعي السياسة وجهة نظر أكثر شمولاً وأبعاد كثيرة عن القدرة التنافسية، وبالتالي يساعد على إقامة أجندة للسياسة العامة التي تهدف إلى تحسينها، كذلك يمكن ربط دراسات أسعار الصرف الفعلية الحقيقية بالتغيرات في شروط التبادل التجاري، والتغيرات في التدفقات المالية، والانتاجية، ورأس المال، وأنماط الاستهلاك، وكلها أمور قد تؤثر على مستوى توازن سعر الصرف الحقيقي، وعادة ما تطبق على هذه النوعية من الدراسات على دولة واحدة ولكن يمكن أيضا أن تنفذ من منظور متعدد الأطراف⁸¹.

ب/ نمو الدخل الحقيقي للفرد والانتاجية: إن نمو الدخل الحقيقي للفرد ونمو الانتاجية مفهومان مترابطان وليسا متطابقين، فالدخل الحقيقي للفرد يعتمد على إنتاجية العوامل الكلية TOTAL FACTOR وPRODUCTIVITY TFP وعلى الموهوبات من رأس المال والموارد الطبيعية و حدود التجارة، وإن الارتفاع في TFP يزيد من دخل الفرد كما يفعل ذلك التقدم في ثروة البلد من الموارد الطبيعية ورأس المال الفيزيائي والتحسين في حدود التجارة، وتحسن حدود التجارة لبلد ما عندما ترتفع قيمة عملته أو عندما ترتفع أسعار صادراته بالقياس إلى أسعار مستورده، وعندما تتحسن حدود التجارة لبلد ما فإنه يتمكن من زيادة مستورده الممولة بعائدات الصادرات ذاتها، أو ان يقلص صادراته لتمويل المستويات الأصلية من الواردات ويبقى مع ذلك متحفظا على توازن تجارته، إذن فإن تحسن حدود التجارة يرفع من حجم الاستهلاك الداخلي المحتمل⁸².

⁸⁰ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 61.

⁸¹ لبنى علي آل خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 93.

⁸² محمد عدنان وديع، مرجع سبق ذكره، ص 21.

ج/رصيد الحساب الجاري: ويوضح الفرق بين قيمة واردات بلد ما خلال فترة ما، وبين قيمة صادراته، ومن ثم فإذا نشأ عجز في الميزان التجاري للدولة سواء كان ناشئاً عن عجز في موازنة الدولة أو معدل ادخار الدولة ضعيف مع مستوى منخفض للاستثمارات الخاصة في مجمل الاقتصاد أو العاملين معاً، فإن ذلك مؤشر على أن البلد المعني أقل تنافسية⁸³.

د/تركيب الصادرات والحصة السوقية: إن التركيز المعطى لتركيب الصادرات يربط مقارنة التنافسية المعتمدة على النتائج التجارية مع التنافسية المستندة إلى نمو الإنتاجية، وقد استعمل بعض الباحثين 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 تتصاعد فهذا يسمح بالافتراض بوجود أو تحسن الميزة النسبية في القطاعات التي تكون فيها الأجور مرتفعة، وهذا لا يعني حتماً أن إنتاجية بلد ما أو دخل الفرد فيه يتقدمان بإيقاع أكبر منه في الخارج، ولكن يعني فقط أن الإنتاجية تزيد في فروع النشاط المنتجة للسلع القابلة للتجارة وذات القيمة المضافة المرتفعة للفرد، بشكل أسرع مما يتم في فروع النشاط الأخرى للسلع القابلة للتجارة⁸⁴.

4.2. محددات التنافسية

يمكن التطرق إلى محددات تنافسية المؤسسة من خلال عدة نماذج، وهي:

1.4.2. نموذج الماسة الصناعية لبورتر

اقترح بورتر أطارا تحليليا لفهم كيفية تفاعل مجموعة من العوامل مع بعضها البعض لبناء صناعة أو قطاع اقتصادي تنافسي، حيث يتم جمع العوامل التي تحدد تنافسية مؤسسة ما في أربع فئات رئيسية، والتي يمكن رسمها تخطيطياً لتشكيل الماسة، وأصبحت الماسة أحد المقاييس المرجعية لتحليل التنافسية، وتتضمن مايلي:

أولاً: عوامل الإنتاج: تمثل نقطة انطلاق ضرورية للدخول في منافسة، وتحددها النظرية الاقتصادية الكلاسيكية في العمالة والأرض ورأس المال كعوامل إنتاج، إن نظرية بورتر توضح أنه حتى الوقف مع العوامل من المهم أن يكون، والعنصر الحاسم لأي دولة لكي تكون قادرة على المنافسة هو خلق عوامل جديدة وتحسينها⁸⁵، هذه العوامل هي عوامل أساسية التي تعتبر بمثابة مدخلات ضرورية لدعم قدرة صناعة ما على المنافسة، وتتجسد في إيجاد عمالة مؤهلة، آليات العمل المميزة والنظم الإدارية الفريدة.

⁸³ مصطفى احمد حامد رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 56.

⁸⁴ محمد عدنان وديع، مرجع سبق ذكره، ص 22.

⁸⁵ Paul Laurentiu, the porter's theory of competitive advantage, disponible sur le lien:

http://feaa.ucv.ro/annals/v7_2008/0036v7-030.pdf.

ثانياً: محامل الطلب: وينظر بورتر (1990) إلى ظروف الطلب في أيضا كمصدر للميزة التنافسية للبلد، الطلب كعامل يشرح التجارة ليس بالجديد، أما ليندر (1961) فهو أول من قدم شرح التجارة البينية للصناعة، ووفقا لفرضية ليندر، فالدول التي تتشابه دخول أفرادها لديها أنماط إنفاق مماثلة، من حيث فرضية ليندر، فشرط الطلب المتماثلة في دول تؤدي إلى هياكل طلب مماثلة، مما يعزز التجارة البينية للصناعة⁸⁶، وهنا يمكن إيضاح تكوين الطلب المحلي بطبيعة احتياجات المستهلكين، وحجم ونمط معدل النمو في الطلب المحلي، فإذا ارتفع الطلب المحلي، فهذا معناه تحفيز مؤسسات الدولة على تحسين وتطوير منتجاتها وبالتالي الرفع من الجودة المقدمة للعملاء.

ثالثاً: الصناعات الممانحة وذات الصلة: الصناعات المساندة لها قدرة على المنافسة دولياً، وعلى وجه الخصوص، كما تشارك في ابتكار وتطوير وخلق ميزة تنافسية⁸⁷، وهذه الصناعات تبين مدى استفادة الصناعة من البيئة الاقتصادية التي تقدم المدخلات والخدمات التي تحتاجها وفق المعايير التي تحقق احتياجاتها⁸⁸، ويتربط على وجود التجمعات العنقودية ذات العلاقات الأمامية والخلفية المتكاملة رأسياً وأفقياً من سهولة انتقال المعلومات والأفكار الجديدة، فوجود مشروع داخل التجمع يجعله يتمتع بوفورات خاصة قد لا تتوافر لغيره من المشروعات المنفردة و بذلك انتقل Porter من التحليل على مستوى الوحدة إلى التحليل على مستوى أشمل وأكثر تعقيداً هو التحليل العنقودي أي تجمع من الصناعات المتشابكة⁸⁹، وهذا يعني باختصار شديد تبادل المعلومات والأفكار، بغية الرفع من فرص التطور وخلق المهارات والفنيات الإنتاجية.

من هذا المنطلق، يمكن استنباط بعض الايجابيات والسلبيات للتوطن قرب المنافسين، هذه الايجابيات من الممكن أن تكون⁹⁰:

- احتمال انتشار المعرفة التقنية.
- امكانية ارتباط المستهلكين بإحدى المناطق من خلال منتج معين وجودة عالية.

⁸⁶ AJ smit, the **competitive advantage of nations: is porter's diamond framework a new theory that explain the international competitiveness of countries**, southern African business Review, volume14, number1,2010, p:116.

⁸⁷ Satya Dev Gupta, **comparative advantage and Competitive Advantage An Economics perspective and A Synthesis**, disponible sur le lien: <http://economics.ca/2009/papers/0534.pdf>.

⁸⁸ بدون مؤلف، التنافسية في الفكر الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص18.

⁸⁹ عبد الرحمن بن عنتر، نحو تحسين الانتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية، اطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص159.

⁹⁰ بنية محمد علي المختب وطالب محمد عوض، مرجع سبق ذكره، ص 60.

- امكانية ربط هذه المنطقة بصناعة معينة، بسبب توفر قوة العمل المتخصصة والمؤهلة بحيث كون من السهل عليك ان تجد العمالة الماهرة.
- أما السلبيات فمن الممكن أن تكون:
- الموظفون المهرة لديك قد يتركونك وينضمون إلى مؤسسة منافسة.
- الأرباح قد تتناقص بسبب زيادة المنافسة في هذه المنطقة.

وأخيراً: استراتيجية المؤسسة وهيكل الصناعة وطبيعة المنافسة المحلية: ويقصد بها ظروف الدولة التي تحكم كيفية خلق تنظيم المؤسسات وإدارتها وكذلك طبيعة التنافس المحلي الموجود⁹¹، وتأخذ بعين الاعتبار التعاون الممكن الموجود بين الوحدات الصناعية التي لها نفس الوظيفة، وتنتج نفس المخرجات وتشكل عناقيد صناعية، حيث إن التعاون بين المؤسسات المختلفة ضمن العنقود تجمع بين المرونة والفعالية، من خلال التشارك في شراء المواد الخام أو امتلاك استراتيجية منسجمة لتسويق مخرجاتها، كما تبحث استراتيجية المؤسسة أيضاً في الأثر المحتمل للتكامل العمودي والذي تضبط به نفس المؤسسة عدة مراحل من العمليات التقنية من الإنتاج⁹²، وهنا تسمح الدولة بهذا النوع من المنافسة شرط وجود نوع من الحماية الجمركية وغير الجمركية، وهذا يعني خلق بيئة محلية مشجعة للمنافسة تلعب دوراً هاماً في تحديد القدرة التنافسية.

كخلاصة عامة حول هذه المحددات الأربعة التي تعد محددات أساسية، والتي تطرقنا إليها، يمكن القول أنها تعمل كمجموعة متكاملة مع بعضها البعض، وليس بصورة منفصلة، وكل منها يؤثر في الآخر بشكل ديناميكي، حيث أن ضعف أحد هذه العوامل سوف يؤدي إلى الحد من سطوع نموذج الماسة، ويمكن أن نضيف لها عاملين آخرين مساعدين مهمان، ألا وهما عامل الصدفة والذي يعبر عن الامتيازات التي يمكن أن تجنيها الدولة بصورة مؤقتة، أما العامل الآخر فهو الدور الذي تلعبه الحكومة والمهم جدا وجوده.

خامساً: عامل الصدفة: يعرف بوتر أحداث الصدفة بأنها الأحداث التي لا تتعلق كثيراً بظروف الدولة، وأنها خارجة عن سيطرة المؤسسات إلى حد بعيد، وعن سيطرة الأمة في أغلب الأحيان، وقد تخلق أحداث الصدفة القوى التي تعيد تشكيل هيكل الصناعة، معدلة بذلك الطريقة التي تعمل بها الماسة، مما يسمح بنقل مركزها التنافسي، ومن الأمثلة على أحداث الصدفة: الحروب، والانتقال الكبير في الأسواق المالية العالمية أو في أسعار الصرف، أو التذبذب في كلف مدخلات الإنتاج كصدمات النفط، والتذبذبات التقنية الرئيسية (التقنية الحيوية، علم

⁹¹ Michael E.Porter, **The Competitive Advantage Of Nations**, Harvard Business Review, march April 1990, p:78.

⁹² بدون مؤلف، التنافسية في الفكر الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص 18.

الإلكترونيات الدقيقة)⁹³، ومن شأن هذه التغيرات أن تلغي ميزات موجودة لتحل محلها ميزات أخرى استجابة للظروف الجديدة، ويختلف مدى و سرعة الاستجابة لعوامل الصدفة من دولة إلى أخرى و من مؤسسة إلى أخرى وهو ما يتوقف على خصائص كل دولة ومدى وفرة و تقدم محددات القدرة التنافسية الرئيسية بها⁹⁴.

ساحدا: حامل الحكومة: تؤثر الحكومة على الميزة التنافسية من خلال مجموعة من السياسات التي تؤثر على كل المحددات الأربعة الأخرى، إن التنظيم والتعليم والضرائب والسياسة النقدية هي أمثلة على تأثير الحكومة على البيئة التنافسية للمؤسسات، ورغم ذلك فإن دور الحكومة هو جزئي، وفقا لبورتر السياسة الحكومية لا يمكن أن تكون المصدر الوحيد للميزة، وأنها قادرة على تعزيز المحددات الأربعة الأخرى، دور الحكومة يمكن أن يكون بصورة إيجابية أو سلبية، وهذه السياسات تتأثر بالسمات الوطنية لتشكيل الماسة⁹⁵، إن الحكومات غير قادرة على خلق صناعات تنافسية، وتعتبر المؤسسات وحدها القادرة على ذلك، حيث يكمن دورها في تشجيع ودفع هذه المؤسسات إلى تحسين أدائها التنافسي⁹⁶.

وقد أوضح بورتر أهمية التداخل والتماسك بين هذه المحددات والعلاقات المتشابكة التي تربطها بعضها ببعض، حيث لا يمكن الإعتماد على محدد واحد فقط لتحقيق ميزة تنافسية مستقرة، كما أنه يعبر عن هذه المحددات كنظام كامل، حيث إن المحددات الأربعة الأولى والتي كما أسلفنا سابقا محددات أساسية، تتأثر بالتغيرات والتحولات التي تطرأ على المحددات الأخيرة والتي تتمثل في الحكومة والصدفة، وذلك من خلال تعزيز تنافسية المؤسسة، ويمكن إبراز نموذج الماسة الصناعية في الشكل الموالي:

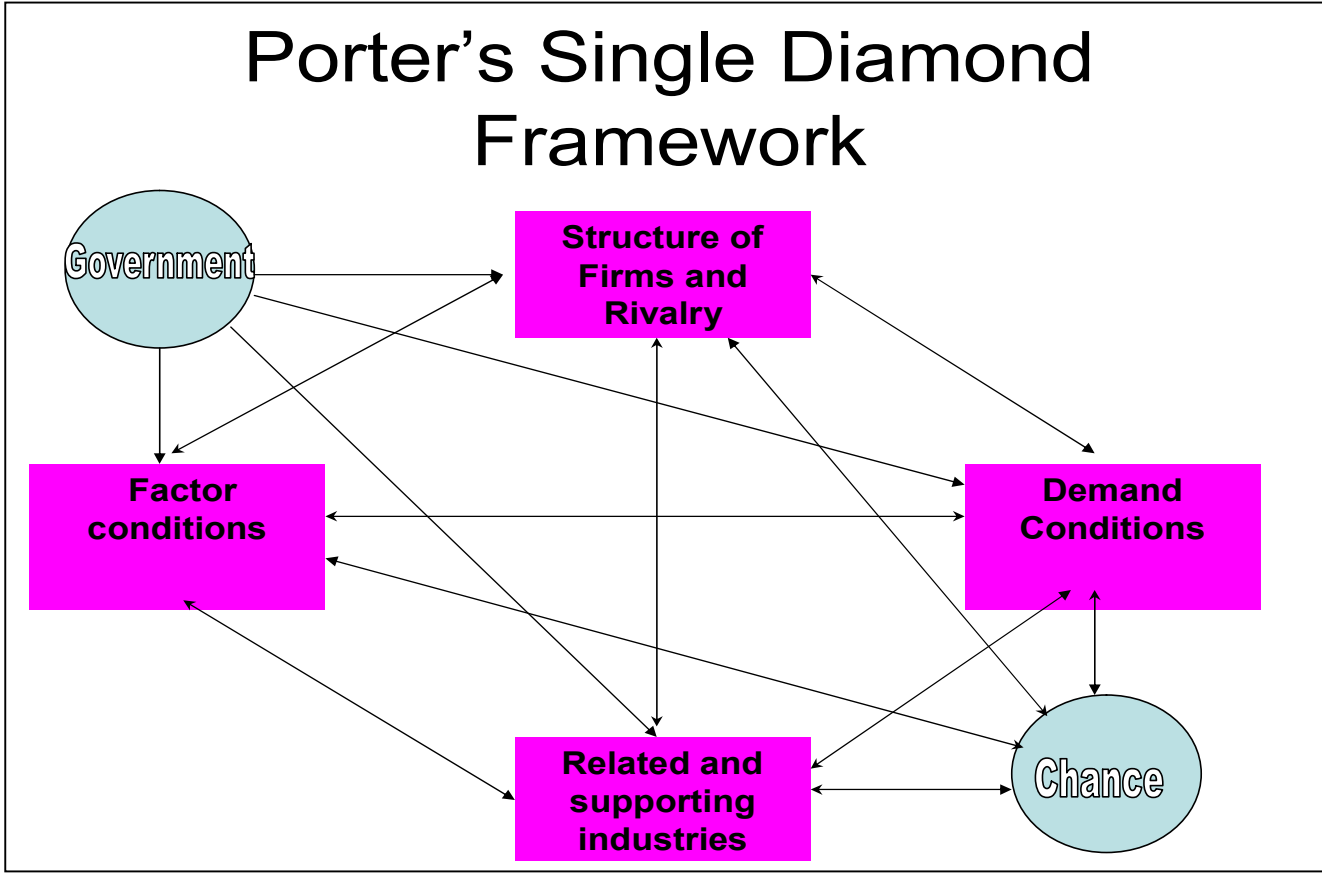
⁹³ بثينة محمد علي المحتسب وطالب محمد عوض، مرجع سبق ذكره، ص 61.

⁹⁴ عبد الرحمن بن عنتر، مرجع سبق ذكره، ص 160.

⁹⁵ Ioannis Konsolas, **The Competitive Advantage OF Nations: The case of Greece**, these of doctorat of philosophy, university of London, 1999, p: 20.

⁹⁶ سامية لول، تحديد أحد ركائز الميزة التنافسية لصناعة الدواء في الجزائر باستخدام النموذج الماسي لبورتر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 09، 2009، ص 43.

الشكل رقم (2.2): نموذج الماسة الصناعية لمايكل بورتر



Source : Ioannis Konsolas, **The Competitive Advantage OF Nations: The case of Greece**, these of doctorat of philosophy, university of London, 1999, p: 20.

2.4.2. تقييم لمنهج Porter

يمكن تقسيم آراء الباحثين والدارسين لمنهج Porter إلى إيجابين⁹⁷:

حيث يرى الإتجاه الأول أن منهج Porter نجح في تقديم تفسير أكثر واقعية لأنماط وتدفقات التجارة بما يسمح بالتنبؤ بالمزايا التنافسية في صناعات محددة، ووفقا لهذا الإتجاه فقد إستفاد Porter في صياغة منهجه من الرصيد المتوافر من نظريات التجارة الخارجية ومحدداتها المفسرة لأنماط وتدفقات التجارة الدولية، فقد قام بتجميع هذه المحددات مع إجراء بعض من التعديلات عليها في نموذج واحد إتسم بالشمول والديناميكية والتشابك، وتضمن أكبر عدد من المتغيرات الحاكمة لتفسير القدرة التنافسية، وبناءا عليه نجح في تقديم منهج يساعد على فهم محددات التنافسية وكيفية تطويرها وتحديد الأدوار المختلفة التي يجب أن يقوم بها الفاعلون الرئيسيون في كل صناعة " المنتج، المستهلك، المؤسسات المساندة، الحكومة" لتحقيق زيادة الإنتاجية والنمو.

⁹⁷ سمية سريدي، مرجع سبق ذكره، ص 130.

أما الاتجاه الثاني فقد قدم عددا من الإنتقادات لهذا المنهج، ويمكن تلخيص أهم هذه الإنتقادات في العناصر الثلاثة التالية:

أولاً: الإنتقاد الأول العمومية والشمول: تعتبر هذه السمة لمنهج Porter من أهم العيوب التي إنتقدها أصحاب هذا الإتجاه، فقد تضمن هذا المنهج كما هائلا من المتغيرات والمحددات التي جاءت متداخلة بعضها مع بعض، فقد وصفته دراسة Waverman والتي تحمل عنوان " **Critical analysis of Porter Framework** " بأنه يقدم فنا أكثر منه علما، الأمر الذي ترتب عليه فقدان القدرة على التحليل السليم والتحديد الدقيق للعلاقات بين المحددات التي قدمها والتنافسية، ومن ثم فلا يرقى هذا المنهج إلى تقديم نظرية تسمح بالتنبؤ بالمزايا التنافسية، كذلك بينت دراسة Geroski عدم صحة العلاقة بين بعض المحددات التي قدمها وتنافسية المؤسسة أو الدولة وخاصة ما تعلق بالأولية التي أعطاهها للبعد التكنولوجي في خلق القدرة التنافسية وضمان إستمراريتها التي أولاهها نموذج Porter، وينعكس ذلك بالتطبيق على عدد من الشركات العاملة في مجال الصناعة التحويلية بالمملكة المتحدة وقد حاولت الدراسة تفسير ذلك نتيجة إغفالها الأثر غير المباشر للتطوير والإبتكار والتي قد تفوق الآثار المباشرة في تأثيرها على التنافسية، فضلا عن إهمالها للفترة الزمنية التي تستغرقها في الإبتكارات التي تأتي بمردودها على التنافسية.

ثانياً: الإنتقاد الثاني: الإفتقار إلى الربط بين التنافسية على المستوى الجزئي والتنافسية على المستوى الكلي، حيث عجز Porter عن تقديم تحليل سليم لكيفية الانتقال من تحقيق الانتقال من تنافسية المؤسسة إلى تنافسية الدولة.

ثالثاً: الإنتقاد الثالث: عدم صحة صلاحية تطبيق هذا النموذج على الدول النامية فالتطوير والابتكار قد يصلحان فقط لتفسير تنافسية الدول التي قطعت شوطا في النمو.

3.4.2. خريطة العنقود الصناعي

بدأت معالم هذا المفهوم تتبلور في عام 1990، عندما قام العالم الاقتصادي مايكل بورتر بإصدار كتابه الشهير (الميزة التنافسية للأمم)، حيث يرى بورتر أن النمو الصناعي يجب أن يتجاوز الاعتماد على المزايا النسبية الكلاسيكية التي أشارت إليها النظرية الاقتصادية (الأرض/الموقع/الموارد الطبيعية/الطاقة وحجم السكان المحلي)، ويقدم مفهوما أكثر واقعية هو العناقيد أو مجموعة من المؤسسات المترابطة أو المتصلة ببعضها البعض في مجال معين، الموردتين، الصناعات المتصلة، والمؤسسات التي تنشأ في أماكن محددة⁹⁸.

⁹⁸ زايري بلقاسم، العناقيد الصناعية كإستراتيجية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 07، 2007، ص 172.

فالعناقيد الصناعية هي عبارة عن تركيز جغرافي للصناعات يؤدي إلى تحقيق مكاسب من خلال الموقع المشترك، وهناك نوعين من العناقيد الصناعية، عناقيد مندجة بشكل رأسي وهي مكونة من الصناعات التي ترتبط من خلال البائع/المشتري، وعناقيد مندجة بشكل أفقي وهي تتكون من الصناعات التي من الممكن أن تتشارك في الأسواق العامة للمنتجات النهائية، وتستخدم تكنولوجيا متشابهة للقوى العاملة أو التي تحتاج إلى موارد طبيعية متماثلة، والعناقيد الطبيعية ظاهرة ديناميكية وتفاعل بين المؤسسات الصناعية لذا فإن التعريف طبقاً بزورنفلد يمكن أن يتمدد ليشمل الأعمال المرتبطة والمكملة والقنوات النشطة لصفقات الأعمال والاتصالات والقوى العاملة والأسواق والخدمات والبنية التحتية وغيرها⁹⁹.

ويتجاوز هذا المفهوم فكرة التجمع المجردة إلى إرادة حقيقية للتعاون والتنسيق بين عناصر السلسلة المختلفة تؤدي في نهاية الأمر إلى تحقيق ربحية أعلى للجميع، من خلال خلق وسط من المنافسة التي تؤدي إلى رفع الإنتاجية. وهي الفكرة التي تقف في جوهرها في وجه النظرة التقليدية للصناعة، والمتمثلة بالقطاع الذي يشمل جميع الصناعات ذات الإنتاج النهائي المتشابه، والمرتبطة غالباً بالتردد في التنسيق والتعامل بين المتنافسين والاعتماد الأكبر على الدعم والحماية الحكومية دون غيرها، وربما كان أحد أهم عوامل نجاح العناقيد في كونها تكفل وجود موردين محليين لمدخلات الإنتاج وبكلفت أقل نسبياً من استيرادها مما يؤثر إيجاباً على منافسة الصناعة في السوق المحلي والعالمي. حيث أنه وكلما اتجهت الصناعات الداعمة والمرتبطة إلى إنتاج أجزاء محددة ومتخصصة من مدخلات الإنتاج، كان لها دور أكبر في مساعدة الصناعة الرئيسية على التطور والمنافسة عالمياً¹⁰⁰.

تمر العناقيد الصناعية بدورات حياة شبيهة بدورة المنتجات الصناعية، حيث أنها تتطور باستمرار وتتم بمراحل متعددة، فتضم إليها شركات جديدة وتختفى منها شركات أخرى وهكذا ، ففي مرحلة ما قبل تكون العنقود، يتميز سلوك المؤسسات والصناعة في هذه المرحلة بأنه مستقل إلى حد كبير وقليل التفاعل مع المجتمع المحلي، ويولد العنقود من مؤسسة أو مؤسستين في البداية الرواد، ويكون الحافز إما توفر مواد خام أو توافر عمالة ماهرة ورخيصة وقد يكون بالصدفة البحتة، وأثناء نمو العنقود الصناعي يزداد الاعتماد المتبادل بين المؤسسات والموردين المحليين، وخلال مرحلة الاقلاع تزداد درجة التفاعل بين المؤسسات والمجتمع المحلي والمؤسسات البحثية والعلمية ويستمر العنقود في النمو المطرد حتى يصل إلى مرحلة النضج والاستقرار والتي يصبح بعدها غير قادر

⁹⁹ ممدوح محمد مصطفى، استراتيجية توطين المشروعات الصناعية في مصر دراسة حالة إقليم جنوب الصعيد، اطروحة دكتوراه في فلسفة التخطيط العمراني، جامعة عين شمس، القاهرة، 2004، ص 129.

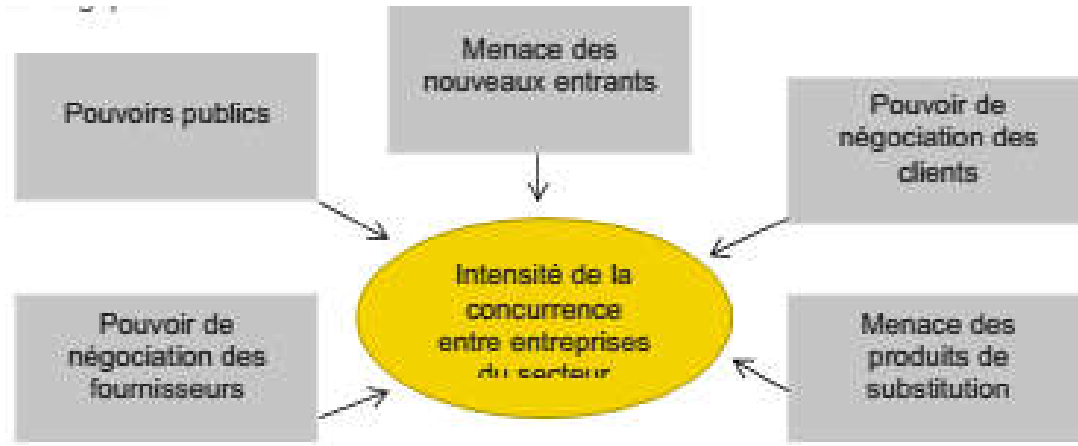
¹⁰⁰ مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، دور العناقيد الصناعية في إدارة مخاطر المنشآت الصناعية الصغيرة والمتوسطة، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي حول إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الاردن، ص4.

على ضم مزيد من المؤسسات وتسمى هذه المرحلة بالمرحلة الحرجة، وهي درجة التشبع من حيث المعرفة والمهارات والمعلومات خلال العنقود الصناعي، وقد يستمر نجاح بعض العناقيد لعقود متتالية وتزداد درجة تنافسيتها باستمرار مثل عنقود الطباعة في ألمانيا، الصناعات الجلدية في إيطاليا، وصناعة الشكولاتة في سويسرا¹⁰¹.

4.4.2. القوى الخمس لبورتر

حسب بورتر المنافس لا يعني دوما المؤسسة التي تقوم بتقديم نفس البضاعة أو الخدمة التي تقدمها مؤسستنا لإشباع حاجات الزبائن، وإنما هو كل من يساومها ويحاول أن يقطع جانبا من أرباحها، وهذه المنافسة في أية صناعة ماهي إلا محصلة همسة قوى للتنافس، والتي يمكن الحديث عنها في مايلي:

الشكل رقم (3.2): قوى بورتر الخمس التنافسية



Source :sans auteur, 5forces de porter, qu'est ce que c'est, National agency for Innovation And Research, p :2, disponible sur le site web : www.Luxinnovation.LU

أولاً: التنافس بين المنتجين داخل الصناعة (تحليل الوضع التنافسي): التنافس بين المنتجين داخل الصناعة هو محور ومركز القوى التي تساهم في تحديد مدى جاذبية الصناعة ، ومن بين المحددات العديدة للتنافس والتي سنتعرض لبعضها نجد هناك أربعة عوامل بارزة تعتبر محددات مهيمنة على درجة التنافس بين المنتجين وهي : نمو الصناعة، التكاليف الثابتة، تمييز المنتج، درجة التمرکز والتوازن بين المنافسين، بالإضافة إلى عوامل أخرى وهي: زيادة الطاقة بشكل متقطع، مركز العلامة في السوق، تكاليف التبديل، حواجز الخروج والمخاطر الإستراتيجية التي تتعرض لها المنظمة وتميز عادة بين أربعة وضعيات تنافسية: المنافسة المطلقة أو التامة، احتكار القلة، المنافسة الاحتكارية (غير الكاملة)، الاحتكار¹⁰².

¹⁰¹ نفسه، ص130.

¹⁰² محمد حبابنة، دور الرأسمال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2012، ص26.

إن الصناعة في حركة دائمة ومستمرة لذلك فإن عوامل عديدة تقرر مدى شدة المنافسة من عدمها فتتوقع مثلاً أن الصناعات سريعة النمو قليلة التكلفة الثابتة، عميقة الإمكانات في تمييز المنتج والمتمركزة في إطار عدد معروف من المنافسين هي أكثر جذبا بدخول آخرين من جانب، وشديدة المنافسة بين المنظمات القائمة من جانب آخر.¹⁰³

ثانياً: تهديد المنتجين الجدد: عادة ما يترتب على دخول منافسين جدد الرغبة في الحصول على حصة معينة من السوق، ومن ثم فهم يمثلون تهديدا للمؤسسات القائمة، يتوقف على وجود عوائق في سبيل دخول المنافسة ورد الفعل المتوقع منها¹⁰⁴، حيث يزداد تهديد المنتجين الجدد عندما ترتفع المنافسة في القطاع، فكلما كانت حواجز الدخول عالية فستقل فرص دخول منافسين جدد والعكس.

وتنشأ حواجز الدخول من تفاعل مجموعة عوامل أساسية¹⁰⁵:

أ/ إقتصاديات الحجم: تعمل إقتصاديات الحجم على وضع الداخلين الجدد أمام أمرين، إما التصرف الفوري على مستوى حجم واسع، وفي هذه الحالة ينتظر خطر رد فعل قوي من قبل المؤسسات المنافسة، وإما العمل على أساس مستوى إنتاج ضعيف وبالتالي تحمل عبئ التكاليف الثابتة.

ب/ الإحتياجات إلى رؤوس الأموال: تحتاج المؤسسات الجديدة إلى موارد مالية معتبرة من أجل تحقيق إستثماراتها، وهذا يمكن أن يكون حاجز يؤخر عملية الدخول وبالأخص إذا كانت هذه الأموال موجهة إلى نفقات غير مسترجعة مثل الإشهار، البحث والتطوير.

ج/ تمايز المنتجات: إن تميز العلامة التجارية يشكل عائقاً أمام المنافسين الجدد حيث أن هذا التميز للمنتجات الموجودة في الصناعة يأتي من خلال بحوث التسويق المتخصصة، والتي شكلت معرفة جديدة في السوق وخلق ولاء عالي للمستهلكين تجاه العلامة التجارية المعروفة.

د/ الوصول إلى قنوات التوزيع: لابد للمؤسسة الجديدة أن تؤمن توزيع منتجاتها وخدماتها بشكل واسع النطاق، وكلما كان البيع بالجملة محدوداً أو كانت قنوات التجزئة محدودة، ويجمع المنافسين الحاليين بين البيع بالجملة وإمتلاك قنوات تجزئة، كلما زادت صعوبة الدخول في الصناعة، وفي بعض الأحيان يكون هذا الحاجز كبيراً بدرجة يتوجب معها على المنافس الجديد أن يوجد قنوات توزيع خاصة به.

هـ/ المحددات السياسية والحكومية: يمكن للحكومة أن تحدد أو تعيق الدخول إلى صناعات معينة من خلال وضع القيود كمتطلبات الترخيص أو تقييد الوصول إلى المواد الخام أو غيرها، كما تستطيع الحكومة أن تقوم بدور

¹⁰³ طاهر محسن منصور الغالي ووائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص270.

¹⁰⁴ سمية بن عامر بوران، مرجع بق ذكره، ص94.

¹⁰⁵ طاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي إدريس، مرجع سبق ذكره، ص 271، 272.

أساسي غير مباشر بالتأثير على موانع الدخول من خلال وضع ضوابط الإستخدام، وكذلك قوانين الحفاظ على البيئة وقوانين السلامة وغيرها.

ثالثاً: تمديد المنتجات البديلة: إن المنتجات البديلة هي عبارة عن مجموع المنتجات التي يؤدي استهلاكها إلى تحقيق نفس القدر من المنفعة وتوصل إلى نفس درجة الاشباع فهي تؤدي نفس الغرض أو الحاجة بالنسبة لنفس المجموعة المستهلكين، والتي تعتمد على أساليب إنتاج مختلفة أو تقنيات وبنيات متفاوتة، فهي تشكل تهديداً للمؤسسة، ويشكل أكثر تأثيراً عند توفر العوامل التالية¹⁰⁶:

- الجودة ويوجد بديل افضل.
- زبائن مستعدون للتخلي عن المنتج.
- السعر النسبي وكفاءة البدائل
- تكلفة التحويل إلى البدائل، التغيير إلى المنتج الآخر.

رابعاً: قوة مساومة الزبائن: هذه القوة مرتبطة بالخصائص المختلفة لوضعية هؤلاء الزبائن في السوق وبالأهمية المرتبطة بمشترياتهم لدى القطاع مقارنة بنشاطهم الإجمالي، ويعتبر الزبائن أقوياء إذا توفرت فيهم الشروط التالية:¹⁰⁷

- ✓ إذا امتازوا بدرجة تركز كبيرة كانت مشترياتهم كبيرة.
 - ✓ إذا كانت مشترياتهم نمطية أو غير متميزة.
 - ✓ إذا كانت المنتجات المشتراة تمثل جزءاً هاماً من تركيبة المنتجات الخاصة بالزبون ومن تكاليفهم.
 - ✓ إذا كانت أرباح الزبائن قليلة.
 - ✓ إذا كان المنتج لا يحقق ادخار أو وفرة للمؤسسة.
 - ✓ إذا كان الزبون يملك معلومة كاملة مثلاً: الطلب، أسعار السوق الحقيقية، تكاليف الموردين.
- وعلى العموم يرى Porter نقلاً عن زينبات دراجي ونعيمة غلاب¹⁰⁸، أنه لمواجهة هذه القوى التنافسية يمكن للمؤسسة إتباع ثلاث أنواع من الاستراتيجيات:
- ✓ السيطرة بالتكاليف بحصولها على حجم كاف يؤدي إلى اقتصاديات الوفرة، فالسيطرة بالتكاليف عادة ما تعني إنتاج وتوزيع مكثفين.
 - ✓ الاختلاف في منتجات المؤسسة بفضل الابتكارات التقنية التي يعطي طابعاً مميزاً مقارنة مع المنافسين.

¹⁰⁶ كريمة غباد والعباشي زرار، مرجع سبق ذكره، ص 178.

¹⁰⁷ Michael Porter, **Choix stratégiques et concurrence**, édition economica, Paris, 1982, P :27.

¹⁰⁸ زينبات دراجي ونعيمة غلاب، العوامل التنافسية في التسويق، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي حول: تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، جامعة بسكرة، 29-30 أكتوبر 2002، ص 94.

✓ التخصص في الأنشطة يسمح بتركيز الموارد في قطاع خاص من النشاط مما يمكن المؤسسة أن تحوز على ميزة تنافسية.

ويمكن حصر المنافع التي يسعى إلى تحقيقها الزبائن في النقاط التالية¹⁰⁹:

✓ خفض أسعار المنتجات المشتراة.

✓ رفع نوعيتها باستمرار.

✓ العمل على زيادة أوضاع المنافسة بين البائعين.

✓ ممارسة أكبر قدر ممكن من المساومة معهم.

خاصة: القدرة على مساومة الموردين: يمكن للموردين ممارسة قوة تفاوضهم اتجاه تنظيمات القطاع وهذا سواء برفع الأسعار، أو إضعاف نوعية المنتجات والخدمات المشتراة، وهؤلاء الموردون قدرة الضغط على موجودية القطاع الذي لا يستطيع أن يعكس ارتفاع تكاليفه على أسعاره، وشروط القوة التي تتجمع في الموردين هي:

✓ إذا كان الموردون مسيطر عليهم من طرف عدد قليل من المؤسسات وكان هؤلاء الموردون أكثر تمركزا من القطاع الذي سيباع له هذا المنتج.

✓ في حالة ما إذا كان هؤلاء الموردون ليسوا مضطرين لمقاومة أية منتجات أخرى عند بيع منتجهم للقطاع.

✓ إذا كان القطاع المشتري لا يشكل زبونا مهما بالنسبة لهذه المجموعة من الموردين.

ضف إلى ذلك بعض الأسباب المتنوعة ما بين:

✓ تقنية كبراءات الاختراع.

✓ قانونية مثل العقود ذات المدى الطويل والتي تربط الزبون بالمورد.

✓ مالية مثل مديونية الزبون تجاه المورد.

5.4.2. نماذج أخرى

ومن الجدير بالذكر أن هناك إضافات طرحها العديد من الباحثين لإستكمال تحليل أكثر شمولية وفق إعتبرات نموذج Porter وهي:

أولا: إضافة الباحث Freeman: حيث أضاف Freeman قوة سياسية إلى قوى Porter وهي القوى النسبية لأصحاب المصالح الآخرين، ومن وجهة نظره فإنه وفق للإعتبرات البيئية، يمكن أن يكون هناك بعض من أصحاب المصالح، ذوي شأن وتأثير كبير على المؤسسات، كما هو الحال في الحكومات والسياسات الحكومية في

¹⁰⁹ كريمة غباد والعباشي زرار، مرجع سبق ذكره، ص178.

الدول النامية، ومنظمات حقوق الانسان في الدول المتقدمة، علما بأن هذه القوى تختلف من دولة إلى أخرى ومن صناعة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر، وبالتالي فإن على المؤسسة أن تحدد سلم أولويات التأثير لأصحاب المصالح هؤلاء، حيث يمكن أن يكون البعض من هؤلاء قوة مساهمة في دفع إستراتيجيات المنظمة وخبراتها في حين يمكن أن تكون هناك قوى أخرى معرقة لها¹¹⁰.

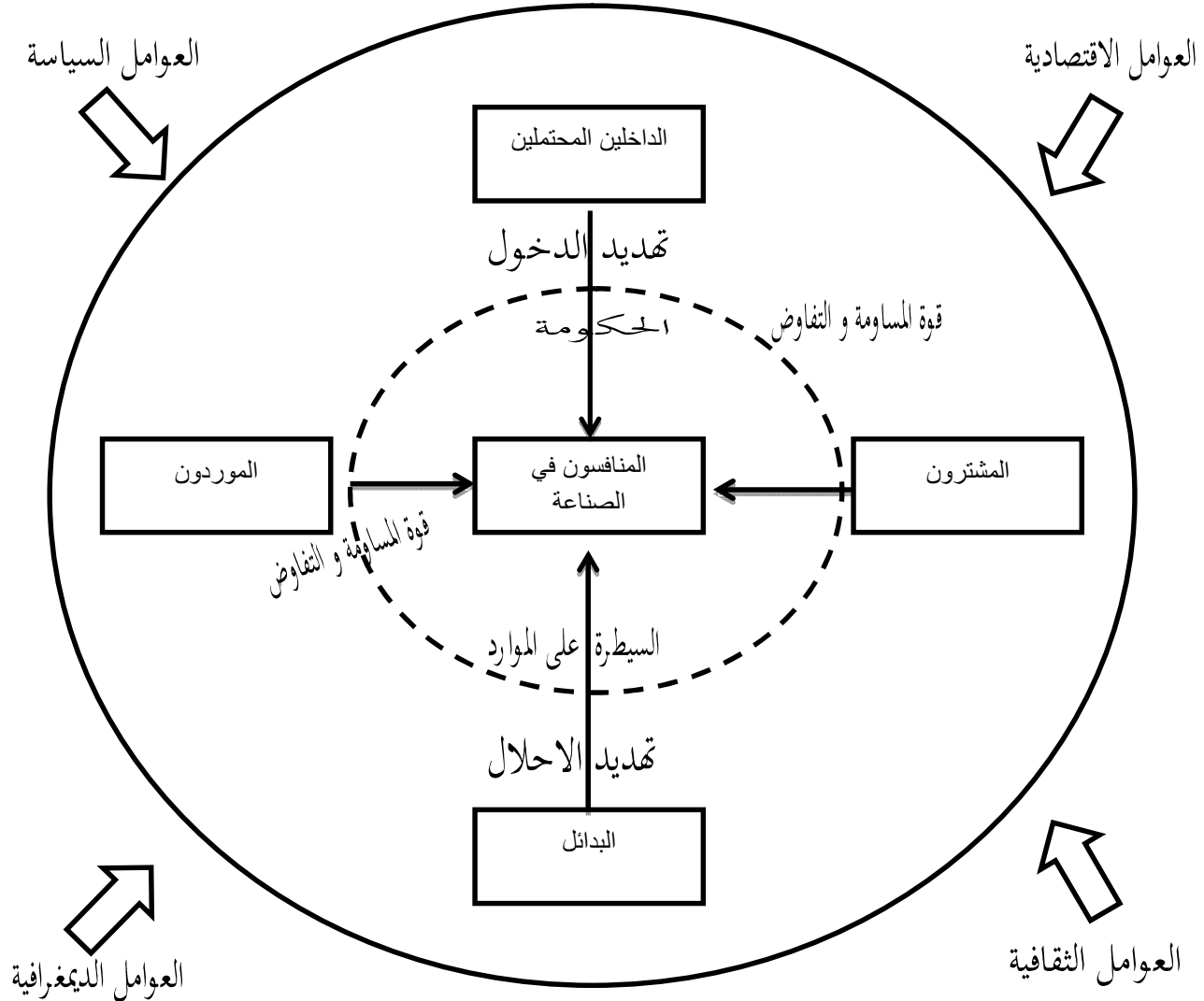
ثانياً: إضافة أوستن Austin: إن نموذج Porter يعتمد بدرجة كبيرة على أسواق وصناعات الدول المتقدمة، لهذا قدم الإقتصادي Austin تعديل لهذا النموذج حتى يمكن إعماده في تحليل الصناعة وظروف التنافس بالدول النامية وفي هذا الإطار قدم تعديلين على النحو التالي¹¹¹:

- **التعديل الأول:** إضافة عنصر آخر يتمثل في تصرفات الحكومة بإعتبارها قوى كبرى، ففي الدول النامية تؤثر الحكومة على هيكل الصناعة وديناميكيته، وذلك بإعتبارها القوة السياسية التي يكون من الواجب إضافتها إلى نموذج مايكل بورتر، فالحكومة هي حارس المرمى الذي يحدد من لديه الحق في الحصول على الموارد الأولية، كما أنها العنصر الحاكم الذي يحدد العديد من الأسعار والتكاليف، لذا من الممكن لمؤسسة صناعية معينة تحقيق ميزة تنافسية من خلال إستجاباتها لتصرفات الحكومة، ومن هنا فإن هذه الأخيرة يكون لها تأثير على بيئة التنافس في الدول النامية.
- **التعديل الثاني:** إضافة العوامل البيئية لما لها من تأثير في تشكيل هيكل الصناعة وديناميكيات التنافس، فالعوامل الإقتصادية، السياسية الثقافية والديمغرافية، تؤثر على قوى التنافس وعلاقاتها ويتضح ذلك من خلال الشكل التالي:

¹¹⁰ طاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي ادريس، المصدر سبق ذكره، ص 276، 277

¹¹¹ نفسه، ص 277.

الشكل رقم (4.2): نموذج أوستن لتحليل شدة المنافس للصناعة في الدول النامية.



المصدر: نبيل محمد مرسي، استراتيجيات الادارة العليا، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، مصر، 2006، ص 162.

إن من أهم الملامح الأساسية للدول النامية هو الدور الأكبر الذي تلعبه الحكومات في إقتصادياتها، فغالبا ما تحل محل ديناميكيات قوى السوق في الصناعة، وهذا ما يغير من بيئة التنافس كليا، ويؤثر على القوى التنافسية الأخرى، فهي تؤثر على شدة المنافسة من خلال المعاملات التفضيلية مع بعض الشركات ذات المحسوبية، ما يعمل على حصولها على تصاريح لزيادة طاقتها الإنتاجية أو زيادة إستثماراتها ما يعمل على سيطرة وهيمنة شركة أو مجموعة معينة من الشركات على السوق، أو على العكس من ذلك قد تعمل على إحداث التوازن ما يعمل على وجود عدد كبير من المنافسين، أو قد تعمل على دعم نوعية معينة من الشركات أو توجيه الإستثمارات إلى قطاعات معينة، كما تؤثر على دخول منافسين جدد، ففي العديد من الحالات تعد الموافقة الرسمية شرطا أساسيا

للدخول في الصناعة، فقد تسمح الحكومة للمستثمرين المحليين بالدخول إلى صناعات معينة وحماية السوق المحلية وتقييد عمليات الإستيراد وكل هذا من شأنه التأثير على ديناميكيات المنافسة داخل الصناعة، أما المنتجات البديلة فتتزايد أهميتها كقوة تنافسية مؤثرة في الصناعة، وتؤثر إستراتيجيات وسياسات الحكومة على الأسعار النسبية للمنتجات وبالتالي على المقدرة الإحلالية للمنتجات، أيضا تؤثر الحكومة على قوة التفاوض بين المشتري والموردين من خلال القيود التي تفرضها عند الحصول على الموارد اللازمة لمنظمات الأعمال وذلك من خلال الرقابة على عمليات الإستيراد، أو من خلال تحكّمها في أسعار الموارد اللازمة لعمليات الإنتاج أو من خلال تشريعها المقيدة لعمليات التكامل الخلفي أو الأمامي تجاه المواد الخام أو إتجاه الأسواق ومنافذ التوزيع¹¹².

من خلال هذا يتضح الدور الذي تلعبه الحكومة في التأثير على قوى التنافس في الدول النامية والذي لا يمكن إغفاله عند دراسة القدرة التنافسية لمؤسسات الصناعية في الدول النامية.

6.4.2. الإبداع والابتكار ركائز التنافسية

خلافًا للاقتصادات البدائية والزراعية غير المتطورة، فإن الاقتصادات الحديثة هي اقتصادات المعرفة، أي أننا اليوم في عصر الاقتصادات الصناعية والتكنولوجية المتطورة، فقد شهدت بيئة الأعمال في الآونة الأخيرة جملة من التغيرات والتحوّلات الاقتصادية والتكنولوجية الهائلة، فتزايدت حدة المنافسة الموجودة بين مؤسسات الأعمال من جهة، ومن جهة أخرى تغيرت أذواق ورغبات واحتياجات الزبائن، مما أفرز ضرورة تكيف هذه المؤسسات مع هذه الأوضاع، بهدف الحفاظ على مركزها التنافسي، حيث إن الاقتصادات الراهنة يركز الإنتاج فيها بالدرجة الأولى على مدخلات العلم والتكنولوجيا، وكذا على المهارة الإنسانية والعقلية الإبداعية والابتكارية، ولقد بينت الدراسات الاقتصادية عن وجود علاقة وطيدة بين كل من الإبداع والابتكار وكيفية الوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية، حيث إن الإبداع والابتكار يعدان من العوامل الأساسية التي تستخدمها أية مؤسسة للبقاء والاستمرارية، وذلك من خلال دورهما في خلق ميزة تنافسية سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي.

أولاً: الإبداع: لقد ظل مفهوم الإبداع لغاية وقت معين يدرس فقط في الإدارة والاقتصاد، وبالرغم من الأهمية البالغة التي يكتسبها، إلا أن هذا المفهوم ظل خارج اهتمامات رجال التسويق، غير أن التحوّلات والتغيرات الاقتصادية الحديثة التي عرفها العالم، طورت من الفكر التسويقي الحالي، لتجعل الإبداع من بين أحد أولويات التسويق في الوقت الراهن، باعتبار الإبداع ظاهرة تمس جميع الميادين، لذلك نجد هذا المفهوم تناوله العديد من الكتاب

¹¹² نبيل محمد مرسي، الإدارة الاستراتيجية تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 159، 162.

والباحثين ووضعو له العديد من التعريفات، كما حاولوا أيضا التطرق إلى دراسة مراحلها، وأهم العقبات التي تواجه المؤسسة عند تبنيها لمفهوم الإبداع.

أ/ تعريف الإبداع: إن التعريف الموضوعي أو الإصلاحي للإبداع اختلف فيه المفكرون، حيث لا يوجد اتفاق واضح ومحدد، ويمكن إرجاع ذلك بتعدد الظاهرة نفسها، أو بتعدد اتجاهات المفكرين، حيث ينظر كل واحد منهم من زاوية معينة توافق تخصصه أو ميوله، فمنهم من ينظر إليه على أنه منتج، ومنهم من ينظر إليه على أنه عملية، وآخرون ينظرون إليه على أساس السمات والخصائص التي تميز المبدعين، ولذلك سنتناول بعض التعاريف وهي:

✓ إن الإبداع هو أفكار تتصف بأنها جديدة ومفيدة، وتحاول التوصل لحل أمثل لمشكلات معينة، أو المساهمة في تطوير أساليب أو تحديد أهداف أو تأصيل وتعميق رؤية، أو إعادة عرض الأساليب والأنماط الإدارية المعروفة في أشكال متميزة ومتطورة تجعل أصحابها دائما في المقدمة¹¹³.

✓ الإبداع هو العملية التي يترتب عليها ظهور فكرة أو منتج أو خدمة جديدة، يمكن تبنيها من خلال العاملين في المؤسسة أو فرضها عليهم من خلال أصحاب القرار، بحيث يترتب عنها إحداث نوع من التغيير في بيئة أو عمليات أو مخرجات المؤسسة¹¹⁴.

✓ قال الشيخ ابن سينا: إن الإبداع هو أن يكون من الشيء وجود لغيره متعلق به فقط دون متوسط من مادة أو آلة أو زمان، وما يتقدمه عدم زمانا لم يستغن عن متوسط¹¹⁵.

فالإبداع يتمثل في أي نشاط إنساني، يترتب عليه إيجاد متغير أو إحداث شيء جديد في صياغته النهائية، حتى وإن كانت عناصره الأولية موجودة من قبل، بشرط أن تتوفر فيه صفة الخبرة والكفاءة والملائمة والأصالة، ويتدرج تحت هذا كل من الإنتاج الفني والعلمي والصناعي، ولهذا فعملية الإبداع هي عملية محورة لكل النواتج الإبداعية للنشاط الإبداعي، وهو المحصلة النهائية التي تظهر في شكل سلوك أو إنتاج أو أي شكل جديد، والذي يظهر النشاط الإبداعي من خلال التفاعل بين كل من المبدعين والبيئة المحيطة والمخرجات، ويهدف النشاط الإبداعي إلى تقبل المجتمع أو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد المبدع للأفكار الجديدة، نتيجة ملائمة الفكرة الإبداعية الجديدة لهم¹¹⁶.

¹¹³ أشرف عبد الرحمن الشيمي، إدارة المعرفة ورأس المال الفكري ثروة المنظمات الحقيقية، جامعة القاهرة، مصر، 2013، ص 180.

¹¹⁴ فاطمة مانع، الإبداع والابتكار قواعد للتعليم في المنظمات الصناعية، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، نوفمبر 2011، ص 3.

¹¹⁵ سليم إبراهيم الحسينية، الإدارة بالإبداع، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2009، ص 5.

¹¹⁶ علاء محمد سيد قنديل، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، دار الفكر، عمان، 2010، ص 125.

تأسيساً على التعريفات السابقة، يمكن القول بأن الإبداع في العموم تبني فكرة جديدة لم يفكر فيها الآخرون، أو رؤية ما لم يراه أحد من قبل، أو إنشاء عمل جديد، أو مصلحة جديدة، أو صياغة عناصر موجودة بطريقة جديدة تتميز بالحدائثة والأصالة والمرونة والقيمة الاجتماعية، وهذا في أحد مجالات الحياة، سواء الاقتصادية منها، السياسية، الفنية، الثقافية، أو الاجتماعية وحتى الرياضية منها، أو هو مجموعة الإجراءات التي تؤدي إلى تحسين المناخ العام في المؤسسة، وتفعيل الأداء الإبداعي من خلال تحفيز العاملين على حل المشكلات وإتخاذ القرارات بأسلوب أكثر إبداعاً وبطريقة غير مألوفة في التفكير.

وبالرغم من أن التعريفات السابقة تعريفات مطلقة وعامة، فإنها اتفقت وانتهت إلى أن أبرز شروط العمل الإبداعي هو الحد والحدائثة، أي أن تكون الفكرة أو الوسيلة أو العمل أو المادة المصنعة جديدة وغير مسبوقة، وإن انطلقت أو تجمعت من أفكار أو وسائل أو أعمال أو مواد موجودة فعليا، فالعبرة في وصف الإبداع في: نتيجة العمل أو الفكرة المقدمة لا في مكوناتها التي قامت عليها فحسب.

ب/ مراحل الإبداع: إن التعريفات السابقة للإبداع وحدها، لا تحقق الإبداع ما لم يتحول التفكير الإبداعي إلى عمل أو شيء مادي ملموس، ونتائج حقيقية يمكن إدراكها، لذا يمكن القول بأن الإبداع الحقيقي هو في العمل المبدع لا في التفكير الإبداعي، وإن كان العمل المبدع يسبقه تفكير مبدع، فإن عملية الإبداع تمر في الغالب بأربعة مراحل هي¹¹⁷:

- ✓ **الإعداد:** بمعنى التجهيز والاستعداد لعملية الإبداع، عن طريق تجميع أكبر قدر ممكن من البيانات والمعلومات عن الموضوع محل الإبداع.
- ✓ **الإختيار:** بمعنى تحديد أهم البيانات والمعلومات المفيدة التي ستؤدي إلى التوصل للأفكار المبدعة.
- ✓ **الإلهام:** ويقصد بها التوصل إلى الأفكار الإبداعية.
- ✓ **التحقق:** أي تحويل الأفكار إلى واقع عملي وتطبيقي.

يجب أن تتسم الأفكار الخلاقة بالعملية، أي إمكانية تحويل الفكرة إلى واقع تطبيقي، حتى يمكن أن تكون فكرة مبدعة وخلاقة، وإلا فإن مجرد الفكرة الجيدة المتميزة بدون إمكانية التحقيق والتطبيق تعتبر ناقصة، وذلك لأن الفكر لا يحده مكان أو زمان أو طاقة أو خبرة، بخلاف العمل والتطبيق، فهو مراحل، يجب أن تتوافق مع الزمان والمكان والإمكانات المتاحة، والقدرة على تطبيقها وتحقيقها حتى تصبح ممكنة.

¹¹⁷ أشرف عبد الرحمن الشيمي، مرجع سبق ذكره، ص 181.

ج/ محفزات ومعوقات الإبداع: يرتبط الإبداع في المؤسسة بعدة عوامل نلخصها فيما يلي¹¹⁸:

- القيادة: تعتبر طبيعة القيادة من أهم العوامل التي تؤثر في القدرة الإبداعية للمؤسسة، بحيث المؤسسات التي لها قادة يتمتعون بالصفات القيادية الكفاءة، وتعمل على تحفيز المشاركة تكون فيها القدرة على الإبداع عالية، لذلك يشجع النمط القيادي التعاوني الديمقراطي المجموعات على الإبداع، وقد دعمت الدراسات في هذا المجال بأن الفرق ذات الأداء الإبداعي العالي كان لها درجة عالية من الدعم القيادي والتركيز على الأهداف وبناء الفريق وتسهيلات العمل.
 - الهيكل التنظيمي: يؤثر الهيكل التنظيمي تأثير مباشر على مستوى القدرة على الإبداع في المؤسسة، وذلك من خلال الطريقة التي يتم بموجبها تنظيم المؤسسة، سواء كانت بطريقة لا مركزية أو مركزية، وكذلك سواء كانت تركز على الجهاز الاستشاري أو التنفيذي.
 - ثقافة المؤسسة: تشكل ثقافة المؤسسة كمؤثر على القدرة الإبداعية، وأصبح شيء مؤكد عند المختصين أن التغيير التنظيمي يشمل على التغيير الثقافي، وتشمل ثقافة المؤسسة على المعتقدات والعادات والقيم الراسخة في المؤسسة.
 - المحيط: يشكل المحيط مختلف المتغيرات الخارجية والتي تؤثر على قدرة المؤسسة على الإبداع مثل شدة المنافسة في السوق، ومستوى التطور التكنولوجي.
- وتوجد عدة عوامل تعمل على تحفيز الإبداع، وزيادة القدرة على الإبداع نلخصها فيما يلي¹¹⁹:
- تدعيم وتشجيع الأفراد على طرح أفكارهم وآرائهم.
 - وضع هيكل تنظيمي يشجع حرية التفكير و تنمية روح المبادرة و المشاركة و احترام افكار العمال.
 - الاعتراف بالفروقات الفردية في المؤسسة.
 - مكافأة الأفراد لأفكارهم الإبداعية، وذلك من خلال حوافز مادية ومعنوية .
 - تطور تكنولوجيا المعلومات والذي انعكس إيجابا على أنشطة الإبداع و التطوير حيث تساهم الإنترنت مثلا في تقديم خدمات في مجال التصاميم و التحسين و غيرها في مختلف المؤسسات .
 - البحث والتطوير والذي يتعلق بتلك الجهود الموجهة نحو زيادة المعرفة العلمية، وإستخدامها في تطبيقات جديدة في النشاط الإنتاجي، مما يعمل على تحقيق الإبداع في المنتجات والأساليب .

¹¹⁸ مراد ناصر، واقع الإبداع في المؤسسة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، يومي 18-19 ماي 2011،

ص 4.

¹¹⁹ نفسه، ص 5.

بينما تتمثل معوقات الإبداع في النقاط التالية¹²⁰:

- مقاومة المسؤولين وعدم رغبتهم في التغيير الإبداعي.
- التطبيق الحرفي للقوانين والروتين الإداري.
- عدم تمتع القادة بمؤهلات قيادية وإدارية جيدة.
- القيم الإجتماعية.
- الظروف المعيشية.

ثانياً: ماهية الابتكار: لقد أصبح الابتكار من المتطلبات الضرورية التي ترتبط ببقاء مؤسسات الأعمال في السوق التنافسي، ومدى دوره في تعزيز قدرة هذه الأخيرة على مواكبة حالة المنافسة وتطوراتها، حيث أدركت معظم المؤسسات للأهمية الكبيرة والدور الذي يقوم به الابتكار في حفاظها على حصتها السوقية، لذلك ما فتأت وإن سخرت له كل الموارد المالية والتقنية التي يحتاجها تطبيقه.

أ/ تعريف الابتكار: لقد تفاوتت تعريفات الابتكار في الأدبيات وفقاً لدرجة التحليل المستخدم، كما يلي:

- عرف كل من Hauknes و Koch نقلاً عن منير نوري¹²¹ في سنة 2005 الابتكار على أنه القيام بشيء جديد كطرح منتج جديد أو إدخال عمليات جديدة على طريقة الإنتاج أو تبني أسلوب أو منهج جديد في الإدارة وفي العلاقات داخل المنظمة وخارجها.
- تعرف الدكتورة راوية حسن الابتكار على أنه تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة¹²².
- أما تشيرميرهورن وزملاءه فيعرفون الابتكار على أنه عملية إنشاء الفكرة الجديدة ووضعها في الممارسة، مؤكداً على أن أفضل الشركات هي التي تتوصل إلى الأفكار الخلاقة، ومن ثم تضعها في الممارسة، وهذا توسيع آخر في جعل الابتكار عملية متكاملة من الفكرة إلى المنتج (الممارسة)، ومن ثم إلى السوق (الميزة)، وتأكيدها منه على رؤيته، فإن تشيرميرهورن في كتابه الأحدث أكد على ذلك في معادلته عن الابتكار، حيث: الأبتكار = الميزة التنافسية¹²³.
- عرفه (Schumpeter) نقلاً عن (Jean lachman)¹²⁴ بأنه النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وهذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه، ولقد حدد 5 أشكال

¹²⁰ أشرف عبد الرحمن الشيمي، مرجع سبق ذكره، ص 186.

¹²¹ منير نوري وفاتح مجاهدي، دور الابتكار في إكساب المنظمة العربية ميزة تنافسية والحفاظ عليها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، جامعة قلمة، يومي 16-17 نوفمبر 2008، ص 226.

¹²² مصطفى يوسف الكافي، الابتكار والإبداع التسويقي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 61.

¹²³ نجم عبود نجم، القيادة وإدارة الابتكار، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 140.

¹²⁴ Jean lachman, **le financement des stratégies de l'innovation**, economica, Paris, 1993, P:22.

للابتكار وهي: إنتاج منتج جديد، أو إدماج طريقة جديدة في الإنتاج أو التسويق، أو استعمال مصدر جديد للمواد الأولية، أو فتح وغزو سوق جديدة، تحقيق تنظيم جديد للصناعة.¹²⁵

● أيضا هناك من عرف الابتكار على أنه إدارة كافة الأنشطة التي تتضمنها العملية في خلق الفكرة والتطوير التكنولوجي، وأخذ الإمكانيات التسويقية والتصنيعية بعين الاعتبار، والتي تساعد على تطوير سلع أو خدمات جديدة وطرحها في الأسواق بشكل ناجح لإشباع حاجات ورغبات الزبائن، وذلك بهدف الحصول على العائد الإقتصادي¹²⁶.

● في استبيان قامت به مصلحة الإحصائيات الصناعية التابعة لوزارة الصناعة (SESSI) الفرنسية عام 1991 قدمت التعريف التالي للابتكار، أن الابتكار بصفته منتج يتسم بتكنولوجيا مبتكرة عندما ينطوي على إنشاء سوق جديد، أو أنها تخلف اختلافا كبيرا عن المنتجات المصنعة من قبل من وجهة النظر التكنولوجية، أما إذا الابتكار بصفته عملية يتسم بتكنولوجيا مبتكرة عند تنفيذ تقنيات جديدة لإنتاج منتجات مبتكرة، ولكن أيضا لإنتاج المنتجات الموجودة بالفعل في نطاق المؤسسة، ونوهت المصلحة أن عملية الابتكار تملك عدد من الخصائص لعل من أهمها: المحلية، غير متجانسة، التراكمية والتفاعلية، فالابتكار يحدث عندما تتراكم المعرفة والتعلم، الذي ينمي داخل المؤسسة، ولكن أيضا من خلال الشبكة التي تربطها بمؤسسات أخرى (المتعاقدين، الشركاء والمختبرات، الجامعات...)¹²⁷.

● الابتكار مصطلح يشير إلى عدة أبعاد تساهم بشكل وبآخر في تعقد وجود تعريف محدد، حيث أن المفهوم في حد ذاته يشير إلى النتيجة على حد سواء، هذا من جهة، من جهة أخرى، الابتكار هو مجموعة من المنتجات والخدمات، فضلا عن كونه تغيير في عملية الإنتاج، أما إداريا فالابتكار يشير إلى مجالات البحث التي غطت العديد من المجالات الإستراتيجية للمؤسسة، والتسويق، وإدارة المشاريع.¹²⁸

● الابتكار هو التحقيق والانجاز الفعلي لكل ما هو جديد مرتبط بالتكنولوجيا، يطرح منتجات جديدة لم تكن معروفة مسبقا، وهو يشمل إجراء التغيير..... النتيجة.¹²⁹

¹²⁵ Ibid, P:22.

¹²⁶ رزيقة رحون، مساهمة مستويات الابتكار ودورها في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة جازي للإتصالات الجزائر، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، العدد الأول، جامعة سوهاج، مصر، 2016، ص35.

¹²⁷ Sofie Dubuisson et Isabelle Kabla, **Innovation et performances**, édition de l'école des hautes études en sciences sociales, Paris, 1999, P:215.

¹²⁸ Richard soparnot et Eric Stevens, **management de l'innovation**, Dunod, Paris, 2007, P:9.

¹²⁹ Le Ruff R et autre, **encyclopédie de gestion et du management**, 2ème édition, édition Dalloz, Paris, 1999, P:495.

وخلاصة القول فإن الابتكار هو توليد وقبول وتطبيق الجديد، من العمليات والمنتجات والخدمات والسياسات والأدوات والأجهزة التي تكون جديدة على المؤسسة وعلى بيئتها، وهذا الجديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق.

دالاً: الإبداع والابتكار كلمتان مترادفتان: إن الابتكار هو ترجمة لكلمة innovation والذي قد يترجمه البعض بالتجديد، كما في كتاب بيتر دراكر innovation and entrepreneurship الذي ترجم إلى التجديد والمقولة، مع التأكيد على أن التجديد قد يعني تجديد المنتج الحالي، في حين أن دراكر في كتابه يستخدم innovation بمعنى الابتكار بمعناه الواسع (الجذري والتدريجي)، أكثر مما يعني التجديد، وعادة ما يختلف الابتكار مع مفهوم الإبداع creativity، فإذا كان الإبداع هو التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة، في حين أن الابتكار innovation هو التطبيق الخلاق أو الملائم لها، وبهذا فإن الإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة، في حين أن الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحول من الفكرة إلى المنتج¹³⁰.

وإذا كان التمييز بين الإبداع والابتكار كمراحل متعاقبة، مقبولاً في الماضي، عندما كان التوصل إلى الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد يظل لعقود طويلة في حالة الركون، قبل أن يتحول إلى منتج جديد أو عملية جديدة، حيث كان هناك جهتان ذات علاقة بالابتكار، ألا وهما المبتكر الذي يأتي بالفكرة والجهة أو الشركة التي تطبق، فإن هذا التمييز لم يعد عملياً، لأن أغلب الابتكارات الجديدة تتم عبر الشركات التي تتوصل إلى المفهوم الجديد، وهي التي تحوله إلى المنتج الجديد، وأن الشركات أصبحت تبحث عن الابتكارات، وتدفع أصحابها بسخاء من أجل تطبيقها¹³¹.

تأسيساً على ما سبق، يمكن القول بأن المؤسسات اليوم تعيش في بيئة سريعة التغيير وكثيرة المتغيرات، هذه المؤسسات التي يجب عليها أن تتعلم من أفضل الممارسات ونقل المعرفة بسرعة وفاعلية إستناداً إلى قواعد الإبداع والابتكار، لضمان إستمرار نموها وتطورها.

5.2. تحليل تنافسية الاقتصاد الجزائري

لقد عرفت الجزائر طيلة الستون سنة الماضية على إستقلالها على نظامين إقتصاديّين مختلفين تماماً، فمن النظام الإشتراكي القائم على التخطيط المركزي والمنفعة العامة والملكية الجماعية لوسائل الإنتاج، من هيمنة كلية للدولة على كل المجالات الإقتصادية، عن طريق إتخاذ مؤسسات القطاع العام كأداة لتنفيذ سياساتها، هذه السياسة

¹³⁰ نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 138.

¹³¹ نفسه، ص 138.

المنتهجة من طرف الجزائر تكلفتها بعض المشاكل والصعوبات كبروز إختلالات هيكلية في الاقتصاد على المستوى الداخلي والخارجي، فعلى المستوى الداخلي تمثلت في اختلال المالية العامة (عجز الميزانية)، أما الخارجية تمثلت في عجز ميزان المدفوعات مع تفاقم حجم المديونية، والتي أملت بضرورتها للقيام بإصلاحات مالية وإقتصادية عرفتها فترة السبعينات والثمانينات، والتي لم تحقق الهدف المنشود منها، مما دفع بالجزائر بالقيام بعملية تحول جذرية من نظام تخطيط مركزي إلى نظام يستند على متطلبات السوق، وهذا عن طريق تطبيق جملة من التصحيحات الهيكلية العميقة، مست كافة القطاعات الإقتصادية، وعرفت دخول القطاع الخاص بوتيرة جد منخفضة، وما لبث أن تصاعدت وتيرته، وإعتمدت للغرض هذا سياسات الخخصة، تحرير التجارة، تحفيز الإستثمار الأجنبي المباشر، وتأهيل المؤسسات الوطنية قصد تحسين قدراتها التنافسية، وعرفت هذه الفترة أيضا دخول الجزائر في أزمة مديونية كبيرة، الأمر الذي إستدعى اللجوء إلى صندوق النقد الدولي لتقديم المساعدة، عن طريق قروض قصيرة ومتوسطة الأجل، شريطة القيام بتطبيق برامج التثبيت والتصحيح الهيكلي، والتي كان منها تخفيض قيمة الدينار الجزائري سنة 1994.

وبالرغم من كل ما سبق، فهذا لم يمنع من عجز الإقتصاد الجزائري على توفير أرضية جديدة تتلائم مع متطلبات النظام الإقتصادي العالمي الجديد، خاصة في ظل التحديات الراهنة التي تواجهها، والتي تحتم عليها السعي والعمل بجهد للنهوض بإقتصادها لا سيما في ظل إحتدام المنافسة الشديدة بين الدول.

1.5.2. تقرير التنافسية العالمي

يصدر المعهد الدولي للتنمية الإدارية الكتاب السنوي للتنافسية منذ عام 1979، حيث يعنى هذا الكتاب بتقييم وتحليل كيفية إدارة البلدان المشاركة في التقرير لمجمل كفاءاتها لزيادة وخلق قيمة إضافية جديدة، كما يعد هذا الكتاب أداة ناجحة لمقارنة سياسات العديد من الاقتصادات وعلى فترات زمنية طويلة، وكذلك وضع الخطط الاستثمارية وتحديد البيئة الأكثر جذبا للاستثمارات، ويقيس هذا الكتاب التنافسية الكلية للاقتصاديات المشاركة وباستخدام 342 مؤشر يتم إعدادها لهذا الغرض، بحيث تتوزع هذه المؤشرات على أربعة محاور رئيسية وهي، الأداء الإقتصادي، الكفاءة الإنتاجية، كفاءة الأعمال، البنية التحتية، ولكن منذ سنة 2007، تم استحداث منهجية جديدة لتقييم تنافسية الاقتصادات، وذلك بالاعتماد على إثنا عشر مؤشرا سوف يتم تقسيمهم كالاتي:

أولاً: مجموعة المتطلبات الأساسية: وتضم أربعة مؤشرات هي:

أ/ مؤشر المؤسسات: يعبر عن البيئة المؤسسية التي توفر نطاقا مناسباً، عن طريق الإطار القانوني والإداري الذي تتفاعل فيه الأفراد والمؤسسات والحكومة بهدف توليد الدخل والثروة، إن نوعية وهيكل المؤسسات له صلة قوية بالتنافسية والنمو الإقتصادي، لأنه يعد الحافز في أي اقتصاد وله تأثير على قرارات الاستثمار وفي كيفية تداخل

المشاريع والتركيبية السياسية وباقي المجتمعات مع بعضها البعض، وعليه يعكس هذا المحور أداء مؤسسات القطاعين العام والخاص.

ب/ مؤشر البنية التحتية: يعكس هذا المؤشر مدى توفر البنية التحتية الجيدة في مختلف المناطق في الدولة، والتي من شأنها تقليل المسافات بين المناطق التنموية المحلية من ناحية، ومن ناحية أخرى إدماج واتصال الأسواق الوطنية بالأسواق العالمية بتكلفة منخفضة، ويضم هذا المؤشر عدة مؤشرات فرعية منها: كفاءة البنية التحتية بشكل عام (الطرق، السكك الحديدية، الموانئ، النقل الجوي، تجهيز الطاقة الكهربائية، عدد خطوط الهاتف)، إن جودة البنية التحتية تؤدي إلى تخفيض تكلفة الاتصالات والنقل والطاقة وتساهم في ارتفاع كفاءة عمليات المشاريع وتقليل تكلفة القيام بها¹³².

ج/ مؤشر الاقتصاد الكلي: إذ يعكس هذا المؤشر أداء الدولة وسياساتها على مستوى الاقتصاد الكلي، الاستقرار في البيئة الاقتصادية الكلية مهم لبيئة الأعمال، وبالتالي يلعب دوراً أساسياً في القدرة التنافسية للدولة، باختصار إن الاقتصاد لا يمكن أن يحقق التنمية المرجوة إلا إذا توافر استقرار في البيئة الاقتصادية الكلية من استقرار سعر الصرف، إلى انخفاض معدل التضخم، إلى ثبات قيمة العملة¹³³.

د/ مؤشر الصحة والتعليم الابتدائي: إن الاستثمارات في مراحل التعليم المختلفة وجل الخدمات الصحية، تعتبر من دعائم الاقتصاديات النامية، حيث يعد هذا العنصر حاسماً ذلك أن القوى العاملة التي تتمتع بصحة جيدة ولها مستوى تعليمي تكون أكثر استعداداً لاستغلال كامل إمكانياتها.

ذاتياً: معززات الكفاءة: تحوي المجموعة الأكبر من المحاور والمؤشرات حيث تضم 6 محاور من أصل 112 محور يحتويها التقرير، وينضوي تحتها 49 مؤشراً فرعياً¹³⁴:

أ/ الاستثمار المتقدم في رأس المال البشري: من المستحيل على الدول تسلك سلم التنمية دون الاستثمار في التعليم العالي والتدريب، مع الأخذ في الاعتبار المهارات المطلوبة والتي تركز عليها عملية إنتاج وتطوير منتجات أكثر تعقيداً، ذلك أن لِكَم ونوعية التعليم العالي الدور الأكبر في رفع تنافسية اقتصاد ما، حيث يكون المجتمع قادراً على الخوض في مجالات الإنتاج المتقدم والبحث والتطوير المتخصص، إلى جانب رفع مستويات الإدارة وتنامي الاستثمار في مجالات التدريب وتطوير مهارات وقدرات القوى العاملة.

¹³² محمد بوبكر، أثر مؤشرات التنافسية العالمية على نسبة تغطية الصادرات للواردات في الدول المغاربية، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 6، العدد 11، 2016، ص 207.

¹³³ نجيب محمد حمودة الشعاقي، تحليل وتقييم التنافسية العالمية للاقتصاد الليبي 2009-2011، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، العدد 12، سبتمبر 2013، ص 251.

¹³⁴ محمد راتول وأسماء سي علي، دراسة تحليلية لأداء الجزائر في تقرير التنافسية العالمي 2014-2015، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الثالث عشر، ص 69.

ب/ كفاءة سوق السلع: تعتبر المنافسة القوية عاملا مهما في الربحية والابتكار، لأنها من جهة تسبب من السوق الشركات غير الكفؤة، وتسهل دخول أنشطة جديدة من جهة أخرى.

ج/ كفاءة سوق العمل: يعتبر عنصر مهما لضمان الاستخدام الأمثل للكفاءات داخل الاقتصاد، فسوق العمل المرن إلى جانب وضع هيكل الحوافز على أساس الجدارة والمهارة دون تمييز، هو ما يجعله أقدر على تحقيق تنافسية أفضل.

د/ تطوير الأسواق المالية: زاد الاهتمام مؤخرا بأداء الأسواق المالية، حيث يضم هذا العنصر عاملين رئيسيين لزيادة القدرة التنافسية هما: ربحية النظام المالي كمصدر للتمويل بالنسبة للشركات إلى جانب استقرار وموثوقية النظام المالي.

هـ/ الاستعداد التكنولوجي: يعكس قدرة البلد على اعتماد أحدث التقنيات واستخدامها لزيادة الإنتاجية. وهنا لابد من التفريق بين مصطلح اعتماد التكنولوجيا والابتكار التكنولوجي، فهذان العاملان لهما تأثيران مختلفان على القدرة التنافسية، فاعتماد التكنولوجيا يسمح بزيادة إنتاجية العمليات القائمة، في حين يعمل الابتكار التكنولوجي على دفع الحدود التكنولوجية.

و/ حجم السوق: يأخذ هذا العنصر بعين الاعتبار بسبب الأسواق الكبيرة والممتدة، والتي تعتبر أسواق محلية تمتد إلى الأسواق الدولية وتسمح للشركات بتحقيق وفورات الحجم.

ثالثا: محامل الابتكار: تضم هذه المجموعة محورين رئيسيين وحوالي 16 مؤشرا فرعيا:

أ/ تطوير بيئة الأعمال: يمثل تطور بيئة الأعمال والاستراتيجيات لدى الشركات دورا هاما في تعزيز الإنتاجية وإنتاج سلع متطورة و مميزة و متنوعة عبر آليات إنتاج متقدمة نسبيا، في حين تسمح أنشطة التسويق والتوزيع بزيادة الإنتاجية من خلال زيادة قيمة السلع والخدمات¹³⁵.

ب/ الابداع والابتكار: يعد الابداع والابتكار من العناصر التي تلعب دورا حاسما في تحقيق إنتاجية مستدامة من خلال مقدرتها على دفع حدود التكنولوجيا، كما يعتبران الركيزة الأساسية للوصول إلى الاقتصاد المعرفي المتميز، والابداع والابتكار يبرزان بصورة كبيرة وفق منظومة شاملة ومتراطة ومتسلسلة من البيئة الداعمة لهما، حيث تشمل المؤسسات الوطنية سواء العامة والخاصة ومراكز البحث والتطوير وتوافر العلماء والمهندسين وفعالية القوانين والتشريعات التي تعمل على حماية حقوق الملكية الفكرية.

¹³⁵ محمد راتول وأسماء سي علي، مرجع سبق ذكره، ص 83

تأسيسا على ما سبق، يمكن استخلاص أن المجموعات الثلاث التي طرحناها بمؤشراتهما كاملة تكون لنا المؤشر العام للتنافسية لكل دولة، كما يمكن القول أن المجموعات الثلاث بمحاورها ليست بالمجموعات المنفصلة عن بعضها البعض، وإنما كل منها يكمل الآخر، إن أداء كل محور يؤثر في كل دولة بطريقة تختلف عن الدولة الأخرى، والمقصد من ذلك هو الاختلاف الموجود بين الدول من حيث النمو والتطور، فعلى سبيل المثال، زيادة تطور الدولة من حين لآخر يعمل على رفع الأجور، الأمر الذي يدفع إلى الرفع من إنتاجية العامل لتبقى قادرة على المحافظة على دخل أعلى، ويضع مؤشر التنافسية درجة لكل معيار على حدة، ثم يضع درجة إجمالية تتراوح من واحد إلى سبعة، في التنافسية العالمية على أن يمثل واحد أدنى مستوى، وسبعة أعلى مستوى، فكلما اقتربت الدرجة الإجمالية التي تحصل عليها الدولة من السبعة ارتفع ترتيبها في تصنيف المؤشر بشكل إيجابي، والعكس صحيح، فكلما اقتربت الدرجة الإجمالية التي تحصل عليها الدولة من الواحد انخفض ترتيبها في تصنيف المؤشر بشكل سلبي.

2.5.2. تشخيص أداء الإقتصاد الجزائري وفق بعض المؤشرات الدولية المختارة

لا شك في أن فترة الثمانينات قد مرت على الإقتصاد الجزائري ككابوس حتمي، فآزمة المديونية التي عاشتها البلاد وما رافقها من إنهيار لمؤسسات القطاع العام، وتدهور قيمة العملة الوطنية، ساهمت بشكل كبير في تبني الجزائر لجملة من الإصلاحات الهيكلية مست النظام الإقتصادي في الجزائر، والتي كانت بناء على ما أملاه صندوق النقد الدولي، وهذا بضرورة الإنتقال من النظام الإشتراكي المتبنى منذ الإستقلال، والتحول نحو إقتصاد السوق، بهدف الخروج من الأزمة وإستعادة المؤشرات الإقتصادية الكلية في الجزائر، لهذا سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى مقارنة هذه المؤشرات والتعليق عليها تباعا كالتالي:

الجدول رقم (1.2): مؤشرات التوازن الداخلي والخارجي للإقتصاد الجزائري للفترة (2010-2017)

السنوات	الناتج الداخلي الخام	معدل نمو الناتج الداخلي	معدل التضخم	رصيد الميزانية العامة	رصيد ميزان المدفوعات	المديونية الخارجية	سعر صرف الدينار مقابل الدولار
2010	12049.5	20.3	3.9	74.0-	15.56	5.560	73.9437
2011	14384.8	21.1	4.52	28.0-	19.90	4.405	76.0563
2012	16115.5	10.9	8.89	718.8-	12.057	3.637	78.1025
2013	16643.8	2.7	3.26	66.6-	0.133	3.396	78.1524
2014	17228.6	3.6	2.92	1257.3-	5.881-	3.735	87.9039
2015	16702.1	3.8-	4.8	2553.2-	27.54-	3.021	107.1317
2016	17406.8	4.2	5.8	/	26.03-	3.849	110.5274
2017	*4681.8	/	5.8	/	5.31-	4.021	113.2077

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات بنك الجزائر

تأسيسا على ما سبق، فإن الجدول السابق يحاول إبراز المتغيرات البنوية الممثلة لهيكل الإقتصاد الجزائري، والتي تعبر عن درجة الأداء الإقتصادي وبالتالي معرفة تنافسية الإقتصاد الجزائري، ويمكن تلخيص ذلك في المؤشرات التالية:

أ/مؤشرات التوازن الداخلي: وتتمثل في:

- **مؤشر الناتج المحلي الإجمالي:** خلال الفترة (2010-2017) نجد أن قيمة الناتج المحلي الإجمالي للجزائر في تزايد مستمر، عدا الإنخفاض الأخير الذي بدأت تعرفه قيمة هذا الناتج، فمن القيمة 12049.5 سنة 2010، إلى القيمة 17228.6 سنة 2014، وبعدها بدأ يعرف تراجعا ملحوظا في قيمه، ويمكن تفسير ذلك بالتراجع الكبير الذي طرأ على أسعار البترول بالأسواق العالمية وتراجع إنتاج البترول فيها، على إعتبار أن إجمالي الناتج المحلي الجزائري مكون من المحروقات، حيث أن الإقتصاد الجزائري هو إقتصاد ريعي.
- **مؤشر معدل التضخم:** يبين الجدول السابق تطور معدلات التضخم في الجزائر خلال الفترة (2010-2017)، حيث عرفت ارتفاعا ملحوظا من القيمة 3.9 سنة 2010 إلى القيمة 8.89 سنة 2012، ثم ما لبثت وأن تناقصت قيمة معدلات التضخم لتصل إلى 2.92 سنة 2014، لترتفع مجددا وتصل إلى سقف 5.8 سنة 2017، وتفسير ذلك مفاده خفض قيمة الدينار الجزائري من طرف الحكومة والتي أدت إلى هذا الإرتفاع، كما أن ارتفاع تكاليف الواردات الجزائرية من أسعار المنتجات الأساسية المستوردة وأسعار المنتجات الطازجة يعتبر أيضا سببا في ذلك، أما بخصوص الإنخفاض الملحوظ على معدلات التضخم المسجلة خلال الفترة 2013-2014-2015 فيمكن إرجاعها إلى التراجع الذي عرفته أسعار البترول والتي أثرت بدورها عليه.
- **مؤشر رصيد الميزانية العامة:** بناء على معطيات الجدول السابق، فإن قيم رصيد الميزانية العامة على طول فترة الدراسة المختارة كانت فيما سالبة، فبداية الفترة كانت بسنة 2010 والتي عرفت تراجع لأسعار البترول نتيجة للأزمة المالية العالمية التي هزت الإقتصاد العالمي، والتي تضررت منها الجزائر بصورة ضئيلة نوعا ما، ولكن التراجع بقي مستمر وهو أن الجزائر وكتيجة لعودة أسعار البترول إلى الإرتفاع مجددا، وبطريقة سريعة فاق فيها البرميل الواحد سقف 100 دولار، عملت على إتباع سياسة إستهلاكية بدرجة كبيرة، مما ساهم في إرتفاع حجم النفقات العامة، وفي مقابل ذلك نجد إنخفاض للضرائب العادية، ووصولاً إلى سنة 2014 تراجعت أسعار البترول وتراجعت معها إيرادات مهمة للدولة الجزائرية أوصلت عجز الميزانية العامة إلى 2553.2.

ب/ مؤشرات التوازن الخارجي: وتتمثل في:

- مؤشر رصيد ميزان المدفوعات: إن القيم التي عرفها رصيد ميزان المدفوعات تقسم إلى قسمين، القسم الأول يعنى بالفترة (2010-2013) وهي القيم الموجبة التي عرفها هذا الرصيد، بالنظر إلى إرتفاع أسعار البترول، على إعتبار معظم صادراتنا من المحروقات، والفترة الثانية (2014-2017)، وهي فترة القيم السالبة والتي ترجع أسبابها إلى التراجع المستمر في أسعار البترول.
- مؤشر المديونية الخارجية: الملاحظ على النتائج السابقة الموجودة في الجدول (1.2)، يمكن القول بأنها قيم معتبرة، وخاصة وأنه بعد أزمة المديونية الكبيرة التي مرت بها الجزائر والتي إستطاعت بفضل إرتفاع أسعار البترول الخروج منها.
- مؤشر سعر الصرف: الملاحظ على تطورات سعر صرف الدينار الجزائري مقابل الدولار الأمريكي يجد أنه كان مستقرا إلى غاية 2014، وذلك في حدود 78 دينار للدولار الواحد، وبعد إنخفاض أسعار البترول، وتزايد حجم النفقات العامة للجزائر، قام بنك الجزائر بتخفيض قيمة العملة الوطنية على مرحلتين، ليصل فيها سعر الصرف إلى حدود 113 دينار للدولار الواحد سنة 2017.

3.5.2. أداء الاقتصاد الجزائري وفق تقرير التنافسية العالمي

فيما يخص القطاع النقدي والمصرفي فقد احتلت الجزائر المرتبة الرابعة مستفيدة من مؤشر كفاية رأس المال فقد استحوذت على المجموعة ككل عربيا، وتحسن أدائها في مؤشر العائد على الأصول اما القطاع الخارجي احتلت الجزائر المركز الثالث نتيجة تحسن أداء مؤشر الاحتمات الرسمية، ومؤشر تغطية الاحتمات الرسمية،

أولا: ترتيب الجزائر ضمن مؤشر التنافسية العالمي: أما تقرير التنافسية العالمي والذي يصدر منذ سنة 2004 من طرف المنتدى الاقتصادي العالمي، والذي يركز على دمج متغيرات الاقتصاد الكلي والجزئي وجوانب بيئة الاعمال في مؤشر واحد، كما يقدم التقرير تقييم قدرة الدول على توفير مستويات عالية من الرخاء لمواطنيها، والذي بدوره يعتمد على إنتاجية الدول باستخدام مواردها المتاحة.

الجدول رقم (2.2): ترتيب الجزائر عربيا ودوليا حسب تقرير التنافسية العالمية

2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	المجموعات الرئيسية
86	87	87	79	100	110	87	86	الترتيب العام
82	88	82	65	92	89	75	80	مجموعة المتطلبات الأساسية
88	99	99	101	136	141	127	98	المؤسسات
93	100	105	106	106	100	93	87	البنية التحتية
71	63	38	11	34	23	19	57	استقرار الاقتصاد الكلي
71	73	81	81	92	93	82	77	الصحة التعليم الابتدائي
102	110	117	125	133	136	122	107	مجموعة معززات الكفاءة
92	96	99	98	101	108	101	98	التعليم العالي والتدريب
129	133	134	136	142	143	134	126	كفاءة السوق
133	132	135	139	147	144	137	123	كفاءة سوق العمل
125	132	135	137	143	142	137	135	كفاءة الأسواق المالية
98	108	126	129	136	133	120	106	الجاهزية التكنولوجية
36	36	37	47	48	49	47	50	حجم السوق
118	119	124	133	143	144	136	108	مجموعة عوامل الابداع والتطوير
122	121	128	131	144	144	135	108	تطوير بيئة الأعمال
104	112	119	128	141	141	132	107	الابداع والابتكار

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

Klaus Schwab, world Economic Forum, The Global Competitiveness Report, 2011,2012,2013,1014,2015,2016,2017,

استقراءا لبيانات الجدول السابق، يمكن استخلاص بعض النقاط الهامة وهي:

✓ تذبذب ترتيب الجزائر العالمي وفق تقرير التنافسية العالمي والذي يصدر كل سنة، وذلك وفقا للسنوات الأخيرة وتذليل الجزائر المراتب الأخيرة فمن المرتبة 87 عالميا سنة 2010 إلى المرتبة 112 سنة 2012، لتتقدم بعدها الجزائر وتحتل المرتبة 86 سنة 2017.

ثانيا: تحليل ترتيب الجزائر: يمكن إبرازه في النقاط التالية:

✓ بالتطرق إلى المؤشرات العامة التي شملها التقرير، نجد أن المجموعة الأولى والتي تضم مجموعة المتطلبات الأساسية والتي تتضمن أربعة محاور رئيسية يندرج تحتها 46 مؤشر فرعي، تعرف تراجعاً كبيراً ولعل السنة الوحيدة التي شملها التحسن كانت سنة 2014، حيث احتلت المرتبة 65 عالمياً، هذه المجموعة نجد فيها

محور المؤسسات، البنية التحتية، استقرار الاقتصاد الكلي والصحة والتعليم الابتدائي، هذه المحاور هي الأخرى تتذبذب إحصائياتها.

✓ **فمحور المؤسسات** نجده عرف تحسنا ملحوظا خلال سنوات فترة الدراسة، حيث بلغ المرتبة 88 سنة 2017، بعدما كان في المرتبة 141 سنة 2012، ويمكن القول بأن السبب وراء القيم المنخفضة هو في العديد من المؤشرات المكونة له، ولكن هذا التراجع وبالرغم من ذلك يعبر عن تحسن لوحظ مقارنة بالسنوات السابقة.

✓ أما **محور البنية التحتية** هو المحور الذي يعرف تدهورا كبيرا ونتائجه تدل على ذلك فمن المرتبة 87 عالميا سنة 2010 إلى المرتبة 106 سنة 2014، ثم ما لبثت أن بدأت تعرف تحسن حيث وصلت إلى المرتبة 93 عالميا سنة 2017، ويمكن تفسير ذلك بافتقار الجزائر إلى وجود هياكل قاعدية وبنية تحتية صلبة، والإشكال الذي يطرح هنا أنه بالرغم من المبالغ المالية الضخمة التي خصصت لهذا القطاع خاصة في ظل الجبوح المالية التي عرفت الجزائر خلال هذه الفترة لم يتم استغلال هذه الأخيرة الاستغلال الأمثل مما أثر على أداء هذا المحور بالنسبة إلى المستوى العالمي، الأمر الذي يستوجب ضرورة إصلاح البنية التحتية.

✓ أما **محور استقرار الاقتصاد الكلي** فهو المحور الذي يحتل مراتب جيدة مقارنة بالمحاور الأخرى بالرغم من تذبذب مراتبه، فقد حقق سنة 2011 المرتبة 19 عالميا، ووصل إلى المرتبة 11 عالميا سنة 2014، أما آخر سنة وهي سنة 2017 فقد حقق محور استقرار الاقتصاد الكلي المرتبة 71 عالميا وهي مرتبة تدل على تدهور المؤشرات الاقتصادية الكلية الخاصة بالاقتصاد الجزائري، أما بالنسبة لمحور الصحة والتعليم الابتدائي، فهو من المحاور التي تعرف استقرارا ملحوظا بالنسبة للسنوات المختارة، وذلك ما بين 77-93 عالميا، وهذا يعني إمتلاك الجزائر لميزة تنافسية فيما يخص بيئة الإقتصاد الكلي.

✓ أما فيما يخص **محور الصحة والتعليم والإبتدائي**، فتراجعت الجزائر خلال الفترة (2010-2017)، فمن المرتبة 77 عالميا سنة 2010، إلى المرتبة 92 سنة 2013، إلى المرتبة 71 سنة 2017، هذا التذبذب الواضح في المراتب التي إحتلتها الجزائر يعزى إلى المؤشرات الفرعية المكونة لهذا المحور، والذي تعكس نتائجه ضعف المستوى الصحي والعلمي في الإقتصاد الجزائري، وحتى مستوى التكنولوجيا نجده متدني جدا.

✓ بالنسبة لمحور **مجموعة معززات الكفاءة**، فهو يتكون من 6 محاور رئيسية، حيث إحتل محور التعليم العالمي والتدريب المرتبة 98 عالميا سنة 2010 ثم تراجع ترتيب الجزائر إلى المرتبة 108 سنة 2012 ويمكن إرجاع

السبب في ذلك إلى التراجع التي تعرفه المؤشرات المكونة لهذا المحور ألا وهي مؤشر جودة النظام التعليمي وجودة تعليم العلوم والرياضيات وجودة كليات إدارة الأعمال، ويمكن ليتحسن الترتيب وتحتل الجزائر المرتبة 92 عالميا سنة 2017، ويمكن تفسير ذلك بارتفاع نسب النجاح في البكالوريا خلال احدى 10 سنوات، والتي كان من بين نتائجها التحسن في نسبة الالتحاق بالتعليم العالي.

✓ أما محور **كفاءة السوق**، فيمكن تقسيمه إلى مرحلتين المرحلة الأولى من سنة 2010-2013 أين عرفت الجزائر تذبذبا كبيرا وتدهورا واضحا في المراتب التي احتلها، فمن المرتبة 126 عالميا سنة 2010 إلى المرتبة 142 عالميا سنة 2013، أما الفترة الثانية هي 2013-2017 والتي عرفت تحسن ملحوظ حيث وصل ترتيب الجزائر العالمي إلى المرتبة 129.

✓ أما بخصوص محور **كفاءة سوق العمل** فيمكن تقسيمه إلى مرحلتين المرحلة الأولى من سنة 2010-2013 أين عرفت الجزائر تذبذبا كبيرا وتدهورا واضحا في المراتب التي احتلها، فمن المرتبة 123 عالميا سنة 2010 إلى المرتبة 147 عالميا سنة 2013، أما الفترة الثانية هي 2013-2017 والتي عرفت تحسن ملحوظ حيث وصل ترتيب الجزائر العالمي إلى المرتبة 133.

✓ بينما عرف محور **كفاءة الأسواق المالية** فيمكن تقسيمها إلى مرحلتين المرحلة الأولى من سنة 2010-2013 أين عرفت الجزائر تذبذبا كبيرا وتدهورا واضحا في المراتب التي احتلها، فمن المرتبة 135 عالميا سنة 2010 إلى المرتبة 143 عالميا سنة 2013، أما الفترة الثانية هي 2013-2017 والتي عرفت تحسن ملحوظ حيث وصل ترتيب الجزائر العالمي إلى المرتبة 125.

✓ بينما نجد محور **الجاهزية التكنولوجية** فيمكن تقسيمها إلى مرحلتين المرحلة الأولى من سنة 2010-2013 أين عرفت الجزائر تذبذبا كبيرا وتدهورا واضحا في المراتب التي احتلها، فمن المرتبة 106 عالميا سنة 2010 إلى المرتبة 136 عالميا سنة 2013، أما الفترة الثانية هي 2013-2017 والتي عرفت تحسن ملحوظ حيث وصل ترتيب الجزائر العالمي إلى المرتبة 98.

✓ أما محور **حجم السوق** فخلال هذه السنوات نجده عرف تطورا ملحوظا، فمن المرتبة 50 عالميا سنة 2010، إلى المرتبة 36 عالميا سنة 2017.

✓ وفيما يخص المجموعة الثالثة ألا وهي **مجموعة عوامل الابداع والتطوير**، والتي تضم محورين رئيسيين هما محور تطوير بيئة الأعمال ومحور الابداع والابتكار، وفيما يخص محور **تطوير بيئة الأعمال** فيمكن تقسيمها إلى مرحلتين المرحلة الأولى من سنة 2010-2013 أين عرفت الجزائر تذبذبا كبيرا وتدهورا

واضحاً في المراتب التي احتلها، فمن المرتبة 108 عالمياً سنة 2010 إلى المرتبة 144 عالمياً سنة 2013، ويرجى تفسير ذلك إلى تراجع المؤشرات الفرعية المتبقية المكونة لهذا المحور، والتي شهدت مراتب متأخرة خلال هذه الفترة، أما الفترة الثانية 2013-2017 والتي عرفت تحسناً ملحوظاً حيث وصل ترتيب الجزائر العالمي إلى المرتبة 122، وهو ما يمكن إعتبره مؤشراً جيداً.

✓ أما محور الابتكار والابداع فيمكن تقسيمه إلى مرحلتين المرحلة الأولى من سنة 2010-2013 أين عرفت الجزائر تذبذباً كبيراً وتدهوراً واضحاً في المراتب التي احتلها، حيث تراجعت مؤشراته الفرعية هو الآخر فمن المرتبة 107 عالمياً سنة 2010 إلى المرتبة 141 عالمياً سنة 2013، أما الفترة الثانية هي 2013-2017 والتي عرفت تحسناً ملحوظاً حيث وصل ترتيب الجزائر العالمي إلى المرتبة 104.

ثالثاً: قراءة في تقرير التنافسية 2017-2018: تقدمت الجزائر برتبة واحدة بعد أن كانت تحتل المرتبة 87 في 2016 وهي بعيدة عن تلك التي احتلتها في سنة 2014 (المرتبة 79)، ولكنها أحسن من تلك المراتب التي سجلت في السنوات الماضية، حيث احتلت الرتبة 100 سنة 2013 و110 في سنة 2012، ومن نقاط القوة التي يتميز بها الاقتصاد الجزائري، عدّد التقرير بعض المؤشرات المتعلقة بأساسيات الاقتصاد الكلي على غرار نسبة الادخار الوطني إلى الناتج الداخلي الخام (المرتبة 18 عالمياً)، ونسبة الدين العام إلى الناتج الداخلي الخام (المرتبة 10 عالمياً)، وساهمت مؤشرات التربية والتعليم في تحسّن الرتبة التي تحسّلت عليها الجزائر خاصة نسبة الأطفال الملتحقين بالمدارس (المرتبة 51 عالمياً)، ونسبة التلاميذ الملتحقين بالتكوين في الطور الثانوي (المرتبة 47 عالمياً)، كما ساهم حجم السوق في تعزيز هذه الرتبة (المرتبة 36 عالمياً)، غير أن بعض المؤشرات لا تزال تؤثر بشكل سلبي على تنافسية الاقتصاد الجزائري وخاصة الشفافية والسياسات المنتهجة (المرتبة 121 عالمياً)، وفعالية مجالس إدارة المؤسسات (المرتبة 135 عالمياً)، ونوعية المنشآت المطارية (المرتبة 107 عالمياً)، وعجز الميزانية (127) والقواعد المطبقة على الاستثمارات الأجنبية المباشرة (المرتبة 131 عالمياً)، كما كان للخدمات والمؤسسات المالية دورها في هذه النتيجة مثل توفر الخدمات المالية (المرتبة 126 عالمياً)، أما فيما يتعلق بالمسح حول جودة مناخ الأعمال في الجزائر فجاء على رأس المشاكل التي يعاني منها المستثمرون وأصحاب المؤسسات عدم كفاءة الإدارة العمومية، و حل مشكل الولوج للتمويل في المرتبة الثالثة، غير أن الملاحظ أن نسبة التضخم بدأت تلقى بثقلها على مناخ الأعمال، حسب استطلاع آراء أصحاب المؤسساتي بحيث حل في المرتبة الرابعة، وهذا ما يوحي ببداية تأثر مناخ الأعمال بالأزمة الاقتصادية التي تمر بها الجزائر، و يعتمد مؤشر التنافسية العالمية في تقييمه للاقتصاديات على ثلاث فئات من العوامل التي تؤثر على التنافسية وهي العوامل المؤسسية، والنجاعة، والابداع، ولكل فئة من هذه العوامل مؤشرات ثانوية من قبيل

المؤسساتي والهياكل القاعدية، ومحيط الاقتصاد الكلي والتربية والتعليم والأسواق المالية وحجم السوق و الإبداع، ولذا، يقوم مركز البحث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية في الجزائر بإجراء المسح السنوي لصالح المنتدى على عينة من المؤسسات المنتجة في الشق المتعلق بمناخ الأعمال¹³⁶.

انطلاقاً مما سبق، يمكن القول بأن الجزائر تحتل مراتب جد متواضعة لهذه المؤشرات مقارنة بباقي الدول، وحتى ببعض الدول السائرة في طريق النمو، الأمر الذي يؤكد مرة أخرى على ضرورة توجيه عناية كبيرة لمكونات بيئة الأعمال الجزائرية للتأقلم مع التغيرات العالمية، في الوقت الذي تسعى فيه دول نمور آسيا ودول أوروبا الشرقية في تهيئة المناخ الملائم لاستقطاب أكبر حجم من الاستثمارات الأجنبية بشكل مباشر، أو في إطار الشراكة مع الشركات العالمية، بعدما تبنت إصلاحات واسعة مست على الخصوص المنظومة الإنتاجية والمصرفية، حيث اكتسبت المؤسسات الاقتصادية في هذه البلدان قدرات تنافسية مكنتها من المحافظة على حصتها السوقية، ومواجهة الشركات العملاقة¹³⁷.

4.5.2. متطلبات تحقيق تنافسية الاقتصاد الجزائري

على الرغم من المحاولات الجادة التي تقوم بها الحكومة الجزائرية، من أجل جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية، إلا أن مناخ الإستثمار في بلادنا مازال يحتاج إلى الكثير من الجهود تتضمن المؤشرات الواردة عن مختلف المتنديات والهيئات الدولية من خلال تقديم حوافز حقيقية ترتبط بالأهداف الموسومة، كتوفير فرص العمل وتنمية الصادرات وزيادة مستوى المعيشة للفرد، ويمكن ذكر هذه الحوافز فيما يلي¹³⁸:

أولاً: الحوافز التمويلية: وهي تتضمن قيام الحكومة الجزائرية من مختلف أجهزتها، بتزويد المستثمر الأجنبي بالأموال بشكل مباشر، وقد يكون التمويل في شكل منح استثمار أو تسهيلات ائتمانية مدعمة، وفي هذا المجال تشير بعض تجارب الدول النامية في أمريكا اللاتينية وشرق آسيا والشرق الأوسط إلى قيام حكومات تلك الدول بتقديم حوافز تتضمن ما يلي:

- تقديم تسهيلات للحصول على القروض من البنوك الوطنية، وتخفيض معدلات الفائدة عليها.
- تقديم مساعدات مالية لإجراء البحوث والدراسات اللازمة لإقامة المشاريع والتوسعات في المستقبل في مجالات النشاط المختلفة.

¹³⁶ <http://ar.aps.dz/economie/47854-86>.

¹³⁷ محمد زيدان وعبد القادر بربيش، دور الحكومات في تدعيم التنافسية دراسة حالة الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 08-09 مارس 2005، ص 14.

¹³⁸ نفسه، ص 20.

ثانياً: الحوافز الجبائية: يتم تقديم هذا النوع من الحوافز بهدف تخفيض أعباء الضرائب بالنسبة للمستثمر الأجنبي، وهناك عدة بنود تنضوي تحت هذا النوع مثل الإعفاءات الضريبية والاستثناءات من رسوم الاستيراد على المواد الخام والمدخلات الوسيطة والسلع الرأسمالية، وإعفاء أو تخفيض معدلات الرسوم الجمركية على الصادرات، وكذا إعفاء صادرات المشروعات بالمناطق الحرة من الرسوم الجمركية وضرائب التصدير، لمدة قد تصل إلى 15 عاماً ما بعد مرحلة التشغيل.

ثالثاً: الحوافز الغير مباحرة: على الحكومة الجزائرية القيام بمنح تسهيلات مختلفة للشركات الأجنبية المستثمرة، كتزويدها بالأراضي والبنية الأساسية بأسعار أقل من أسعارها الجارية، وربما تقوم تلك الحكومات بمنح تلك الشركات الأجنبية امتيازات أخرى شريطة أن تضر بالمؤسسات الاقتصادية، بل تعمل على تشجيعها لمنافسة الشركات الأجنبية.

خلاصة الفصل

إن التغيرات والتحولات الاقتصادية التي شهدتها العالم اليوم، فرضت عليه واقعا جديدا سمته الأساسية إحتدام شدة المنافسة بين المؤسسات والدول، وأصبح مصطلح التنافسية ذا أهمية بالغة، ومن خلال دراستنا لهذا الفصل إتضح لنا جليا بأن لمفهوم التنافسية إختلافات على ثلاث مستويات، فإن كنا ما نعنيه بالتنافسية على مستوى المؤسسة هو القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية، فإن التنافسية على مستوى الصناعة أو القطاع نعني بها قدرة مؤسسات قطاع صناعي معين في بلد ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الإعتماد على الدعم والحماية الدولية، بنما يكمن تعريف التنافسية على مستوى الدولة في مدى قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى دخل أفرادها، هذا من جهة تباين تعاريف التنافسية على المستويات الثلاث التي ذكرنا، ومن جهة أخرى فعلى إعتبار التنافسية مهمة جدا، وركنا أساسيا في نظام الأعمال في الوقت الراهن، الأمر الذي دفع بصناع القرار من وضع بعض الإستراتيجيات التي تهدف في مجملها إلى تحسين التنافسية، أما بخصوص مؤشرات التنافسية فنجد أن مصطلح التنافسية ونظرا لأهميته الشديدة في الإقتصاديات الحديثة فقد وجب معرفة كيفية قياسه عن طريق وضع بعض المؤشرات التي حاولت في مجملها وضع خطوط تكمننا من معرفة الوضع التنافسي لكل بلد، فنجد مؤشرات تنافسية المؤسسة تتكون من الربحية والتكلفة والحصة السوقية والإنتاجية الكلية للعوامل، بينما تكمن مؤشرات تنافسية القطاع في مؤشرات التكاليف الإنتاجية ومؤشرات التجارة والحصة من السوق الدولي، ودليل التجارة ضمن الصادرات، والميزة النسبية الظاهرة، بينما تعبر مؤشرات تنافسية البلد على المؤشرات الكلية والمؤشرات البسيطة.

ولكن على العموم من ذلك، يمكن القول أن المؤشرات الثلاث التي سبق وأن ذكرت تختلف، ومن الممكن أن تتعارض حسب حجم كل مؤشر، كما أن مفهوم التنافسية له محددات عديدة من خلال عدة نماذج من بينها نموذج الماسة الصناعية لبورتر، وخريطة العناقيد الصناعية ونموذج القوى الخمس لبورتر، بالإضافة إلى نماذج أخرى منها إضافة الباحث *freemen*، وإضافة أوستن، كما حاولنا التطرق إلى ماهية الإبداع والابتكار بإعتبارهما من ركائز التنافسية.

وفي هذا الفصل أيضا، تعرضنا إلى تحليل تنافسية الإقتصاد الجزائري، وعرض تقرير التنافسية العالمي والمبني على 342 مؤشر، قسم إلى مجموعات، من بينها مجموعة المتطلبات الأساسية والتي تحوي مؤشر المؤسسات، البنية التحتية، الإقتصاد الكلي ومؤشر الصحة والتعليم الابتدائي، ومجموعة معززات الكفاءة ومجموعة عوامل الابتكار، وعلى العموم، خلصنا إلى كون اداء الإقتصاد الجزائري لا زال يتذيل الترتيب العالمي في تقرير التنافسية العالمي، ويمكن القول أن جملة المشاكل والتحديات التي يتخبط فيها الإقتصاد الجزائري هي وراء كل ذلك، لذلك وجب وضع بعض الحلول للنهوض بهذا الإقتصاد من دائرة التراجع المستمر للوراء.

الفصل الثالث

التأصيل النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد

تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة في اقتصاديات الدول قاطبة، بغض النظر عن درجة تطورها واختلاف أنظمتها ومفاهيمها الاقتصادية وتباين مراحل تحولاتها، ومما لا شك فيه أن المجتمعات اليوم أدركت أهمية هذه المؤسسات لاسيما في تفعيل الأنشطة التنموية، بما توفره من فرص للعمل وتحسين الدخل والإسهام في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإبداع التكنولوجي، خاصة وأنهما تعتبر العمود الفقري للقطاع الخاص في العالم.

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي النواة الأولى للمؤسسات الكبيرة الموجودة حاليا، فمن المشغل الصغير جاء المصنع الكبير، ومن المتجر المتواضع تطورت المؤسسات التجارية الكبرى، فهي تشكل قوة اقتصادية لها وزنها النسبي في المستقبل، لما لها من دور في تطوير الاقتصاديات الوطنية.

من هذا المنطلق، جاء هذا الفصل لنحاول فيه تسليط الضوء على التأصيل النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال التطرق إلى إشكالية تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المبحث الأول، أما المبحث الثاني فسنستطرق فيه إلى ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تعريف وخصائص، ليأتي المبحث الثالث لنعرض فيه أنواع هذه المؤسسات وأهميتها، لنخلص في نهاية هذا الفصل إلى تقديم أهم التحديات التي تواجه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1.3.1. إشكالية تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في العلوم الاجتماعية بصورة عامة، يرى أن أي تعريف هو مقولة نسبية إذ يتحدد بالعرض الذي وضع من أجله، وعلى هذا الأساس يمكن من حيث المبدأ أن يوجد أكثر من تعريف للظاهرة الواجدة، ويرجع سبب ذلك إلى تعدد مجالات دراستها وزوايا النظر إليها.

ومن هنا يمكن القول، أنه وبالرغم من أن مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قد إنتشر بشكل واسع في كافة أنحاء العالم في القرن الواحد والعشرين، إلا أنه لا يوجد إتفاق واضح على المقصود بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين دولة وأخرى وأحيانا حتى في البلد الواحد، فهو مفهوم ديناميكي متحرك، ويعزى هذا إلى الإختلاف إلى التنوع في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن تباين المعايير والإتجاهات في تحديد الأسس التي يتم بموجبها تحديد شكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومنها البيانات الإحصائية التي تستخدم في تعريفها، حيث أن هناك نقص في هذه البيانات، وكذلك إلى تركيبة هذا النوع من المؤسسات وإلى طبيعة النظرة التي تتبناها الجهات المهتمة بهذا القطاع، ولذا فإن تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سيظل متباينا مختلفا من بلد إلى بلد وحتى من هيئة إلى

أخرى، إلا أن المتخصصين يستعينون ببعض المعايير لتقريب تقديم تعريف واضح وواحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما أن هذا التعريف يكتسي مجموعة من الخصائص، وهذا ما سنحاول تبيانه تباعا في هذا المبحث.

1.1.3. الخلفية الفكرية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نشأت هذه المؤسسات مع نشوء الانسان، وظهور الحاجة لتلبية متطلبات حياته العملية فصنع الفخار وأدوات الحراثة، والأسلحة كالدرع والسيوف، وسك العملات المعدنية، ورغم تطور الحضارات العالمية، ظلت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمثل النمط السائد في العالم حتى النصف الثاني من القرن الثامن عشر، ولم تظهر المؤسسات الكبيرة إلا بعد الثورة الصناعية والتي بدأت في أوروبا حتى بدأت الآلات الميكانيكية تحل تدريجيا محل الأيدي العاملة في معظم العمليات الإنتاجية¹.

أما الاهتمام بهذا النوع من المؤسسات، لم يبرز إلا مع بدايات العقد السابع من القرن الماضي، حيث تصدى العديد من الاقتصاديين أمثال (Echane 1974) et (waite 1973) et (kilby 1971) إلى دراسة هذه المؤسسات، في حين بدأت المؤسسات الدولية مثل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي بتمويل الدراسات الخاصة بالموضوع في مختلف المؤسسات البحثية العلمية والجامعات المتخصصة، وذلك محاولة منها لصياغة نظرية اقتصادية متكاملة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وتاريخيا نجد أن رواد الفكر الكلاسيكي القديم أهملوا دراسة حجم المؤسسات القائمة، على اعتبار أن اهتماماتهم كانت تتركز حول السوق وتوازنه، ورغم أن آدم سميث وكانتلون كتبوا عن الفرق بين المقاول والاداري إلا أن طرحهم كان هامشيا وغير متعمق، وتواصل هذا التهميش حتى السبعينات من القرن المنصرم، أين بدأ الاهتمام بهذا النوع من المؤسسات يتجلى بوضوح، من خلال الدراسات التي كانت تكتب عن سبب الانتشار الواسع لهذه المؤسسات عبر العالم، والسبب في ذلك يكمن في²:

أولاً: التقسيم الحاصل في الأسواق والناتج عن ارتفاع حقل الفرد، وعن تنوع نمط الاستهلاك الفردي: حيث ساهم هذا التقسيم في ظهور نمط إنتاج بكميات صغيرة عوضاً عن إنتاج كميات كبيرة ذات خصائص موحدة، وهو ما يمكن أن تقوم به المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فالمؤسسات الكبيرة غالباً ما تستعين بهذه المؤسسات حيث تحاول أن تعقد شراكة معها للحصول على بعض الخدمات أو بعض أجزاء من الموارد الضرورية كمحاولة منها للحد من عدم التيقن، أن مثل هذا النمط كان سبباً لخلق ربع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ميدان الصناعات التحويلية في بلد مثل فرنسا.

¹ خضير عباس الندوي، الصناعات الصغيرة في العراق بعد 2003 الواقع والتحديات، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 13 العدد3، العراق، 2011، ص104.

² نشأت مجيد حسن الوندائي، أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية وسبل النهوض بها في العراق، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السادس، العدد الثالث، علمي، العراق، 2008، ص 122

ثانياً: أزمة البطالة التي عرفها العالم منذ السبعينيات: فتفاقم هذه المشكلة حثت العديد من الأيدي العاملة على الاعتماد على النفس، وتأسيس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق الشباب، وحاملي الشهادات العليا خاصة.

ثالثاً: نمو وتطور التكنولوجيا الحديثة والمعتمدة على الإعلامية: وبما أن هذه المؤسسات تتمتع بمرونة كبيرة في الإنتاج من ناحية الكم والنوع، فهي أقدر على تلبية متطلبات الملائمة من المؤسسات الكبيرة.

رابعاً: أثبتت الدراسات أن نظرية السعة محل نقد كبير: فإتساع المؤسسة وكرها يتسبب في تفاقم تكاليف الإدارة والإنتاج، في حين أن مرونة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقدرتها على التحكم في كلف الإنتاج مثل كلف الرقابة، والإمكانيات، وكلف إعادة الاتجاه، وكلفة التغيير والحجم، جعلت المؤسسات الكبيرة غالباً ما تعتمد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إنتاج العديد من حاجياتها السلعية والخدمية.

خامساً: تحرير الكثير من الاقتصاديات: الأمر الذي حد من حواجز دخول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للأسواق، وقلص من العوائق المانعة لنشر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واتساع رقعة نشاطها، إضافة إلى التغيير الحاصل في دور الدولة الاقتصادي في أنحاء واسعة من العالم، وتشجيع الحكومات للقطاع الخاص وتقديم الإعانات المالية والإعفاءات الضريبية لهذه المؤسسات والتي كانت متجهة من قبل إلى المؤسسات الكبيرة.

ما يمكن قوله أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كانت معروفة منذ القدم، لكونها النواة والبداية لحركة التصنيع كما عرفها العالم، ومع تقدم البشرية أضحت من أولويات صناعات القرار في مختلف الدول، وذلك بالإمعان في الدور والأهمية البالغة التي تحظى بها هذه المؤسسات.

2.1.3. أهمية تحديد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أثار تحديد مفهوم المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة كثيراً من الجدل في الأدب الاقتصادي، رغم وجود هذه المؤسسات وانتشارها في دول العالم النامي والمتقدم كافةً على حد السواء، فالغرض من وضع تعريف لها جد مهم للأسباب الآتية³:

- تحديد أعضاء القطاع وبمعنى آخر المجموعات المستهدفة حتى يتمكن المسؤولون من اتخاذ القرارات التحفيزية لفائدة المقاولين.
- تيسير جمع البيانات عن هذا القطاع لاستخدامها في وضع تقارير عن التقدم في عملية التنمية الاقتصادية، وتقديم الاستشارات لهذه المؤسسة حول الفرص الاستثمارية والعقبات والاتجاهات الجديدة.
- تيسير تنمية وتوضيح السياسات الاقتصادية التي تشجع النمو بصفة عامة، ونمو قطاع المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة.

³ أحمد بوسهين، الدور التنموي للاستثمار في المؤسسة المصغرة في الجزائر، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الأول، سورية، 2010، ص204.

- تبني فهم أفضل لدور المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة وأثرها في النمو الاقتصادي.

3.1.3. معوقات تحديد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من اليسير وصف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولكن من العسير الوصول إلى تحديد تعريف موحد ومحدد لهذا النوع من المؤسسات على المستوى الدولي والإقليمي، ويعزى السبب في ذلك إلى جملة من المعوقات نوجزها في النقاط التالية:

أولاً: العوامل الاقتصادية: وتتضمن ما يلي:

أ. **اختلاف مستويات النمو:** نظراً للتفاوت الكبير بين الإقتصاديات العالمية ما بين نامية ومنتطورة، نجد أن وراء هذا التفاوت النظر تقف وراءه أسباب عديدة، لعل من أبرزها الإختلاف الكبير الموجود في مستوى التكنولوجيا، وأيضاً التباين الكبير في قيمة ودور مختلف الهياكل الاقتصادية والاجتماعية الموجودة على مستوى كل منهما، كما أننا قد نجد تبايناً واختلافاً واضحاً على مستوى القسم نفسه.

لذلك قد نجد أن مؤسسات صغيرة ومتوسطة معينة تشغل في مجال معين في بريطانيا أو الولايات المتحدة الأمريكية أو ألمانيا، قد لا تعتبر كذلك في دولة نامية تخطو أولى مراحل خطواتها في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية مثلاً كالجزائر أو مصر أو العراق، لأننا هنا سنعتبرها مؤسسات كبيرة، وهذا واحد من الأسباب التي أدت إلى صعوبة وجود تعريف خاص بهذا القطاع، فما يعتبر صغيراً في دولة متقدمة صناعياً قد لا يعتبر كذلك في دولة نامية، كما أن مكونات هذا القطاع تتسم دوماً بالتغير، لأن المؤسسة التي تعد حالياً مؤسسة صغيرة، لا يمكن أن نصنفها في المستقبل بنفس التصنيف.

ب. **تنوع الأنشطة الاقتصادية:** إن تنوع الأنشطة الاقتصادية يغير في أحجام المؤسسات ويميزها من فرع لآخر، فالمؤسسات التي تعمل في المجال التجاري تختلف عن تلك التي تقدم خدمات وهكذا، ويمكن أن نصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما أسلفنا حسب القطاعات الاقتصادية إلى (صناعية، تجارية، زراعية، خدمية)، وتختلف أيضاً تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قطاع لآخر، لاختلاف الحاجة إلى العمالة ورأس المال، فالمؤسسات الصناعية تحتاج لرؤوس أموال ضخمة لإقامة استثماراتها، أو التوسع فيها، وتكون في شكل مباني، آلات، مخزون... 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 لاتخاذ القرارات المختلفة⁴، لكن المؤسسات التجارية لا تحتاج إلى

⁴ رابح خوني ورقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص17.

مستوى تنظيمي معقد وإنما تحتاج إلى مستوى تنظيمي يتسم بالبساطة والوضوح وسهولة اتخاذ القرارات، وتوحد جهة إصدارها، وهذا ما يفسر صعوبة تحديد التعريف.

جـ. تباين فروع النشاط الاقتصادي: إن هيكل النشاط الاقتصادي الموزع بين نشاط تجاري من جهة، ونشاط صناعي من جهة أخرى، إذا نظرنا إليه نظرة فاحص لوجدنا أن النشاط الواحد في حد ذاته ينقسم، فالنشاط التجاري مقسم إلى التجارة بالتجزئة والتجارة بالجملة، كما يمكننا من جهة الامتداد الجغرافي أن نجد تجارة داخلية وتجارة خارجية، كذلك النشاط الصناعي يحوي فروعاً عديدة من أهمها: الصناعات الإستخراجية، الكيمائية، الغذائية، التحويلية، كما أن كل مؤسسة بغض النظر عن الفرع الذي تنتمي إليه نجد لها مختلف، من جهة اليد العاملة لديها، ومن جهة رأس المال المستغل أيضاً، فقد نحكم على صناعة ما بأنها صغيرة ومتوسطة في فرع معين، ولكننا في حقيقة الأمر قد تكون مؤسسة أو صناعة كبيرة في فرع لآخر.

ثانياً: العوامل التقنية: يتلخص العامل التقني في مستوى الاندماج بين المؤسسات، فحيثما تكون هذه الأخيرة أكثر اندماجا يؤدي إلى توحيد عملية الإنتاج، وتتركزها في مصنع واحد، وبالتالي يتجه حجم المؤسسات إلى الزيادة، بينما عندما تكون العملية الإنتاجية مجزأة وموزعة إلى عدد كبير من المؤسسات، يؤدي ذلك إلى ظهور عدة مؤسسات صغيرة ومتوسطة⁵.

ثالثاً: العوامل السياسية: تتمثل في مدى اهتمام الدولة ومؤسساتها بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومحاولة تقديم مختلف المساعدات له، وتذليل الصعوبات التي تعترض طريقه، من أجل توجيهه ودعمه وترقيته. وعلى ضوء هذه العوامل السياسية، يمكن تحديد التعريف وتبيان حدوده والتمييز بين المؤسسات بناء على رؤية واضعي السياسة والمتهمين بشؤون هذا القطاع.

خلاصة القول تكمن في كون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبالرغم من الدور الكبير الذي تمارسه في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، إلا أنه من الصعب الوصول إلى تعريف واحد وموحد لها بسبب اختلاف المعايير والاتجاهات، التي يتم أخذها بعين الاعتبار، وهي الاتجاه الكمي والاتجاه النوعي.

4.1.3. اتجاهات تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ظهر مصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مختلف دول العالم ليعبر عن نوع معين من المؤسسات، التي يصعب تقديم صورة واحدة لها، هذا راجع لاختلاف السياسات والتوجهات والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للدول، إذ تعتبر هذه الدول المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من أهم التنظيمات المعتمد عليها في التنمية الاقتصادية

⁵ محمد زوي، تجربة في القطاع الصناعي الخاص ودوره في التنمية الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة ولاية غرداية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2010، ص 49.

والاجتماعية، لما تتميز به من ديناميكية ومرونة، فإذا كانت الدول النامية خاصة منها الاشتراكية قد اعتمدت دوماً على المؤسسات الضخمة، فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تبقى القلب النابض للتغيرات الناتجة والمتجهة دوماً نحو اقتصاد السوق الحر⁶.

بصفة عامة، لم يتمكن الباحثون في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تقديم تعريف موحد ومعتمد لهذه المؤسسات، حيث اختلفت إجتهداتهم مع إختلاف الإتجاهات والمقاييس التي إعتدوها، نظراً لاختلاف مراحل النمو ودرجة التقدم التكنولوجي واختلاف المعايير المطبقة، وتباين الامكانيات والظروف الاقتصادية والاجتماعية لهذه الدول، فقد تعددت الإتجاهات المتبعة في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك تبعاً لموقع وخلفية الجهة التي تعتمد هذه الإتجاهات في عملية التعريف.

كما أنه من الصعوبة بمكان أن نجد حداً فاصلاً تميز عنده المؤسسة الصغيرة والمتوسطة⁷، ولعل من أهم الإتجاهات التي يمكن الركون عليها لتحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة صنفين اثنين هما:

أولاً: الإتجاه الكمي: تركز هذه الإتجاهات في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المقياس العددي، وما يجب الإشارة إليه أن هذه الإتجاهات الكمية، بالإمكان تصنيفها إلى مجموعتين هما:

المجموعة 1: وتضم مؤشرات تقنية واقتصادية، نجد من ضمنها: عدد العمال، حجم الإنتاج، القيمة المضافة وحجم الطاقة.

المجموعة 2: تضم مؤشرات نقدية وهي رأس المال المستثمر وقيمة المبيعات.

ويمكن تحديد أهم الإتجاهات التي يتم على أساسها تحديد وتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على النحو التالي:

أ. إتجاه عدد العاملين: هو من أبسط الإتجاهات المتبعة للتعريف وأكثرها شيوعاً لسهولة القياس والمقارنة في الإحصائيات الإنتاجية الصناعية⁸، ويرجع ذلك للعديد من المزايا، لعل من بينها ما نوجزه فيما يلي⁹:

- من السهولة جمع المعلومة حول هذا المعيار.
- يسهل عملية المقارنة بين القطاعات والدول.
- مقياس ومعياري ثابت وموحد، خصوصاً أنه لا يرتبط بتغيرات الأسعار واختلافها مباشرة وتغيرات أسعار الصرف.
- مقارنة الدقيقة بين المؤسسات الصناعية القائمة على أساس فن إنتاجي واحد.

⁶ موسى خلف عواد وسندس جاسم شعيب، الدور الاقتصادي لبرامج دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 14 العدد 4، العراق، 2012، ص

⁷ أحمد عارف العساف وآخرون، الأصول العلمية والعملية لإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 18.

⁸ أحمد عارف العساف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 18.

⁹ ليث عبد الله القهيوي وبلال محمود الوادي، المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 15.

وحسب هذا الإتجاه تنقسم المؤسسات الاقتصادية إلى ثلاث أنواع¹⁰:

المؤسسات الاقتصادية الكبرى: وهي مؤسسات توظف عددا كبيرا من العمال، يتجاوز عددهم 500

عامل وينقسم هذا النوع من المؤسسات إلى:

- المؤسسات الكبرى دولية النشاط.

- المؤسسات الكبرى محلية النشاط.

المؤسسات المصغرة أو وحدات الإستغلال الفردي: وتنشط هذه المؤسسات في مختلف فروع النشاط

الاقتصادي وكافة مجالاته وهي تشترك في خاصية واحدة، تتمثل في أن إدارة هذا النوع من المؤسسات يقوم أصحاب

المؤسسة بصفة أساسية وقد يساعده مجموعة من العمال عند الحاجة شرط أن لا يزيد عددهم عن عشرة عمال.

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: تحتل هذه المؤسسات موقعا وسطا بين النوعين السابقين، توظف بين عشرة

عمال وخمسين عاملا، إلا أن هناك صعوبات في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اعتمادا على معيار حجم

العمال، ويرجع هذا للأسباب التالية:

• إختلاف ظروف البلدان النامية وتبيان مستويات النمو.

• إختلاف ظروف الصناعة من فرع لآخر في نفس البلد.

• المستوى التكنولوجي المستخدم، والذي يميل إلى تكثيف العمالة على رأس المال في البلدان النامية.

وعلى الرغم من كون هذا الإتجاه ثابتا وموحدا، لتسهيل القياس وجمع المعلومات والبيانات وإجراء المسوحات

الميدانية، فإنه ومن المؤكد أن الاسترشاد به لوحده قد لا يعكس بالضرورة الحجم الحقيقي للمؤسسة، بسبب إغفاله

لحجم رؤوس الأموال المستثمرة، وتقنيات الإنتاج المطبقة ودرجة الكثافة الرأسمالية، هذا إلى جانب إعماده على

بيانات العمالة بأجر فقط، وإغفاله للعمالة الأسرية بدون أجر، والعمالة المؤقتة والموسمية، وذلك على الرغم من

إنتشارها في نطاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مما يعني التقليل من حجم العمالة الفعلية المنتجة لهذا القطاع،

وبالتالي التقليل أيضا من أهميته النسبية في الهيكل الاقتصادي، كما أن عدم الاتفاق على الحد الأقصى الفاصل بين

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة يعتبر مشكلا في حد ذاته.

كما أن الباحثين والمؤسسات المتخصصة تختلف في تقدير العدد حسب وضع الدول وتقدمها التكنولوجي¹¹.

¹⁰ أحلام منصور وآسيا بن عمر، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ووسائل دعمها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، يومي 06_07 ديسمبر 2017، ص 3.

¹¹ فريال مشرف عيدان، دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الحد من مشكلة البطالة بين الشباب العراقي، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 8 العدد 16، العراق، 2016، ص 288.

ب. اتجاه رأس المال (صافي حقوق الملكية): يعد حجم الاستثمار (رأس المال المستثمر) اتجاهها أساسيا في العديد من الدول للتمييز بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبين المؤسسات الكبيرة، على اعتبار أن حجم الاستثمار يعطي صورة عن حجم النشاط كمياً¹²، كما أنه يعكس الطاقة الإنتاجية والإستثمارية¹³، بحيث إذا كان حجم رأس المال المستثمر كبيراً عدت المؤسسة كبيرة أما إذا كان صغيراً نسبياً اعتبرت المؤسسة صغيرة أو متوسطة، مع الأخذ بعين الاعتبار درجة النمو الاقتصادي لكل دولة¹⁴، ولكن ما يعاب على هذا الاتجاه هو صعوبة المقارنة بين الدول لإختلاف أسعار صرف عملاتها، حيث يعد مضملاً إلى حد بعيد، إذ لا يعكس رأس المال تماماً حجم الأعمال الذي قد يكون ضخماً في بعض المؤسسات ذات رأس المال الصغير، والعكس صحيح، فضلاً عن أن قيمة رأس المال ومكوناته قد تختلف من مفهوم لآخر، فمثلاً قد تستبعد قيمة الأرض من رأس المال وقد لا يتم إستبعادها¹⁵.

ج. اتجاه حجم التكنولوجيا المستخدمة: تميل المؤسسات الصغيرة والمتوسط إلى استخدام تكنولوجيا بمستوى منخفض من التعقيد والتقدم متوخية تخفيض التكاليف لصغر حجمها، ولتركيزها على جزء من العملية الإنتاجية أو التسويقية وبما يدعم تسهيلاتها المادية¹⁶، كما يمكن القول بأن هذا الاتجاه قد يكون أكثر فاعلية في الدول المتقدمة على عكس الدول النامية نظراً لقصور المستوى التكنولوجي لديها بصورة عامة.

د. اتجاه قيمة المبيعات السنوية: وهو الحصة من السوق والأرباح، وهو أحد الاتجاهات التي تميز المؤسسات من حيث حجم النشاط والقدرة التنافسية في الأسواق¹⁷، حيث يتميز هذا الاتجاه بصلاحيته للتطبيق على المؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية، وإن كان يتطلب توفر المعلومات والبيانات الدقيقة عن المبيعات السنوية للمؤسسات، وهذا لا يمكن الحصول عليه في أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة تلك التي لا تحتفظ بدفاتر وحسابات منتظمة، بالإضافة إلى وجود صعوبة في تطبيقه في حالة الرغبة لإجراء مقارنات بين نوعيات مختلفة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأيضاً في حالة الأنشطة التي تتصف بمبيعاتها بالتغيرات أو التقلبات الموسمية، كما أن هذا الاتجاه لا يعد شائع الاستخدام بصورة كبيرة في الدول العربية بسبب تذبذبه، ويمكن القول أنه صالح وملائم بشكل كبير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخدمية والتجارية.

¹² حسين عبد المطلب الأسرج، المشروعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التشغيل في الدول العربية، ص 9.

¹³ عبد الله حجاب، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 13.

¹⁴ أحمد رحومني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في إحداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 15.

¹⁵ فاضل جواد دهش، أهمية القروض الزراعية للمشروعات الصغيرة في زيادة الإنتاج الزراعي في العراق، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط، العراق، 2013، ص 6.

¹⁶ فائق مشعل قدوري، الصناعات الصغيرة: المحددات والآفاق التطويرية، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 3، العراق، 2006، ص 12.

¹⁷ فريال مشرف عيدان، مرجع سبق ذكره، ص 288.

ثانياً: اتجاهات ترجيحية أو مركبة: وهي معايير كمية وتستخدم أثير من متغير التمييز، ومنها كمية أو قيمة الإنتاج، ومستوى جودته والقيمة المضافة والطاقة الإنتاجية، وحجم الإستهلاك السنوي من المواد¹⁸، بالإضافة إلى بعض الاتجاهات الحاملة لصبغة فنية بسبب ارتباطها بطبيعة النشاط، منها اتجاه الطاقة المحركة المستخدمة (قدرة حصان)، وعدد المركبات (في حالة قطاع النقل)، وعدد الأنوال (في حلة صناعة النسيج)، وعدد الغرف (في حالة النشاط الفندقية)، وهذه الاتجاهات تصلح للتطبيق في نشاطات محددة، ولكن يؤخذ عليها صعوبة تعميمها واستخدامها للمقارنة بين القطاعات المختلفة، ومن بين الاتجاهات الترجيحية نجد اتجاه الجميع بين عدد العاملين ورأس المال. حيث يعد هذا الاتجاه من أكثر الاتجاهات استخداماً لتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث يتم الاعتماد على كل من عدد العاملين ورأس المال لتفادي الانتقادات التي توجه عند استخدامها بمفردهما، فالجمع بينهما يقلل من هذه الانتقادات¹⁹، حيث يعتبر كلا من اتجاه رأس المال واتجاه العمالة من الاتجاهات المحددة للطاقة الإنتاجية للمؤسسة، فقد نجد أن عدد العمال لدى مؤسسة ما قليل، فلا يعني ذلك أن حجمها صغير إذ من المحتمل أن يكون رأس مالها كبير نسبياً، أي أنها تستخدم أسلوباً فنياً في الإنتاج كثيف رأس مال، وبالتالي تصنف هذه المؤسسة حسب اتجاه رأس المال من المؤسسات الكبيرة، وقد تكون بالفعل كذلك في حين أنها مصنفة صغيرة ومتوسطة، وفقاً لاتجاه العمالة، وربما يحدث العكس، فقد نجد رأس المال صغير وحجم العمالة كبير، فيتم تصنيف المؤسسات كبيرة وفقاً لاتجاه العمالة وصغيرة ومتوسطة وفقاً لاتجاه رأس المال، لذا وجد اتجاه معامل رأس المال / العمل (K/L)، الذي يمزج بين الاتجاهين ويمثل حجم رأس المال (K) المستخدم بالنسبة للوحدة الواحدة من العمل (L)، ويحسب بقيمة رأس المال (K) على عدد العمال (L)، والنتيجة تعني كمية الاستثمار اللازمة لتوظيف عامل واحد في المؤسسة، وغالباً ما يكون هذا الاتجاه (K/L) منخفضاً في القطاعات التي تتميز بقلّة رأس المال ومرتفعاً في القطاعات الصناعية للمؤسسات الكبرى والعملاقة، التي تحتاج إلى رأس مال كبير وذات تقدم فني عالي²⁰، إلا أن هذا الاتجاه لا يخلو من بعض أوجه القصور، فوضع حد أقصى للعمالة بجانب رقم معين للاستثمارات يؤدي إلى رفض بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن توظف أعداداً من العمال، رغم حاجتهم إليهم، خوفاً من حرمانها من بعض برامج الحكومة لمساعدتها، مثل: القروض والمساعدات الفنية، ويؤدي ذلك إلى عدم المساعدة في التخفيف من حدة البطالة²¹، ويمكن استخدام اتجاه العمالة ورأس المال في حالة البلاد التي لا تعاني من حدة مشكلة البطالة.

¹⁸ غريب جبر جبر، دراسة تحليلية للجوانب المالية والمحاسبية في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص 10.

¹⁹ فتحي السيد عبده، الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005، ص 50.

²⁰ السيد بريش، مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية- حالة الجزائر-، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني عشر، جامعة بسكرة، 2007، ص 63.

²¹ فتحي السيد عبده، مرجع سبق ذكره، ص 50.

واستقراء لما سبق نخلص القول، إلى أنه ومن خلال ما تم عرضه من اتجاهات كمية لوحظ أنها تتضمن من الجوانب السلبية، ما يبين عدم قدرتها لوحدها على أن تفصل بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وغيرها من المؤسسات الكبيرة، بسبب تباين المعطيات من قطاع اقتصادي إلى آخر هذا ما جعل العديد من الباحثين يدرجون اتجاهات وظيفية تساعد في تعريف هذا النوع من المؤسسات.

ثالثاً: الاتجاهات الوظيفية: إن الاتجاهات الكمية والترجيحية لا تستطيع لوحدها الفصل بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وغيرها من الأحجام الأخرى، لذلك أنوجدت اتجاهات وصفية (وظيفية) تركز على الخصائص النوعية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة من حيث درجة تأثيرها في السوق، وأيضاً شكل إدارتها وملكيته، ويندرج ضمن هذا النوع الاتجاهات التالية:

أ. انخفاض التخصص في الوظيفة الإدارية: بمعنى أن صاحب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمارس أو يشارك في جميع الأعمال الإدارية، حيث لا يوجد في العادة النمط الإداري المتبع في المؤسسات الكبيرة، وبالتالي لا يوجد تفويض للسلطات²²، فمن النقاط التي تساعدنا في معرفة ما إذا كانت مؤسسة ما هي مؤسسة صغيرة ومتوسطة أم لا، هو النظر إلى الإدارة، والتي سنجدها تتلخص في شخص مدير المؤسسة، وإلى جانبه عدد قليل من المساعدين، والمدير يضطلع لكافة الوظائف والمهام الإدارية، التي تتصل بالإنتاج والتمويل وجميع المشتريات وشؤون العاملين والمبيعات، كما أنه لا يوجد استشاريين مختصين بالمهام الإدارية، وهذا يمكن أن نطلق عليه أيضاً باستقلالية المدير أو صاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في كل ما يخص شؤون هذه الأخيرة، ولكن ذلك من شأنه أن يؤدي إلى عدم التخصص أو انخفاضه في حال وجوده، بالإضافة إلى عدم التوصل إلى الاحترافية أكثر فأكثر في العمل.

ب. الملكية: يجب أن تكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفق هذا الإتجاه تابعة لشخص أو عدة أشخاص قلة وتتميز هذه المؤسسة بإدارة نمطية بسيطة²³، وغالباً ما تكون ملكية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قاصرة على فرد واحد وتابعة للقطاع الخاص على شاكله شركات أشخاص أو أموال، في حين قد تكون ملك للقطاع العام مثل مؤسسات الجماعات المحلية، كما يمكن أن تكون الملكية مزيج خاص من القطاع العام والقطاع الخاص (ملكية مختلطة).

ج. حصة المؤسسة من السوق: بالنظر إلى العلاقة الحتمية التي تربط المؤسسة بالسوق كونه الهدف الذي تؤول إليه منتجاتها، فهو يعتبر بهذا مؤشراً لتحديد هذه المؤسسة بالاعتماد على وزنها وأهميتها داخل السوق الذي كلما كانت حصة المؤسسة فيه كبيرة وحظوظها وافرة، كلما اعتبرت هذه المؤسسة كبيرة، أما تلك التي تستحوذ على جزء يسير

²² ليث عبد الله القهوي وبلال محمود الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

²³ عمر خلف فزع، مشروعات الأعمال الصغيرة في العراق الوطن والتمويل، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، جامعة بغداد، العراق، 2013، ص 131.

منه وتنشط في مناطق ومجالات محدودة فتعتبر صغيرة أو متوسطة، لكن هذا المؤشر، أي السوق له حالات عدة فقد يكون في حالة منافسة تامة أي وجود عدد كبير من المنتجين كل منهم ينتج جزء ضئيل من حجم الإنتاج الإجمالي المعروض في السوق أو حالة الإحتكار التام، حيث يوجد منتج واحد فقط أو حالة المنافسة الإحتكارية المتمثلة في وجود عدد كبير من المنتجين ينتج جزء بسيط من مجموع الإنتاج سلع متشابهة غير متجانسة وأخيرا احتكار القلة أي عدد قليل من المنتجين يسيطرون على السوق، وفي ظل هذه الحالات المتعددة للسوق فإنه يصعب علينا تحديد التعريف بهذا المؤشر لوحده²⁴، كما يمكن القول أن الحصة السوقية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون محدودة وذلك للأسباب التالية²⁵:

- 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 وذلك نظرا للتماثل في الإمكانيات والظروف.

د.الاتجاه القانوني: يتوقف شكل المؤسسة القانوني على طبيعة رأس المال وكذا مصادره وحجمه، فعادة ما تأخذ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة شكل المشاريع العائلية (شركات أشخاص)، والشركات التضامنية أو الوكالات أو شركات التوصية بالأسهم، ولكن عادة لا تكون في شكل شركة ذات أسهم²⁶.

هـ. اتجاهات أخرى: زيادة على الاتجاهات السالفة الذكر، فإنه توجد بعض الاتجاهات الأخرى والتي لا تقل أهمية عنها نوجزها فيما يلي:

- احتياجاتها من خدمات البنية الأساسية متواضعة، كما تعتمد هذه المؤسسات إلى حد كبير على الموارد المحلية.
- مرونة الاتصال المباشر بين الإدارة والأعمال.
- محدودية نطاق العمل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث تركز النشاط في إنتاج سلعة واحدة أو تقديم خدمة محددة.

²⁴ أحمد رهموني، مرجع سبق ذكره، ص18.

²⁵ أحلام منصور وآسيا بن عمر، مرجع سبق ذكره، ص4.

²⁶ عبد الله خياطة، مرجع سبق ذكره، ص15.

● لا تمتلك هذه المؤسسات المقدرة على الاستجابة لما يحدث من تطورات الطلب في السوق بسبب محدودية الطاقة الإنتاجية أو الخدمية وضعف مرونتها.

يعتبر مصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أكثر المصطلحات الاقتصادية انتشاراً في العالم، ورغم ذلك لا يوجد اتفاق دولي واضح يحدد بشكل قاطع وفي كلمات محددة ماهية هذه المؤسسات، والسبب الرئيسي في ذلك كون المصطلح يطلق على جملة من التنظيمات الإنتاجية والأنشطة والأعمال المختلفة، سواء كان صاحبها يعمل لحسابه الخاص، أو في مؤسسة صغيرة تشغل عدد قليل من العمال، كما يمكن أن يتعدى مجال عمل هذه المؤسسات ليصل إلى التعاونيات ومجموعات الإنتاج والأسر المنتجة.

وبعد استعراضنا لجملة الاتجاهات الكمية والاتجاهات الوظيفية التي تصنف على أساسها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، نجد أن هناك إمكانية إستخدام عدة إتجاهات لتحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن ثم يمكن القول بأنها تلك المؤسسات التي تقوم بالإنتاج على نطاق صغير وتستخدم رؤوس أموال صغيرة، وتوظف عدداً محدوداً من العمال، وذات حجم مبيعات منخفض تستخدم قدراً بسيطاً من الطاقة، وتتصف بوجود إتصال مباشر بين صاحب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والعاملين فيها، ووجود قدر ضعيف من التخصص في العمل²⁷.

2.3. ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في عصر اقتصاد المعرفة بات من الضروري بالنسبة للملكي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أن يعرفوا طبيعة الأدوار والوظائف التي يؤديونها، كما ان المنطلق الاساسي لنجاح هذه المؤسسات هو التفرد والخصوصية خلال اداء مهامها، وهذا ما يتطلب معرفة مفهوم هذه المؤسسات والخصائص المميزة لها.

1.2.3. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لا يوجد تعريف واحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذ لا يوجد إتفاق بين الدول المتقدمة والنامية على تعريف محدد لهذا النوع من المؤسسات، فبعض المؤسسات التي تعتبر صغيرة ومتوسطة في بعض الدول المتقدمة قد تقيم ضمن المؤسسات الكبيرة في الدول النامية، ولهذا سوف نتعرض لمجموعة من التعاريف الخاصة ببعض الدول المتقدمة والنامية وبعض المنظمات الدولية تباعاً:

أولاً: تعريفات الدول المتقدمة: نوردتها كالتالي:

²⁷محمد مكي بن سعدو الجرف، الصناعات الصغيرة وطرق تمويلها في الإقتصاد الإسلامي، مجلة آفاق جديدة، السنة العاشرة، العدد الثاني، جامعة المنوفية، مصر، أفريل 1998،

أ. تعريف الولايات المتحدة الأمريكية: أنشأت الولايات المتحدة الأمريكية مكتب نطاق الأحجام، ومهمته تعريف وتعديل التعاريف الموجودة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك للأغراض المتعلقة بالبرامج الحكومية، ومع ذلك تحدد كل ولاية تعريف خاص بها، وجميع تلك التعاريف استمدت جوهرها من التعريف الرسمي المحدد من طرف ميثاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة²⁸.

فلجنة التنمية الاقتصادية الأمريكية عرفت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أنها المؤسسات التي تتضمن المعايير الوظيفية التالية²⁹:

- ✓ استقلال الإدارة
 - ✓ المدير هو مالك المؤسسة.
 - ✓ رأس المال المطلوب يتم الحصول عليه من شخص أو عدد محدد من الأشخاص.
 - ✓ نشاط المؤسسات محلي أي أن العامل وصاحب المؤسسة يقيمون بنفس المنطقة التي تقام بها المؤسسة.
- بينما جاءت إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الأمريكية بتعريف مستندة في ذلك إلى العديد من المعايير والاتجاهات نذكرها فيما يلي³⁰:

- ✓ استقلالية الإدارة والملكية.
- ✓ محدودية نصيب المؤسسة من السوق.
- ✓ أن لا يزيد عدد العمال عن 250 عامل بالنسبة للمؤسسة الصغيرة وأن لا يتجاوز 1500 عامل في بعض الأحيان.
- ✓ إجمالي الاموال المستثمرة لا يتجاوز 9 مليون دولار كشرط.
- ✓ لا تزيد القيمة المضافة عن 4.5 مليون دولار.
- ✓ لا تتعدى الأرباح الصافية المحققة خلال العامين الماضيين 450 ألف دولار.

وبالتطرق إلى المشرع الأمريكي فهو عرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من ناحية الملكية والإدارة، وأنها تستحوذ على نصيب محدد من السوق، وهنا نجد أنه في المفاهيم السابقة قد إعتمد على إتجاه الملكية والإدارة، فيكون المالك

²⁸ ياسين العايب، إشكالية تمويل المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، 2011، ص 165.

²⁹ مروة أحمد ونسيم برهم، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2007، ص 85.

³⁰ رقية حساني ورايح خوي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

هو مديرا للمؤسسة، وأن رأس المال ينبغي أن يتم تهيئته من شخص المالك أو عددا من أفراد العائلة أو ذوي الصلة، أما من ناحية بيئة العمل فتكون ضمن نطاق المؤسسة ونشاطها، حيث يضم العاملين وأصحاب المؤسسة³¹.
 ب. كندا: عرفت وكالة التصدير والتطوير الكندية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قيمة المبيعات بأنها تلك المؤسسة التي يبلغ حجم مبيعاتها من التصدير اقل من مليون دولار كندي³²، اما حسب عدد العمال فالجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (1.3): تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كندا

عدد العمال	نوع المؤسسة
من 1 إلى 99 عمال	مؤسسة صغيرة
من 100 إلى 499 عامل	مؤسسة متوسطة
أكثر من 500 عامل	مؤسسة كبيرة

المصدر: محي الدين مكاحلية، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المحلية حالة ولايتي قالمه وتبسة، اطروحة دكتوراه الطور الثالث، جامعة قالمه، غير منشورة، الجزائر، 2015، ص60

ج. بريطانيا: لقد عرف قانون الشركات البريطاني الذي صدر سنة 1985 المؤسسة الصغيرة والمتوسطة بأنها تلك المؤسسات التي تستوفي شرطين أو أكثر من الشروط التالية³³:

- ✓ حجم تداول سنوي لا يقل عن 8 مليون جنيه استرليني.
- ✓ حجم رأس المال المستثمر لا يزيد عن 3.8 ملون جنيه استرليني.
- ✓ عدد العمال لا يزيد عن 250 عامل.

أما بولتون فقد اعتمد 3 اتجاهات نوعية لتعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، وذلك كالتالي³⁴:

- ✓ تملك هذه المؤسسات حصة سوقية ضعيفة.
- ✓ استقلالية المؤسسة.
- ✓ يتم تسيير هذه المؤسسات من قبل ملاكها بصفة شخصية.

وبما أن هذه المحددات الثلاث قاصرة على شمل كل ما هو صغير أو متوسط، حيث أن ما يعتبر صغيرا في المؤسسات ذات النشاط الخدمي قد لا يكون كذلك في مجال السياحة أو مجال الصناعات الغذائية إلى غير ذلك،

³¹ فضيلة سلمان داود وصادق راشد الشمري، التوجه الإستراتيجي للمصارف في إحتضان المشروعات الصغيرة والمتوسطة في العراق، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 94، العراق، 2013، ص 9.

³² محي الدين مكاحلية، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المحلية حالة ولايتي قالمه وتبسة، اطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الإقتصادية، جامعة قالمه، غير منشورة، الجزائر، 2015، ص60.

³³ هاييل عبد المولى طشطوش، المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2012، ص19.

³⁴ عبد الله حبابه، مرجع سبق ذكره، ص17.

لذلك قام المشرع البريطاني بمعالجة هذه الفروقات عبر إعطاء تعريف خاص بكل قطاع اقتصادي كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2.3): التعريف البريطاني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نوع النشاط	معيار القياس كأقصى حد
التصنيع (صناعة الملابس، مصوغات الذهب)	200 عامل
البيع بالتجزئة أو تجارة التجزئة، تجارة الجملة	323750 دولار أمريكي حجم تداول سنوي
البناء	25 عامل
المناجم أو التعدين	25 عامل
تجارة السيارات	365000 جنيه استرليني حجم تداول سنوي
خدمة متنوعة	185000 جنيه استرليني حجم تداول سنوي
شركات النقل	5 سيارات

المصدر: خالد محمد سالم أبو مصطفى، المشروعات الصغيرة: مدخل لتنمية المجتمع المحلي دراسة ميدانية في محافظة خانيونس، أطروحة ماجستير في الدراسات الاجتماعية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2012، ص 10.

د.اليابان: كانت أول خطوة لتشجيع تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان، هي وضع تعريف واضح ومحدد لهذه المؤسسات من خلال القانون المسمى بالقانون الأساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي يعتبر بمثابة دستور للمؤسسات الصغيرة، حيث يشدد هذا القانون على ضرورة القضاء على كافة العقبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة ومحاوله تدليلها، كما قدم القانون التعريف الرسمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، آخذا بعين الاعتبار الخيار بعبارة " و/ أو " لمعياري عدد العمال ورأس المال بالنسبة للمؤسسات الصغيرة، أما بالنسبة للمؤسسات الصغيرة جدا فتستخدم معيار عدد العمال فقط، بينما فئة المؤسسات المتوسطة فلم يتناولها التعريف³⁵، فاليابان تعرف تلك المؤسسات على أنها الوحدات التي يعمل بها أقل من 200 عامل، أما في الوحدات التي يعمل بها 20 عامل فأقل فتعرف على أنها مؤسسات صغيرة جدا، فيختلف التعريف في اليابان حسب نوعية الصناعة³⁶.

هـ.الاتحاد الاوروي: لقد اعتمد الاتحاد الأوروبي على عنصرين أساسيين لتحديد حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الأول على أساس معيار العمالة والثاني على أساس معيار رأس الأعمال أو إجمالي الأصول³⁷، وفيما يلي الجدول الذي يوضح التعريف المفصل للاتحاد الأوربي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والموضوع من قبل المفوضية الأوروبية:

³⁵ ياسين العايب، مرجع سبق ذكره، ص 167.

³⁶ أحلام منصور وآسيا بن عمر، مرجع سبق ذكره، ص 4.

³⁷ عبد الباقي رواج ولزهر العابد، تشجيع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تجربة الاتحاد الأوروبي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، جامعة سعد دحلب البليدة، يومي 18-19 ماي 2011، ص 4.

الجدول رقم (3.3): تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

Catégorie D'entreprise	Effectifs : unités de travail par an (UTA) العمالة	Chiffre d'affaires annual رقم الأعمال السنوي	Total du bilan annual إجمالي الميزانية السنوية
Moyenne متوسطة	<250	≤50 millions d'euros (40 millions d'euros en 1996)	≤43 millions d'euros (27 millions d'euros en 1996)
Petite صغيرة	<50	≤10 millions d'euros (7 millions d'euros en 1996)	≤10 millions d'euros (5 millions d'euros en 1996)
Micro مصغرة	<10	≤2 millions d'euros (non défini auparavant)	≤2 millions d'euros (non défini auparavant)

Source: Commission européenne, Guide de L'utilisateur pour la définition des PME, Union Européenne, Luxembourg, 2015, P: 11.

لهذا فإنه واعتمادا على الجدول يمكن تعريف هذه الفئة من المؤسسات كالتالي:

- **مؤسسات متوسطة:** هي المؤسسات التي توظف عمالة لا تتعدى 250 عامل، وتحقق رقم أعمال سنوي لا يتعدى 50 مليون أورو، أو لا يتعدى إجمالي الميزانية السنوية 43 مليون أورو.
- **مؤسسات صغيرة:** عرفت على أنها المؤسسات التي توظف أقل من 50 شخص، وتحقق رقم أعمال سنوي، أو لا يتعدى إجمالي الميزانية السنوية 10 مليون أورو.
- **مؤسسات مصغرة:** عرفت على أنها المؤسسات التي توظف أقل من 10 أشخاص، وتحقق رقم أعمال سنوي أو لا يتعدى إجمالي الميزانية السنوية 02 مليون أورو.

فهذه هذه التعريفات مهمة عند اختيار شكل المؤسسات التي يمكن أن تستفيد من برامج التمويل الأوروبية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وكذلك في سياق بعض السياسات مثل قواعد المنافسة المحددة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتركز سياسة المفوضية الأوروبية في المقام الأول على خمسة مجالات ذات أولوية هي³⁸:

✓ تشجيع روح المبادرة والمهارات.

✓ تحسين وصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى الأسواق.

³⁸ Petite et moyenne entreprise (PME), disponible sur le lien :

http://ec.europa.eu/eurostat/fr/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme?p_p_id=NavTreeportletprod_WAR_NavTreeportletprod_INSTANCE_vxlB58HY09rg&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=4.

17/11/2016.

✓ الحد من الإجراءات الإدارية.

✓ تحسين إمكانيات نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

✓ تعزيز الحوار والتشاور مع الأطراف المعنية في أنشطة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

و. تعريف الصين: يتم تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصين وفقا لقانون ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال مجموعة من المعايير و الذي صدر في عام 2003 و قد حل هذا القانون محل المبادئ التوجيهية القديمة التي دخلت حيز التنفيذ في عام 1988 و المعايير التكميلية لعام 1992، تتمثل هذه المعايير في الإيرادات السنوية، مجموع الأصول و كذا عدد العمال، ففي المؤسسات الصغيرة فإن الحد الأدنى لعدد العمال يساوي 100 عامل والحد الأقصى يقدر بـ 500 ويتغير هذا العدد على حسب نوع القطاعات أما في المؤسسات المتوسطة فالحد الأدنى لعدد العمال يساوي 300 عامل و الحد الأقصى يقدر بـ 3000 عامل والجدول التالي يبين المعايير المتبعة في تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصينية³⁹.

الجدول رقم (4.3): تعريف الصين للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نوع المؤسسة	القطاعات	عدد العمال	مجموع الأصول	الإيرادات التجارية
مؤسسة صغيرة	صناعة	أقل من 300	أقل من 40 مليون يوان	أقل من 30 مليون يوان
	بناء	أقل من 600	أقل من 40 مليون يوان	أقل من 30 مليون يوان
	تجارة الجملة	أقل من 100 عامل	أقل من 40 مليون يوان	أقل من 30 مليون يوان
	تجارة التجزئة	أقل من 100	أقل من 40 مليون يوان	أقل من 30 مليون يوان
	نقل	أقل من 500	أقل من 40 مليون يوان	أقل من 10 مليون يوان
	خدمات بريدية	أقل من 400	أقل من 40 مليون يوان	أقل من 30 مليون يوان
	فندقة ومطاعم	أقل من 400	أقل من 40 مليون يوان	أقل من 30 مليون يوان
مؤسسة متوسطة	القطاعات	عدد العمال	مجموع الأصول	الإيرادات التجارية
	صناعة	300-2000	40-400 مليون يوان	30-300 مليون يوان
	بناء	600-3000	40-400 مليون يوان	30-300 مليون يوان
	تجارة الجملة	100-200	40-400 مليون يوان	30-300 مليون يوان
	تجارة التجزئة	100-500	40-400 مليون يوان	30-150 مليون يوان
	نقل	500-3000	40-400 مليون يوان	30-300 مليون يوان
	خدمات بريدية	400-1000	40-400 مليون يوان	30-300 مليون يوان
فندق ومطاعم	400-800	40-400 مليون يوان	30-150 مليون يوان	

المصدر: محمد كروش، استراتيجية نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التنسيير، جامعة تلمسان، غير منشورة، الجزائر، 2014، ص 8.

³⁹ محمد كروش، استراتيجية نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التنسيير، جامعة تلمسان، غير منشورة، الجزائر، 2014، ص 7.

في سنة 2011 قامت وزارة الصناعة والمعلومات التكنولوجية الصينية بإلغاء معيار مجموع الأصول في تحديدها لتعريف المؤسسة الصغيرة و المتوسطة الصينية و الجدول رقم (7.3) يوضح الفرق بين تعريف اللجنة الصينية الإقتصادية و التجارية 2003 ووزارة الصناعة والمعلومات التكنولوجية 2011.

الجدول رقم (5.3): التعريف الجديد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصين

وزارة الصناعة والمعلومات التكنولوجية 2011		اللجنة الصينية الاقتصادية والتجارية 2003		المعيار
متوسطة	صغيرة	متوسطة	صغيرة	حجم المؤسسة
1000-300	أقل من 300	2000-300	أقل من 300	عدد العمال
/	/	400-40 مليون يوان	أقل من 40 مليون يوان	مجموع الأصول
400-20 مليون يوان	أقل من 20 مليون يوان	300-30	أقل من 30 مليون يوان	اجمالي المداخيل السنوية

المصدر: محمد كروش، استراتيجية نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة تلمسان، غير منشورة، الجزائر، 2014، ص 8.

ثانياً: تعريف الدول النامية: نذكرها تباعاً:

أ. تعريف لبنان: يتم تعريف هذه المؤسسات انطلاقاً من تصنيفها، وهي تصنف في القطاع الصناعي والتجاري حسب عدد العمال كالآتي:

الجدول رقم (6.3): تعريف لبنان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

عدد العمال	نوع المؤسسة
من 1 إلى 5 عمال	مؤسسة صغيرة
من 6 إلى 500 عامل	مؤسسة متوسطة
أكثر من 500 عامل	مؤسسة كبيرة

المصدر: نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائرية للكتاب، الجزائر، ص 27.

وتتوزع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في لبنان حسب الشكل القانوني على الشكل الموالي⁴⁰:

✓ مؤسسات محدودة المسؤولية 26%.

✓ مؤسسات مغلقة 4%.

✓ مؤسسات التضامن 11%.

✓ مؤسسات التوصية البسيطة 7%.

✓ مؤسسات فردية 52%.

⁴⁰نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائرية للكتاب، الجزائر، ص 27.

وهنا نرى أن نسبة المؤسسات الفردية التي تمثل أكثر من نصف المؤسسات في لبنان، وهذه إشارة على أهميتها بالنسبة للاقتصاد القومي اللبناني ومدى تأثيرها عليه.

ب. تعريف الهند: يتلخص في الجدول الموالي:

الجدول رقم(7.3): تعريف الهند للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الخدمات	الصناعات التحويلية	الصف
اقل من 10 عمال اقل من مليون دولار	اقل من 25 عامل اقل من 2.5 مليون دولار	المؤسسات المصغرة
ما بين 10-200 عامل ما بين 1-20 مليون دولار	ما بين 25-500 عامل ما بين 2.5-50 مليون دولار	المؤسسات الصغيرة
ما بين 200-500 عامل ما بين 20-50 مليون دولار	ما بين 500-1000 عامل ما بين 50-100 مليون دولار	المؤسسات المتوسطة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- **Government of India, Micro Small and Medium Enterprises Development Bill**, India, 2014, p :4.
- **micro, small and Medium Enterprise Finance in India**, international finance corporation, November, 2012, p:20.

ج. مصر: في مصر وبصدور القانون رقم 141 لسنة 2004 والمسمى بقانون المؤسسات الصغيرة وتوفر الإطار القانوني المنظم لتلك المؤسسات وبناء على دراسة تمت من قبل بنك التنمية الصناعية والعمل المصري، تحت عنوان إدارة التخطيط والبحوث والتطوير الداخلي، بعنوان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بارقة أمل للاقتصاد المصري، تم تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اعتماداً على عدة معايير منها عدد العمال، حجم رأس المال أو خليط بين المعيارين معاً، فمثلاً تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها تلك المؤسسات التي لا تتجاوز رأسمالها 1.7 مليون دولار وعدد عمال يتراوح ما بين 10-100 عامل⁴¹.

أما وزارة الصناعة في تعريفها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فتعتمد على معياري العمالة ورأس المال معاً في التعريف، وتصنف هذه المؤسسات كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (8.3): تعريف وزارة الصناعة المصرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المتوسطة	الصغيرة	الصغيرة جدا	المعيار
100-50	50-10	9-1	الأيدي العاملة
10-5 مليون جنيه	500 ألف-5 مليون جنيه	أقل من 500 ألف جنيه	رأس المال

المصدر: ياسين العايب، إشكالية تمويل المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، غير منشورة، الجزائر، 2011، ص169.

⁴¹ سهر كفوري صويص، دور البنوك التجارية الأردنية في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الأردن، أطروحة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، غير منشورة، الأردن، 2011، ص23.

أما إتحاد الصناعات المصري فقد عرف المؤسسات الصغيرة جداً بأنها تلك التي لا يزيد رأسمالها عن 50 ألف جنيه وعدد العاملين بها لا يزيد عن 10 عمال وتحقق رقم أعمال سنوي يقل عن 5 ملايين جنيه، في حين يتراوح عدد الأيدي العاملة في المؤسسة الصغيرة بين 10 - 100 عاملاً، وتحقق رقم أعمال سنوي محصور بين 5 و 50 مليون جنيه، وذات رأسمال يتراوح بين 50 ألف و 5 مليون جنيه. أما المؤسسة المتوسطة فهي تلك التي لا يزيد عدد عمالها عن 100 عاملاً، ولا يتعدى كل من رأسمالها و رقم أعمالها 50 مليون جنيه⁴².

د. لبيبا: هي مؤسسات أهلية (قطاع خاص)، إنتاجية وخدمية، وأداة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، تستوعب القوى الشابة، وتتوفر فيها المواصفات الفنية والادارية والتقنية الملائمة لتشغيلها بكفاءة، ولا يزيد عدد العاملين فيها عن 50 عاملاً، ولا يزيد قيمة الاقراض لرأس المال التأسيسي عن 5 مليون دينار لبيبي كحد أدنى⁴³.

هـ. فلسطين: لا يوجد مفهوم فلسطيني وطني لتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن معظم دول العالم تواجه صعوبة في وضع تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بالتالي فإن تحديد الحجم بغض النظر عن طبيعة المعيار المستخدم يعتبر مقياساً نسبياً يختلف باختلاف الدولة والنشاط الاقتصادي الذي تنتمي إليه تلك المؤسسات، بهدف توجيه سياسات وبرامج الدول لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وتختلف آلية التعامل مع المؤسسات الاقتصادية في الأراضي الفلسطينية حسب طبيعة النشاط والجهة ذات المسؤولية وهي تختلف من مؤسسة لأخرى، فبينما تصنف الإدارة العامة للشركات والتراخيص في وزارة الاقتصاد الوطني هذه المؤسسات حسب طبيعة عملها، وتصنف وزارة المالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الشرائح الضريبية للمكلفين، كما أن قانون تشجيع الاستثمار لعام 1998 يعطي امتيازات حسب فئات رأس المال والعمالة، والبلديات تجبي الرسوم ضمن معايير مختلفة، مع العلم بأن وزارة الصناعة الفلسطينية حددت لأغراض إحصائية تقسيمات للمشروعات الصناعية حسب الملف الصناعي عام 1997، وأخيراً نفذ الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني مسحاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عام 2002 للمؤسسات التي تشغل بين 9-50 عاملاً وفق رؤية إحصائية خاصة مدعومة من UNCTAD ومما سبق يتبين تشتت جهود المؤسسات الفلسطينية في التعامل مع المشروعات الاقتصادية وفق طبيعة كل مؤسسة، بدون وجود جهة رسمية معنية بمتابعة جميع القضايا المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة برؤية موحدة تخدم تطور جميع فئات المشروعات الفلسطينية⁴⁴.

⁴² ياسين العايب، مرجع سبق ذكره، ص 170

⁴³ ثريا علي حسين الورفلي، المشروعات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا، ورقة بحثية مقدمة الى المنتدى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر، يومي 17 و 18 افريل 2006، ص 87.

⁴⁴ خالد محمد سالم أبو مصطفى، المشروعات الصغيرة: مدخل لتنمية المجتمع المحلي دراسة ميدانية في محافظة خانونس، أطروحة ماجستير في الدراسات الاجتماعية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2012، ص 10

والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي كل مؤسسة يكون إجمالي استثماراتها قد وصل من 100 ألف جنيه إلى مليون جنيه والعمالة تتفاوت من 6-15 عاملاً، أما بنك التنمية الصناعية فيعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس حجم العمالة ورأس المال معاً وتعتبر الوحدة الصناعية مؤسسة صغيرة ومتوسطة إذا كان عدد العاملين فيها يتراوح بين 10-100 عامل ورأسها يتراوح بين 50000 جنيه ومليون جنيه سنة 1992.

و.العراق: الجهاز المركزي للإحصاء في وزارة التخطيط يعرف المؤسسات الصغيرة بأنها تعمل على تشغيل (1-9) عمال، وقيمة المكائن والمعدات فيها أكثر من 100 ألف دينار، أما المؤسسات المتوسطة فإنها المؤسسات التي تعمل على توظيف (10-29) عامل وقيمة المكائن والمعدات فيه أكثر من 100 ألف دينار⁴⁵، وما لا شك فيه أنه لا يوجد اتفاق واضح على تعريف هذا النوع من المؤسسات في العراق.

فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي تلك المؤسسات التي غالباً ما تكون العلاقة فيها بين المدير ورب العمل وثيقة ومباشرة، التي تعتمد بشكل مباشر على المستلزمات والخامات من الأسواق المحلية، والتي غالباً ما تكون منخفضة الكثافة في رأس المال، ومرتفعة الكثافة نسبياً في عنصر العمل، والتي تتسم بإنخفاض الاستهلاك من الطاقة، وصغر حجم المبيعات⁴⁶.

ثالثاً: المنظمات والمؤسسات الدولية: تتمثل في:

أ.تعريف البنك الدولي: يميز البنك الدولي عن طريق فرع المؤسسة الدولية للتمويل ما بين ثلاثة أنواع من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي⁴⁷:

- **المؤسسة المصغرة:** وشروطها أن يكون عدد موظفيها أقل من 10 وإجمالي أصولها أقل من 100.000 دولار أمريكي ونفس الشرط السابق ينطبق على حجم المبيعات السنوية.
- **المؤسسة الصغيرة:** وهي التي تظم أقل من 50 موظفاً و تبلغ أصولها أقل من 3 مليون دولار أمريكي وكذلك الحال بالنسبة لحجم المبيعات السنوية.
- **المؤسسة المتوسطة:** ويبلغ عدد موظفيها أقل من 300 موظف أما أصولها فهي أقل من 15 مليون دولار أمريكي ونفس الشيء ينطبق على حجم المبيعات السنوية.

⁴⁵ زياد أبو فحم، دور المشاريع الصغيرة في مكافحة الفقر والبطالة في العالم العربي، ثقافة للنشر والتوزيع، الامارات، 2009، ص 53.

⁴⁶ نبيل عمران موسى الخالدي، العائد الاجتماعي لسياسات تشغيل المرأة في المشروعات الصغيرة في العراق، بحث ميداني في مدينة الديوانية، جامعة القادسية، العراق، 2015، ص 13.

⁴⁷ سامية عزيز، مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد2، جامعة ورقلة، جوان2011، ص79.

ب. تعريف منطقة آسيا والمحيط الهادي: إن المعيار الأكثر شيوعاً داخل منطقة آسيا والمحيط الهادي، هو معيار عدد العاملين⁴⁸، ومعيار رأس المال، أو المزج بين اثنين⁴⁹، حيث تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها المؤسسات التي توظف أقل من 100 شخص، حيث أن المؤسسات المتوسطة توظف ما بين 20_99 شخص، والمؤسسات الصغيرة توظف ما بين 5_19 شخص، والمؤسسات المصغرة توظف أقل من 5 أشخاص، وهذا بما فيهم المديرين العاملين لحسابهم الخاص، وفقاً لهذا التعريف فإن منطقة آسيا والمحيط الهادي تضم نسبة 75% من المؤسسات المتوسطة، وهذا خلال الفترة الممتدة بين (1990-2000).⁵⁰

والجدول الآتي يوضح مجموعة من التعاريف الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في منطقة آسيا والمحيط

الهادي.

الجدول رقم(9.3): التعريف الخاص بدول منطقة آسيا والمحيط الهادي

المعيار	تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	البلد
العمالة	الصناعة التحويلية: - أقل من 100 عامل. صناعات أخرى: - أقل من 50 عامل .	هونغ كونغ
العمالة	- أقل من 100 عامل.	اندونيسيا
أموال المساهمين والعمالة	الصناعة التحويلية: - أقل من 25 مليون رنجيت ماليزي - أقل من 150 من عامل. الخدمات: - أقل من 5 مليون رنجيت ماليزي وأقل من 50 عامل.	ماليزيا
العمالة ورأس المال معا	- أقل من 200 عامل و 50 مليون بيسو فلبيني.	الفلبين
العمالة ورأس المال معا ورقم الأعمال السنوي	الصناعة التحويلية: - أقل من 300 عامل. - 8 مليار وون كوري كرأس مال. مبيعات بالجملة: - أقل من 100 عامل. - 10 مليار وون كوري كرقم أعمال سنوي.	جمهورية كوريا
العمالة ورأس المال	الصناعة التحويلية: - رأس المال بقيمة 15 مليون دولار سنغافوري أو أقل. الخدمات: - أقل من 200 عامل.	سنغافورة
العمالة و رأس المال	الصناعة التحويلية: - أقل من 80 مليون دولار تايواني من رأس المال المدفوع. - أقل من 200 عامل. أخرى: - أقل من 100 مليون دولار تايواني من رقم أعمالها السنوي . - أقل من 50 عامل .	تايوان

⁴⁸ Kevin O'Brien, **Booklet of Standardized small and medium enterprises definition**, A report for Banks in Jordan, USAID, September 27.2007, P: 4.

⁴⁹ Vadim Kotelnikou, **small and medium enterprises and ICT**, Kim Hak-Su, UNDP, Thailand, 2007, P: 1.

العمالة و رأس المال	الصناعات التحويلية والخدمات:	تايلاند
	- أقل من 200 عامل. - أقل من 200 مليون بات تايلندي من رأس المال. بيع بالجملة:	
	- أقل من 50 عامل. - أقل من 100 مليون بات تايلندي من رأس المال. بيع بالتجزئة:	
	- أقل من 30 عامل. - أقل من 60 مليون بات تايلندي من رأس المال.	

Source: Vadim Kotelnikou, **small and medium enterprises and ICT**, Kim Hak-Su, Thailand, 2007, P: 2.

ليس هناك مفهوما للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة متفقا عليه من قبل الهيئات الدولية المتخصصة في تنميتها، وليس هناك إتجاهات متفق عليها على أنها الأفضل للفرقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبين غير من المؤسسات الكبيرة، ولكن المتفق عليه هو وجوب قيام كل دولة بوضع تعريف عملي واضح، ودقيق لمصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، على أن يشتمل هذا التعريف على النقاط التالية⁵¹:

- مرونة التعريف لشكل يكفل سرعة التجاوب مع المتغيرات المطلوبة للتعامل مع تغير إحتياجات التنمية الصناعية.
- وضوح التعريف وواقعيته.
- قيام التعريف على معايير دقيقة وعملية لتمييز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بناء على إعتبرات خاصة بكل دولة، تختلف بإختلاف ظروف كل دولة، من إختلاف الموارد البشرية والمادية لكل دولة، رأس المال المتاح للإستثمار، حجم السوق، أهداف التنمية الإقتصادية والإجتماعية للدولة، وإعتبرات إقتصادية وإجتماعية مختلفة.

جـ. تعريف لجنة التنمية الاقتصادية: وهي منظمة متميزة بالبحث العلمي، فإن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة لديها هو تلك المؤسسة التي تمتاز بخاصيتين من الخواص التالية⁵²:

- يديره أصحابه بشكل أساسي وبصورة مستقلة.
- يحمل الطابع الشخصي إلى حد كبير.
- يكون محليا إلى حد كبير في المنطقة التي يعمل بها.

⁵¹ محمد مكي بن سعدو الجرف، مرجع سبق ذكره، ص152.

⁵² عديلة العلواني وآخرون، دور تحفيز الإنتاج في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، يومي 06_07 ديسمبر 2017، ص 12

- له حجم صغير نسبياً من حيث رقم الأعمال وفي الصناعة التي ينتمي إليها.
- يعتمد بشكل كبير على المصادر الداخلية لتمويل رأس المال من أجل نموه، ولقد أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليوم محط إهتمام عالمي، نظراً لما تقدمه من فرص عمل وتحسين الدخل، وزيادة التنمية على الصعيد الفردي والجماعي.

د. تعريف منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية: حيث عرفت على أنها كافة الوحدات الإنتاجية صغيرة الحجم، والتي تضم الصناعات الريفية والحرفية واليدوية، التي يديرها مالك واحد، يتكفل بكامل المسؤولية، ويتراوح عدد العاملين فيها بين 10 إلى 50 عامل⁵³.

ويعتبر تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أحد العوامل الأساسية لوضع سياسات وتشريعات وبرامج وخدمات جيدة لهذا القطاع، تعمل على مساعدة الأطراف المعنية بالشأن التنموي عموماً، وبالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالخصوص في فهم هذه المؤسسات وتقييم أثر التغيرات الخاصة ببيئة العمل عليها، كما أن تعدد التعاريف وعدم الاتفاق على تعريف محدد وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يعود إلى تعدد وتنوع الاتجاهات المستخدمة لتحديد هوية هذه المؤسسات، وقد لا يمثل ذلك مشكلة بقدر ما يعكس تنوعاً في ظروف وحاجات مستعمل التعريف والاتجاه، بالإضافة إلى كون تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومقارنتها بين الدول تعتبر مهمة معقدة في حد ذاتها، حيث أن هذه المؤسسات ليست بالمفهوم المطلق بقدر ما هي مفهوم نسبي بحت، فإتجاهات تعريف حجم الأعمال يختلف من دولة لأخرى، كما أن الكثير من الدول تستخدم أكثر من إتجاه ومؤشر في آن واحد، ونخلص القول في كون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ما هي إلا مؤسسات إنتاجية أو خدمية، تقوم بعملية الانتاج على نطاق صغير ويعمل على مستواها ما بين 01-250 عامل، وذلك برأسمال قليل نوعاً ما.

2.2.3. خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالعديد من الخصائص والمزايا التي تميزها عن غيرها من المؤسسات الكبيرة، وتجعلها أكثر ملائمة للحالة الاقتصادية لبعض الدول بل تكون أكثر ملائمة لطبيعة النشاط الاقتصادي ذات العلاقات المتشابكة في قطاعات معينة داخل الدولة نفسها، وفيما يلي بعض هذه الخصائص:

أ. **سهولة التأسيس:** تتميز هذه المؤسسات بانخفاض قيمة رأس المال المطلوب لتأسيسها وتشغيلها، وبالتالي محدودية القروض اللازمة والمخاطر المنطوية عليها، مما يساعد على سهولة التأسيس وتشغيل مثل هذه المؤسسات، ومن ثم أداة فاعلة لجذب مدخرات الأفراد وتوظيفها في المجال الإنتاجي، كما تتميز بسهولة

⁵³ شريف غياط ومحي الدين مكاحلية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كآلية لتفعيل التنمية المحلية (ولاية تبسة نموذجاً)، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 37، فلسطين، 2015، 205.

إجراءات تكوينها، وتتمتع بانخفاض مصروفات التأسيس والمصروفات الادارية نظرا لبساطة وسهولة هيكلها الاداري والتنظيمي، وجمعها في أغلب الاحيان بين الإدارة والتشغيل⁵⁴، كما أن هذه المؤسسات تعتمد بصورة كبيرة على القدرات البشرية أكثر من استخدام التكنولوجيا أو أية تقنيات متطورة.

ب. **استقلالية الإدارة ومرونتها:** تتركز إدارة معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في شخص مالكها، لذلك فهي تتسم بالمرونة والاهتمام الشخصي من قبل أصحابها لتحقيق النجاح لها ويترتب على ذلك ما يلي⁵⁵:

- بساطة التنظيم المستخدم وسهولة التزويد بالإستشارات والخبرات الجديدة.
- إنخفاض التكاليف الإدارية والتسويقية والتكلفة الثابتة (كالإيجار والإهلاك) وإنخفاض الأجور المدفوعة للعاملين فهي تلقائيا إلى ميزة البيع بالأسعار أقل نسبيا.
- نقص الروتين والأوراق المكتبية وإرتفاع فعالية الاتصالات وسرعة الحصول على المعلومات اللازمة للعمل.

هذه الميزة مهمة، بل قد تكون أحد أسباب الانتشار الكبير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فحتى إذا فشل العمل واضطر صاحبه إلى تصفيته، فقد تكون أحد أسباب التصفية هو سرعة إدراك صاحبه للأخطاء التي ارتكبها، مما يدفعه إلى إعادة تأسيسه بإسم جديد لممارسة نشاط مغاير، والاستفادة من التعلم الذي حققه في المحاولة السابقة.⁵⁶

ت. **أرضية خصبة للإبداع والابتكار:** إن المؤسسات الصغيرة هي المصدر الرئيسي للأفكار الجديدة والإختراعات، فكثير من براءات الإختراع تعود إلى الأفراد وأغلبهم يعملون في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لهم أفكار جديدة، تؤثر على أرباحهم ويجدون بذلك حوافز تدفعهم بشكل مباشر للعمل⁵⁷، وتتوافر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قدرة عالية على الإبداع في أعمالها، وابتكار أساليب متفوقة بما يحقق رضا العملاء ومن ثم فإن تهم بما يلي:

- ✓ التركيز على الجودة والتفوق في مجالات العمل بالمؤسسة.
- ✓ الرغبة بالتفوق تعتمد على البحث عن الجديد والمبتكر.
- ✓ تشجيع الأفراد العاملين بالمؤسسة على الاقتراح وإبداء الرأي في مشاكل العمل ووسائل علاجها، مما يخلق مناخا مساعدا على الإبداع والابتكار.

⁵⁴ ليث القهوي وبلال الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

⁵⁵ بلال شيخي وآخرون، برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر المأمول والواقع، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، يومي 06_07 ديسمبر 2017، الجزائر، ص 06.

⁵⁶ سعاد نائف برونوطي، إدارة الأعمال الصغيرة أبعاد للزيادة، دار وائل للنشر، الأردن، 2007، ص 80.

⁵⁷ شهرزاد برجى وآخرون، الأهمية الإستراتيجية لمظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، يومي 06_07 ديسمبر 2017، ص 5.

✓ الاستفادة من مقترحات العملاء ورغباتهم، يساعد في توجيه عملية الإبداع والابتكار.
 ✓ التجربة والإقدام من الأمور المطلوبة للنجاح في تحديد النشاط، وابتكار أساليب جديدة لخدمة العملاء.
 ✓ الاستفادة من تجارب الآخرين وذلك بتكرار التجارب الناجحة والابتعاد عن مصادر الفشل.
 ويعزى في اعتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الإبداع والابتكار إلى كونها تنتج بأحجام صغيرة، مما يجعلها تلجأ إلى تعويض هذا النقص، بإجراء تعديلات على بعض المنتجات بإضافة بعض الإبداعات والابتكارات الجديدة، لإعطائها صبغة لمنافسة منتجات المؤسسات الكبيرة ذات الوفرة والجودة العاليتين في الإنتاج.

ث. **العمالة:** بسبب استخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أساليب إنتاج وتشغيل غير معقدة، فإنها تساعد على توفير فرص العمل لأكثر عدد من العاملين، كما تتيح التقارب والإحتكاك المباشر بين أصحابها والعاملين لديهم⁵⁸، كما أنه من بين السمات الغالبة على هذه المؤسسات هو أنها لا تحتاج إلى العمالة الماهرة، التي تكون على درجة كبيرة من التدريب والخبرة، الشيء الذي يساعد هذه المؤسسات في استيعاب عدد لا بأس به من العمالة الزائدة، أو الداخلة حديثاً إلى سوق العمل في المجتمع المحلي، كما أن الحجم الصغير من القوى العاملة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعمل على تحقيق روح الفريق والأسرة العاملة الواحدة، الشيء الذي يلغي طابع الرسمية بين صاحب المؤسسة والعاملين، في إطار الإشراف المباشر والتوجيه والاتصالات المباشرة، مما يجعل القرارات سريعة وفورية تتلاءم مع طبيعة المشكلات المطروحة، والمواقف المستجدة المراد معالجتها مما ينعكس إيجاباً على الفعالية والكفاءة.

ج. **العملاء:** حيث يستطيع أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تطوير علاقات شخصية جيدة مع هذه الأطراف، مما يجعلها أكثر قدرة على تقديم خدمة متميزة⁵⁹، حيث يلاحظ أن طابع التعامل مع العملاء هو طابع شخصي، قائم على الألفة والمحبة والعلاقات الوطيدة، فأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعملائهم تسود بينهم نوع من الخصوصية تصل إلى حد تجاهل الألقاب والرسميات في الحديث، وهذا من شأنه أن يسهل معرفة الذوق ومختلف الاحتياجات المتعلقة بهم، حتى وإن طرأ عليها تغيير في المستقبل، حيث يكون بمقدورها الاستجابة لذلك الطارئ، وهذه الحميمية في التعامل من شأنها أن تنعكس بالإيجاب ليس فقط على العميل، بل حتى على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي ستجد سمعتها صارت جيدة بين المجتمع ككل، الأمر الذي سيكون بمثابة الإشهار والرعاية والترويج لمنتجاتها وسمعتها في السوق.

⁵⁸ ليث عبد الله القهوي وبلال محمود الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 20.

⁵⁹ ماجدة العتيبة، إدارة المشروعات الصغيرة، الطبعة الخامسة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص 25.

ح. المحلية: حيث يتم التمييز بين المؤسسات على أساس نشاطها التسويقي⁶⁰، فتشبع هذه المؤسسات حاجات كلا من المستهلك النهائي والمستهلك الوسيط، حيث تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الغالب سوقا محدودة، إذ تلي رغبات عدد محدود ومميز من المستهلكين، بما يسمح بتغطية سريعة للسوق، والتعرف على عادات الشراء وأنماط الإستهلاك⁶¹، حيث أن معظم هذه المؤسسات تكون محلية أو جهوية النشاط، أو بمعنى أصح تكون في رقعة جغرافية واحدة، عدا طبعاً العمليات التسويقية، وهذا من شأنه القيام بتلبية احتياجات المجتمع المحلي، مما يعمل على تامين الموارد المحلية واستغلالها استغلالاً أمثل، ضف إلى ذلك المساهمة في التخلص ولو تدريجياً من ظاهرة البطالة، وتوفير ما يحتاجه الأفراد محلياً، بالإضافة إلى قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التوطن في المناطق الريفية والحضرية، بطريقة تكفل الاستقرار والتوزيع المتوازن للسكان والتنمية.

خ. نظام معلومات متخلف: تتسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحدودية متطلبات التكنولوجيا والتحديث بالشكل الذي تتطلبه المؤسسات الكبيرة، وذلك لضعف القدرة المالية لملاك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة⁶²، فهذه المؤسسات لها نظام داخلي يحوي معلومات قليلة التعقيد، والتي غالباً ما تكون موحدة وغير منظمة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، نجد أن نظام المعلومات الخارجي مجرد، بمعنى أوضح أن نظام المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قائم على الاتصال والحوار، والذي هو في مضمونه يرتدي ثوب الرسمية نوعاً ما، والذي غالباً ما ينقل المعلومات.

د. المركزية: تتسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمركزية في مباشرة أعمالها، حيث يقوم مالك المؤسسة بنفسه، أو بمعاونة عدد محدود من المساعدين، بتأدية النشاطات المختلفة في المؤسسة، حيث تستخدم تلك المؤسسات في الغالب الهيكل البسيط⁶³، حيث أن صاحب المؤسسة هو مديرها، ومن ثم يتمتع باستقلالية في الأداء، كما أن اتخاذ القرارات على مستوى هذه المؤسسات تميل إلى المركزية العالية في عمليات التخطيط بشكل عام، والتخطيط الاستراتيجي بشكل خاص، وطبعاً فهي تتركز في أيدي الإدارة العليا.

ذ. عدم إقبال رأس المال الأجنبي على الاستثمار في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: وذلك إما لعدم تفضيل الأجانب لطرق ومجالات عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وإما لعدم تفضيل أصحاب المؤسسات لهذه المشاركة، نظراً للطبيعة العائلية لهذه المؤسسات، كما يرجع ضعف مشاركة رأس المال الأجنبي في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى أسباب أخرى نوردتها فيما يلي: ⁶⁴

⁶⁰ شريف غياط ومحي الدين مكاحلية، مرجع سبق ذكره، ص 207.

⁶¹ ليث عبد الله القهيوي وبلال محمود الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

⁶² ميساء حبيب سلمان وسيمير العبادي، المشروعات الصغيرة وأثرها التنموي، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2015، ص 28.

⁶³ فايز النجار وعبد الستار محمد علي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 67.

⁶⁴ عثمان خلف، مرجع سبق ذكره، ص 31.

- ✓ عدم نضج التنظيمات القانونية والمؤسسية للمؤسسات.
- ✓ اقتصار معظمها على الأشكال العائلية للملكية والعمل.
- ✓ ارتفاع درجة المخاطر نظرا لصغر حجم رأس المال.
- ✓ ضعف الروابط الخلفية والأمامية لمعظم هذه المؤسسات واتساقها بالطابع التقليدي.
- ✓ الميل إلى استخدام فنون إنتاجية محلية.

ر. **استقطاب العنصر النسائي للعمل فيها:** لعل من أبرز الملاحظات التي يمكن تسجيلها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دون غيرها من المؤسسات، الدور البارز للمرأة فيها، حيث تستقطب نسبة لا فتة من النساء للعمل بها، سواء كانت صاحبة المؤسسة أو عاملة فيها، ذلك وإن تفاوتت نسب مشاركتها من قطاع آخر، أو من إقليم إلى آخر، ولكن ما يمكن استخلاصه هو أن طبيعة هذه المؤسسات وهيكلتها توائم بشكل أكبر متطلبات عمل المرأة سيما في المناطق الأكثر احتياجا⁶⁵.

ز. **انخفاض مستويات معامل رأس المال:** حيث تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعلى وجه التحديد الصناعية منها، وفي عدد محدود من القطاعات، مما يسمح لها باستخدام تكنولوجيا أقل كثافة في رأس المال ويؤدي هذا بدوره إلى انخفاض مستويات معامل رأس المال (رأس المال/العمل) نسبيا في المؤسسات الصناعية، وهو ما يؤدي إلى زيادة قدرة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة على استيعاب فائض العمالة، كما أن استخدامها تكنولوجيا أقل تعقيدا أو أقل كثافة رأسمالية يقوم بتيسير عمليات التدريب على استخدامها، ويؤدي إلى تخفيض نفقات وتكاليف الصيانة ومن ثمة الإقلال من مشكلات الأعطال في هذه المؤسسات.

س. **المحدودية:** ويقصد بها هنا محدودية القدرة الذاتية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على توسيع نشاطها وتطويره وتحديثه، وهذا راجع إلى انخفاض الطاقات الإنتاجية الخاصة بها، والقدرات التنظيمية والتمويلية لهذه المؤسسات، وهذا من شأنه أن يثقل كاهل الأجهزة المختصة والمسؤولة عن التنمية الاقتصادية، خصوصا وأن هذه المسؤوليات تتعاظم باستمرار مع ارتفاع المتطلبات المالية والفنية للعمليات الصناعية مع التقدم الفني والتطور التكنولوجي.

ش. **اعتمادها على التدريب الذاتي:** سمته قلة التكاليف اللازمة للتدريب لاعتمادها أساسا على أسلوب التدريب أثناء العمل فضلا على استخدامها في الغالب التقنيات غير المعقدة، وإعداد أجيال من المدربين للعمل في المؤسسات الكبيرة مستقبلا، وهي بهذا المعنى تعد مكان ملائم لتنمية المواهب والإبداعات والابتكارات، وإتقان وتنظيم المؤسسات الصناعية وإدارتها⁶⁶، فهذه المؤسسات تعد مراكز للتدريب الذاتي لأصحابها والعاملين فيها،

⁶⁵ ميساء حبيب سلمان وميمر العبادي، مرجع سبق ذكره، ص 29

⁶⁶ محمد رشدي سلطاني، الإدارة الاستراتيجية في المنظمات الصغيرة والمتوسطة، دار جليس الزمان، الأردن، 2014، ص 71.

بالنظر لممارستهم للعمل باستمرار وتحملهم المسؤوليات التقنية والتسويقية والمالية، مما يحقق اكتسابهم لمزيد من المعلومات والخبرات والمعرفة⁶⁷.

ص. الكفاءة الاقتصادية: في السنوات الأخيرة هناك اتجاه دائم ومستمر في التحول من المؤسسات الكبيرة إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة مع التحول الاقتصادي الذي تستفيد منه المؤسسات الكبيرة، ولهذا فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قادرة بفضل بساطة التكوين والهيكل التنظيمي على تقديم الخدمات المميزة، وتوصيل منتجاتها المستهلكين بشكل أفضل منافسيها الكبار⁶⁸.

تأسيساً على ما سبق هناك مجموعة من الخصائص والسمات التي تشارك فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتكسبها طبيعة خاصة رغم تعدد مجالات النشاط وتنوع النظم الانتاجية واختلاف الأطر التنظيمية لمكوناتها الفرعية، إلا أنها إذا ما قورنت بالمؤسسات الكبيرة لا تزال مزاياها محدودة ويمكن أن تؤثر تلك المزايا بالآتي:

الجدول رقم (10.3): السمات النوعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	المؤسسات الكبيرة
ضعف التمثيل المؤسسي	قوة التمثيل المؤسسي
عدم القرب من صناع القرار	وثيقة الإتصال بصناع القرار
تقوم على الملكية الفردية	تقوم على أشكال قانونية معقدة
ترتكز في توجهاتها نحو الطبقات الدنيا والأسواق ضمن نطاق جغرافي.	ترتكز نحو الطبقات الوسطى والعليا وأسواق التصدير.
حساسية لعنصر البيئة المحلية (الضريبة، التوزيع الجغرافي، الإجازات).	حساسية للتقلبات السياسية والإقتصادية العامة (الفائدة، أسعار الصرف، التبادل التجاري)
تعتمد على أسواق الإئتمان غير الرسمية.	تقيم على أسواق المال الرسمية.

المصدر: فائق مشعل قدوري، الصناعات الصغيرة: المحددات والآفاق التطويرية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، العدد 3، المجلد 2، جامعة تكريت، العراق، 2006، ص 13.

ومن واقع العرض المتقدم، فقد تكون هذه الاختلافات الموجودة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة وراء تركيز غالبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عدد من المحاور وهي⁶⁹:

- إنتاج وتوريد الأجزاء اللازمة للإنتاج في المؤسسات الكبيرة.
- تقديم أفضل ما لديها في الأسواق، والتي تتسم بالثبات فيما يتعلق بمنتجاتها دون الرغبة في تطوير منتجات جديدة.
- التركيز على الأسواق المحدودة التي تتصف بقصر زمن التسليم، ومحددات الجودة.

⁶⁷ صابر محمد زهو علي، دراسة تحليلية للصناعات الصغيرة في العراق للمدة (1995_2014)، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 12، العدد 36، جامعة تكريت، العراق، 2016، ص 196.

⁶⁸ بلال شبيخي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 6.

⁶⁹ غريب جبر جبر، مرجع سبق ذكره، ص 12.

- التركيز على أداء خدمة متميزة أو إنتاج سلعة متميزة على حساب التوسع في خطوط الإنتاج أو تنويع المنتجات.
- تفضيل المنتجات ذات دورة الإنتاج القصيرة.
- عدم الإقبال على إتخاذ قرارات إستراتيجية لتجنب المخاطر.
- العمل على تحقيق عائد كافي لمقابلة الإحتياجات الخاصة بالملاك كحد أدنى.

3.3. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الأنواع والأهمية

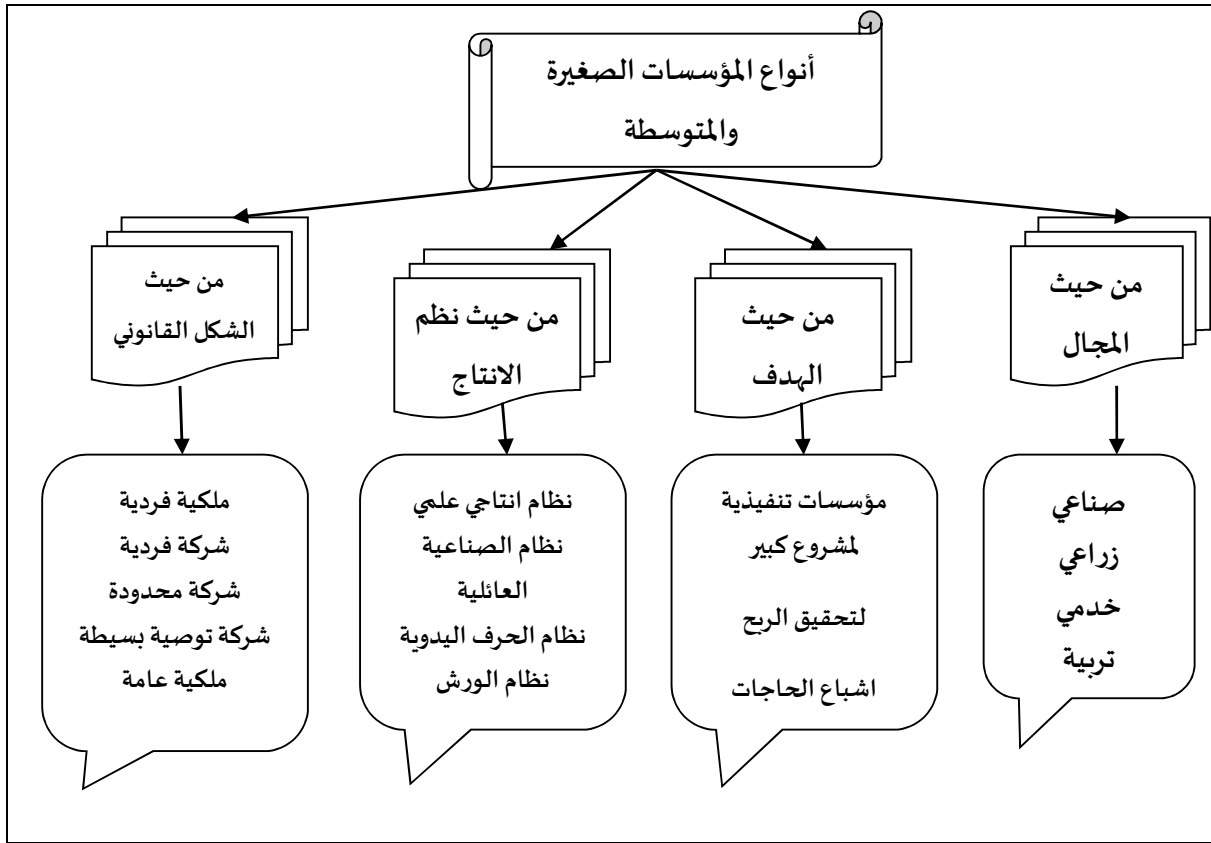
مما لا غبار عليه، فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي عصب الاقتصاد في أي دولة، حيث تلعب دورا بارزا في دفع معدلات النمو الاقتصادي والتشغيل، وتعزز جهود التنويع في الانتاج والدخل، وتساهم في تحسين مؤشرات التنمية الاجتماعية، كما أن هذا الدور الذي تلعبه والأهمية التي تكتسبها هي راجعة في المقام الأول إلى تنوع هذه المؤسسات من حيث التصنيف، بسبب تعدد مجالات العمل والهدف الذي أنشأت من أجله، بالإضافة إلى الشكل القانوني عند التأسيس، من هنا سنحاول إبراز ذلك في هذا المبحث.

1.3.3. أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تكشف الدراسات المتخصصة أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واحدة من حلقات النشاط الصناعي، والتي نشأت في مراحل تاريخية قديمة ليس لها من تدخل الدولة ومؤسساتها وتشريعاتها، وإنما الحاجة إلى مصدر الدخل وإستثمار المتوفر من المواد الأولية وتطويرها، والهدف من ذلك إنتاج بسخي تسد الحاجات المحلية، لذا فهي تواجدت وإنتشرت على مساحات محلية واسعة للبلدان، ويعتمد في تصنيفها اليوم العديد من الأسس والمعايير منها ما يتصل برأس المال وعدد العاملين، والسماة التاريخية والتراثية والبيئية⁷⁰، ويمكن تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث المجال أو الهدف أو نظم الانتاج أو الشكل القانوني كما يلي:

⁷⁰فائق مشعل قدوري، مرجع سبق ذكره، ص 14.

الشكل رقم (1.3): انواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



المصدر: حسين محمد سمحان واحمد عارف العساف، تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص30.

أولاً: من حيث طبيعة المنتج: تنقسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب هذا التصنيف إلى ما يأتي⁷¹:

أ. المؤسسات المنتجة للسلع الاستهلاكية: يتمثل نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن هذا التصنيف

في إنتاج السلع الاستهلاكية، مثل: المنتجات الغذائية، الملابس، النسيج، المنتجات الجلدية وغير ذلك.

ب. المؤسسات المنتجة للسلع الوسيطة: ويشمل هذا التصنيف كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة

للسلع الوسيطة مثل: الصناعات الميكانيكية والكهربائية، الصناعات الكيماوية والبلاستيكية، صناعة مواد

البناء، المحاجر والمناجم.

ت. المؤسسات المنتجة لسلع التجهيز: يتطلب صناعة سلع التجهيز تكنولوجيا مركبة، ويد عاملة مؤهلة ورأس

المال أكبر مقارنة بالصناعات السابقة، مما يجعل الدخول فيها أكثر صعوبة مثل تصنيع وتركيب الأثاث.

ثانياً: من حيث طبيعة التوجه: يمكن تصنيف توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب توجهها إلى ما يلي⁷²:

⁷¹ عمر خلف فزع، مشروعات الأعمال الصغيرة في العراق التوطن والتمويل، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، العراق، 2013، ص134.

⁷² زهراء محمد حسن، المشروعات الصناعية الصغيرة في العراق وسبل النهوض بها للفترة (2000_2012)، مجلة الدنانير، العدد 12، العراق، 2018، ص 136.

أ. **المؤسسات العائلية:** وهي المؤسسات التي تتخذ من المنازل موقع لها وتكون مكونة في الغالب من مساهمات أفراد العائلة، ويمثلون في غالب الأحيان اليد العاملة فيها، وتنتج منتجات تقليدية للسوق.

ب. **المؤسسات التقليدية:** هذا النوع من المؤسسات يقترب أكثر من النوع السابق، لأن هذه المؤسسات يكون أغلب اعتمادها على المساهمة العائلية، لكنها تتميز عن النوع السابق بأن تكون على شكل ورش صغيرة مستقلة عن المنزل، وتعتمد على وسائل بسيطة.

ت. **المؤسسات المتطورة وشبه المتطورة:** تتميز هذه المؤسسات بكونها تستخدم أساليب إنتاج حديثة سواء من ناحية استخدام رأس المال الثابت أو من ناحية تنظيم العمل أو من ناحية التكنولوجيا أو المنتجات التي يتم صنعها بطريقة عصرية ومنتظمة، بحسب طبيعة إنتاج تلك المؤسسات.

ثالثاً: من حيث طبيعة النشاط: إذ تقسم إلى:

أ. **المؤسسات الإنتاجية:** إن أساس هذه المؤسسات هو التحويل، أي تحويل المواد الخام إلى منتج نهائي أو بسيط، أي تلك المؤسسات التي تخلق قيمة مضافة، مثل المؤسسات التي تنتج سلعا إستهلاكية، مثل المؤسسات الصغيرة واليدوية وورش الإنتاج التي تستخدم الموارد المحلية⁷³.

ب. **المؤسسات الخدمية:** هي المؤسسات التي تقدم خدمة ما لصالح الآخرين مقابل أجر، حيث تقوم نيابة عنهم بتقديم خدمة كانوا سيقومون بها بأنفسهم أول لا يستطيعون القيام بها، مثل خدمات المواصلات والرحلات السياحية والإصلاح والتنظيف، وغير ذلك من الخدمات الكثيرة التي يمكن أن تلبها هذه المؤسسات بالتوافق مع الطلب عليها⁷⁴.

ت. **المؤسسات التجارية:** أساسها شراء وبيع وتوزيع سلعة ما أو عدة سلع مختلفة من أجل تحقيق الربح (الفرق بين سعر الشراء والبيع)، وهي كل مؤسسة تقوم بشراء سلعة ثم يقوم بإعادة بيعها أو تعبئتها أو تغليفها، ومن ثم بيعها بقصد الحصول على ربح مثل تجارة الجملة والتجزئة⁷⁵.

رابعاً: من حيث الشكل القانوني: هناك عدة خيارات فيما يخص شكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الناحية القانونية، يمكن إيجازها في العناصر التالية:

أ. **مؤسسات الملكية الفردية:** هي إمتلاك العمل من قبل شخص واحد، ويعتبر هذا الشكل من الملكية هو الأكثر رواجاً بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث هناك 73% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في

⁷³ عمر خلف فرع، مردع سبق ذكره، ص 135.

⁷⁴ ميساء حبيب سلمان وسمير العبادي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

⁷⁵ عمر خلف فرع، مردع سبق ذكره، ص 135.

الولايات المتحدة الأمريكية التي تظهر بهذا الشكل في الملكية⁷⁶، كما أن هذه المؤسسات تتميز بسهولة وإجراءات التكوين والإشهار، حيث أن الأمر لا يتعدى ملء إستمارة الحصول على الترخيص وسداد الرسوم، ضف إلى كونها لا تحتاج إلى رأس مال ضخمة، حيث لا يشترط القانون حداً أدنى لحجم رأس مال المستثمر، كما تتمتع بالإعفاء الضريبي والإستقلالية الكاملة لصاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

ب. **مؤسسات الأشخاص:** تسمى مؤسسات أشخاص لأنها تقوم على الإعتبارات الشخصية بين الشركاء وتشمل ما يلي:

شركة تضامن: تقوم على أساس وجود عدد من الشركاء، إثنين أو أكثر ويكون جميع الشركاء متضامنين، وتناسب شركة التضامن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحالات التالية⁷⁷:

- إذا أردت ألا تتحمل المسؤولية وحدك بل تريد أن يشاركك آخرون في الإدارة.
- إذا لم يكن لديك رأس المال الكافي لمشروعك، فقد يدخل شريك لك بالمكان أو العدد والآلات أو بمساهمة مالية أو خبرة إدارية أو فنية.
- إذا أردت التوسع بأن ينضم إليك شركاء جدد، حيث إن شركات التضامن تتميز بالمرونة النسبية في إنضمام أو إنفصال الشركاء مع إستمرارية الشركة.

شركة التوصية البسيطة: يتم تكوين هذا النوع بمجرد إتفاق شريكين على الأقل أو أكثر، ويحدد عقد المشاركة بنسبة مساهمة كل شريك في رأس المال، وحقوق كل شريك في الإدارة، وتتميز هذه المؤسسات بوجود نوعين من الشركاء⁷⁸:

- شريك متضامن لا يختلف في شيء عن الشريك المتضامن في شركة التضامن السابق توضيحها.
- شريم موصي، مسؤولية محدودة وغير تضامنية ولا يشارك في إدارة المؤسسة.

كما له الحق في بيع حصته دون أخذ موافقة الشركاء، وله إمكانية الانسحاب بعد ستة أشهر من التبليغ⁷⁹.

ت. **مؤسسات المساهمة:** تعتبر مؤسسة المساهمة شخصية إعتبارية منفصلة ومستقلة عن أصحابها (حملة الأسهم)، وكذلك عن الموظفين والعاملين بها، فهي وكما يعرفها رجال القانون: ذلك الكيان الإصطناعي الغير ملموس، والذي يوجد فقط من وجهة نظر القانون⁸⁰، وتعتبر هذه المؤسسات بأنه يمكنها القيام بالأعمال، التعاقد، حق مقاضاة الغير، وحق الغير في مقاضاتها، وعليها دفع الضرائب، حيث تخضع هذه المؤسسات للأنظمة والتعليمات والحكومية، وهناك أنواعاً من المؤسسات منها المؤسسات المحلية والمؤسسات

⁷⁶ ماجدة العطية، مرجع سبق ذكره، ص 32.

⁷⁷ فتحي السيد أبو عبده، مرجع سبق ذكره، ص 34.

⁷⁸ مصطفى يوسف كافي، بيئة وتكنولوجيا إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 119.

⁷⁹ محمود أحمد فياض وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 42.

⁸⁰ مصطفى يوسف كافي، بيئة وتكنولوجيا إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 120.

الأجنبية، حيث تتميز المؤسسة المحلية أنها تمارس عملها في الدولة الأم، أما المؤسسات الأجنبية فهي المؤسسات التي يتم إنشاؤها في بلدها الأصلي وتمارس أعمالها في بلد آخر بالإضافة إلى بلدها الأصلي⁸¹. ويؤثر الشكل القانوني في عدد من النواحي الخاصة بتكوين وإدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهمها⁸²:

- إجراءات التكوين والإشهار.
- الهيكل التنظيمي ونمط الإدارة.
- إمكانيات التمويل ومصادره المختلفة.
- الإستمرارية.
- المسؤولية عن ديون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- القدرة على التوسع في المستقبل.
- إمكانية تغير وتحويل الملكية سواء بين الملاك وإدخال ملاك جدد.
- إمكانيات الحصول على المهارات المطلوبة سواء المهارات الفنية أو الإدارية.
- حقوق التوقيع عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (تمثيل هذه المؤسسات قبل الغير).

يختلف تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من دولة لأخرى، وذلك بناء على إختلاف التطور الصناعي والتكنولوجي في هذه الدولة أو تلك، وإختلاف الأهمية النسبية من دولة لأخرى ووفقاً للإتجاهات المستخدمة في تصنيف هذه المؤسسات.

2.3.3. أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن أهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكمن في قدرة هذا القطاع على الاسهام الفعال في عملية التنمية، وتحقيق مجموعة من الاهداف الاقتصادية والاجتماعية منها دعم النمو الاقتصادي والازدهار وتنشيط العجلة الاقتصادية، وذلك سواء في الدول النامية او المتقدمة، كما تشير التحليلات للتجارب التنموية للعديد من دول العالم على انها قد حققت انجازات هائلة في اقتصادها بفضل الاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولاً: الأهمية الاقتصادية والتنموية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دوراً بارزاً على الصعيد الاقتصادي والتنموي بشكل عام، وعلى صعيد التنمية الصناعية بشكل خاص، فهي تتمتع بقدرة عالية على توفير فرص العمل، كما يمكنها من أن تكون قاعدة الانطلاق الصناعي إلى الحجم الكبير، كما تمتاز بقدرتها على استخدام الموارد المحلية استخداماً كفوفاً، وبهذا تقدم إنتاجاً دون أن ترهق ميزان المدفوعات بالاستيراد.

⁸¹ماجدة العطية، مرجع سبق ذكره، ص 39.

⁸²مصطفى يوسف كافي، بيئة وتكنولوجية إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 116.

أ. بالنسبة للمؤسسات الكبيرة: توفر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرص التكامل مع المؤسسات الكبيرة فيما يطلق عليه بالصناعات المغذية⁸³، حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رديفة المؤسسات الكبيرة حيث يمكن أن تعتمد المؤسسات الكبيرة على بعض انتاجها أو جزء منه حيث تعتبر المزود لكل ما تحتاجه جل المؤسسات الكبيرة، وذلك من مواد وولوازم وخدمات وحتى عمالة ماهرة تكون تكلفتها منخفضة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما أن خروج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فجأة يجعل المؤسسات الكبيرة تجد نفسها مقيدة بعدد ضخم من النشاطات لا يمكن عملها وتنفيذها بصورة فعالة دون مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا ما يوضح أهمية العلاقة التكاملية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبين المؤسسات الكبيرة في الحياة الاقتصادية لاسيما في قطاع الصناعة، كما تساعد هذه المؤسسات، المؤسسات الكبيرة في بعض الأنشطة التسويقية والتوزيع والصيانة.

فقد حدث وأن تعاقدت شركة "جنرال موتورز" لإنتاج السيارات مع أكثر من 26 ألف مؤسسة صغيرة ومتوسطة لإمدادها بكميات من الأجزاء والقطع التي تحتاجها في العملية الإنتاجية من بين 16 ألف مؤسسة صغيرة ومتوسطة يشتغل فيها أقل من 100 عامل، كما تعتمد هذه الشركة على 14 ألف وسيط تجاري وحوالي 128 ألف بائع تجزئة وهما قطاعات تسيطر عليها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات الطابع الخدمي. كما يجب التنويه إلى أن المؤسسات الكبيرة التي نراها اليوم عملاقة وضخمة كانت بالأمس مجرد مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كما تذكر الدراسات الاقتصادية ذلك، فعلى سبيل المثال لا الحصر شركة فورد والذي كان مالكمها يحمل نفس الاسم، وهو شخص ميكانيكي صنع أولى سيارته في ورشته، أصبحت اليوم من ضمن أقوى المؤسسات وأكبرها، وميزانيتها تتخطى ميزانية أكثر من دولة، بالإضافة إلى أن "رونالد دوغلاس" الذي انطلق في صنع الطائرات بدأها من استئجار غرفة خلف دكان حلاقة بقيمة 1000 دولار.

ب. توفير مناصب شغل: إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تستعمل تكنولوجيا بسيطة، وبالتالي إن كثافة الأيدي العاملة بما عالية جدا، وهذا ما جعلها تستوعب الكثير من العمالة وعلى الأخص في الدول النامية⁸⁴، حيث تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا كبيرا في مواجهة مشكلة البطالة، حيث تعمل في ذات الوقت على الحد من الطلب المتزايد على الوظائف الحكومية، مما يساعد الدول التي تعاني من وفرة العمل وندرة رأس المال على مواجهة مشكلة البطالة، دون تكبد تكاليف رأسمالية عالية⁸⁵، كما تشير التقديرات إلى أن تكلفة العمل

⁸³صلاح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 9.

⁸⁴علي وهيب عبد الله صالح، دور المشروعات الصغيرة في زيادة الإنتاج الصناعي وانعكاساتها لمعالجة مشكلة البطالة في العراق (دراسة تحليلية)، مجلة دنانير، العدد الثامن، الجامعة العراقية، العراق، 2017، ص 72.

⁸⁵هايل عبد المولى طشطور، مرجع سبق ذكره، ص 65.

الدائمة في المؤسسات الكبيرة تصل إلى 15 ألف دولار في حين تتكلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ما بين 900 إلى 3000 دولار⁸⁶، ذلك لأنها تقوم على تقنيات كثيفة العمل وإحلال العمالة المتوافرة محل رأس المال عالي التكلفة⁸⁷.

ت. **المحافظة على استمرارية المنافسة:** تضمن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة استمرار حالة التنافس بين المنتجين، التي تنعكس آثارها على تحسين نوعية المنتج وتخفيض أسعاره من خلال إدخال أساليب إنتاج جديدة أو باستخدام تكنولوجيا تضمن الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية⁸⁸، والهدف الرئيسي لهذه المنافسة الموجودة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو خدمة الزبون وتشجيعه على التعامل معها، وتحقيق الأرباح والمحافظة على الحصة السوقية، ويكمن السبب وراء نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في وجود المنافسة إلى عدة أسباب نوجزها فيما يلي:

- وجود عدد كبير منها.
- صغر حجمها والتقارب فيما بينها.
- التشابه في الظروف الداخلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تتميز بحجم إنتاج صغير.
- الحصة السوقية المحدودة.
- ضالة الموارد المحلية.

وهذه الأسباب مجتمعة تؤدي إلى عدم وجود احتكار في أسواق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولا تتيح إمكانيات كبيرة لهذه الأخيرة لفرض سيطرتها، مما يسمح لغيرها من المؤسسات بإيجاد مكان لمنتجاتها في هذه الأسواق، وهذا من شأنه أن يجعل المنافسة عالية.

كما أن سهولة الشحن ونقل المنتجات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساعد على إتاحة الفرص أمام منتجاتها المنافسة، والوصول إلى عدد كبير من المستهلكين⁸⁹.

ث. **تحقيق التطور الاقتصادي:** يشهد الاقتصاد العالمي ظهور مرحلة جديدة من النمو الاقتصادي المؤسس على التكنولوجيات الجديدة، مثل: قطاع المعلومات، الاتصالات، قطاع التكنولوجيا الحيوية، علوم الحياة... الخ، وهذه القطاعات هي سمة الاقتصاد الجديد، وتعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ملائمة لهذا

⁸⁶ حسين محمد سمحان واحمد عارف العساف، تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة بين التمويل الاسلامي والتقليدي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص27.

⁸⁷ شريف غياط ومحمد بوقوم، حاضنات الأعمال ودورها في تطوير الإبداع والابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر، أبحاث إقتصادية وإدارية، العدد السادس، جامعة بسكرة، 2009، ص 50.

⁸⁸ كمال كاظم جواد وكاظم احمد البطاط، الصناعات الصغيرة ودور حاضنات الاعمال في دعمها وتطويرها، دار الايام للنشر والتوزيع، الاردن، 2016، ص20.

⁸⁹ علي وهيب عبد الله صالح، مرجع سبق ذكره، ص 72.

النمو الاقتصادي، نظرا لإعطائها أهمية قصوى لتكنولوجيا المستقبل والاهتمام بها وجعلها في دائرة تخصصها، وسر نجاحها، وبذلك فهي تساهم بشكل واضح في تحقيق التطور الاقتصادي⁹⁰، كما أنها تساهم وبشكل فعال في عمليات التنمية بمفهومها الشامل، من حيث إقرارها من أهم المحاور الإستراتيجية التي تعتمد عليها إقتصاديات دول العالم، فللمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دور في توسيع قاعدة المنتجات والصناعات وكذلك الخدمات، والتي تكون بدورها إحدى حلقات التوازن في الهياكل الاقتصادية⁹¹.

ج. **الاختلال بين الادخار والاستثمار:** حيث تعاني الدول النامية من انخفاض معدلات الادخار والاستثمار، وبالتالي فإن هذه المؤسسات تعمل على علاج ذلك نظرا لانخفاض حجم رأس المال اللازم لإقامتها بالمقارنة مع المؤسسات الكبيرة، حيث يمكن بالمدخرات القليلة لدى أفراد الأسرة إنشاء مثل هذه المؤسسات⁹².

ح. **تنمية الصادرات وتخفيض الواردات:** تعاني معظم الدول النامية من وجود عجز في الميزان التجاري، ويمكنها أن تواجه هذا العجز عن طريق زيادة حجم الصادرات وخفض الواردات، وذلك من خلال توفير سلع تصديرية قادرة على المنافسة أو توفير سلع تحل محل السلع المستوردة⁹³، تسهم بصورة كبيرة في العملية الانتاجية حيث تعد روافد لتغذية المؤسسات الكبيرة بمستلزمات الانتاج مما ينجم عنه زيادة في الناتج الوطني وبالتالي زيادة الصادرات والاحلال من الواردات، أي علاج الاختلال في ميزان المدفوعات وذلك عن طريق انتاج سلع محلية بديلة عن السلع المستوردة، وبالتالي المساهمة في توفير العملات الاجنبية ورفع موجودات الدولة منها، وعلى مستوى الدول النامية فإن دور هذه المؤسسات بالنسبة لميزان المدفوعات يكمن بالدرجة الاولى في التقليل من الواردات وليس تنمية الصادرات المحلية وذلك بسبب ضعف المقدرة التسويقية لهذه المؤسسات عدا عن وجود بعض المشاكل الاخرى التي تقف عائقا في وجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المنافسة دوليا.

خ. **الاسهام في تعزيز دور البرامج الانمائية للدول النامية:** من خلال⁹⁴:

- رفع معدلات الانتاجية في المرافق الانتاجية بالمقارنة بالعمل الوظيفي الحكومي والعام، فالفرد منتج كما هو مستهلك في هذه المؤسسات ولكنه ليس بالضرورة منتجا في الوظائف العامة بالدرجة ذاتها.
- لا يمثل العاملون في هذه المؤسسات أعباء استهلاكية على خطط الانماء الاقتصادي قياسا ببقية فئات السكان، لأن نسبة مشاركتهم في الدخل الوطني أعلى من نسبة مشاركة غيرهم.

⁹⁰ عبد الباسط وفا، مؤسسات رأس مال المخاطر ودورها في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص 24.

⁹¹ صلاح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 8

⁹² أحمد عارف العساف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 44

⁹³ فتحي السيد عبده، مرجع سبق ذكره، ص 71.

⁹⁴ نفسه، ص 46.

● تعتبر هذه المؤسسات وحدات إنتاجية ومراكز استثمارية تعمل على تعبئة المدخرات الخاصة لتشغيلها في الاقتصاد الوطني، وتعمل على زيادة كفايته.

● تعمل هذه المؤسسات على تدريب وبناء قيادات إدارية شابة في المجتمع.

● تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على زيادة دوران رأس المال وتعبئة مصادر التمويل.

● تمتص هذه المؤسسات فوائض الاموال العاطلة وتعمل على تشغيلها والمشاركة في ارباحها.

د. القدرة على التكيف مع المتغيرات المستحدثة: تستطيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسبب انخفاض تكاليفها الإنتاجية وبساطتها ومرونة الإدارة والتشغيل، إلى التحويل والتكيف مع متغيرات التحديث والتطور والنمو، وتمثل قدرة هذه المؤسسات على التكيف مع المتغيرات مثل قدرتها على تغيير تركيبة القوى العاملة، أو سياسات الإنتاج أو التسويق أو التمويل، كما لها القابلية على الابتكار خصوصا في مجال التعبئة والتغليف، وسهولة تحويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى سيولة دون خسارة كبيرة في مدة زمنية⁹⁵.

ذ. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آنية في اتخاذ القرار: تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تركيز الجهود وتنسيق الأعمال للوصول إلى تنافس دائم، مما يساعد على القيام بإنتاج تشكيلة متنوعة من المنتجات والخدمات المقدمة لفئات متنوعة من المستهلكين، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها القدرة على تعبئة الموارد المالية بالاعتماد على كفاءة مسيرتها، وتشجع على ترقية روح المبادرة واتخاذ القرار على مستوى الأفراد، وخلق فرصة سانحة للإبداع والابتكار بمعزل عن الضغوطات الداخلية والخارجية، التي تشهد المؤسسات الكبيرة،⁹⁶ والحديث عن أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحياة الاقتصادية يقودنا تلقائيا للحديث عن أهميتها في الحياة الاجتماعية.

بالإضافة إلى ما تقدم ذكره من أهمية بالغة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن إضافة النقاط التالية:

✓ تساعد على نقل وتوطين وسهولة التجاوب مع المتغيرات الاقتصادية والفنية بأقل تكلفة.

✓ تحافظ على الاعمال التراثية (حرفية/يدوية).

✓ تساهم في التقليل من تكاليف التخزين والتسويق.

ثانيا: الأهمية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: من الناحية الاجتماعية تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا عظيما وبارزا فالمرزق من الصناعات والاستثمار يقلل من معدل الاعالة، وبالتالي فوجود مثل هذه المؤسسات

⁹⁵ صابر محمد زهو علي، مرجع سبق ذكره، ص 196.

⁹⁶ عبد الباسط وفا، مرجع سبق ذكره، ص 25.

يقضي على البطالة والتي بدورها تقضي على ظواهر التسيب في المجتمع وشعور الشباب بالفراغ الذي يدفع إلى الجريمة، وعموماً يمكن إبراز الفوائد الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في:

أ. **تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع:** إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبحكم قربها من المستهلكين، تسعى جاهدة للعمل على اكتشاف احتياجاتهم مبكراً، وبالتالي تستطيع تقديم منتجات تشبع بعض الحاجات الخاصة مثل أعمال الحياكة وإصلاح الأدوات الكهربائية وغيرها من الأعمال التي قد لا تمثل مصدر اهتمام للمؤسسات الكبيرة⁹⁷، إن ربط العلاقات مع المستهلكين يوجد علاقة صلة بين المجتمع والمستهلك، ويعطي درجة كبيرة من الولاء لهذه المؤسسات، وهذا ما نلاحظه بنفس الدرجة عند المؤسسات الكبيرة.⁹⁸

ب. **التوزيع العادل للدخول:** كذلك هناك أهمية أخرى مرتبطة بنمط توزيع الدخل وقربه من العدالة، في ظل وجود أعداد كبيرة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتقاربة في الحجم، والتي تعمل بها أعداد كبيرة من العمال، وذلك بالمقارنة بنمط التوزيع الذي يسود في ظل أعداد محدودة من المؤسسات الكبيرة أو الضخمة، تعمل في ظروف غير تنافسية في النظم الاقتصادية الرأسمالية الحرة.⁹⁹

ت. **خدمة المجتمع:** ويتم ذلك من خلال ما توفره المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مناصب شغل، سواء لصاحب المؤسسة أو لغيره، وبذلك تساهم في حل مشكلة البطالة، وبذلك توجد علاقات للتعامل مما يزيد الإحساس بأهمية التأزر والتآخي يصرف النظر عن الدين واللون والجنس،¹⁰⁰ كما يمكن اعتبار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصة أمام الأفراد لتمكينهم من إشباع رغباتهم وحاجاتهم عن طريق التعبير عن آرائهم وترجمة أفكارهم، وتطبيقها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويمكن أن نسمى هذه المؤسسات بأنها أداة فعلية لتحقيق الذات لدى الأفراد، وتحقيق الإشباع النفسي لهم، بالإضافة إلى كونها تسهم بشكل كبير في إحساس الأفراد بالحرية في العمل دون سلطة وصية عليهم، وأخيراً تؤدي هذه المؤسسات دوراً آخر يتمثل في توفير السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع، كما هذا النوع من المؤسسات والذي يغلب عليه الطابع الحرفي بعض الاقتصاديات تتجه نحو إنتاج سلع لسد حاجة الفقراء بينما يبدو اهتمام المؤسسات الكبيرة نحو تحقيق الربح بصورة كبيرة.

ث. **الانتشار الجغرافي الواسع:** تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بانتشارها الجغرافي الواسع، والذي يجعلها تغطي مناطق مختلفة وأعداد كبيرة من السكان، ويرجع سبب ذلك لإنخفاض تكاليف تأسيسها من جهة ومحدودية

⁹⁷ مصطفى يوسف كافي، بيئة وتكنولوجيا إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 41.

⁹⁸ محمد صالح الحناوي ومحمد فريد الصحن، مقدمة في المال والأعمال، الدار الجامعية، مصر، 1999، ص 98.

⁹⁹ عبد الرحمان يسري، تنمية الصناعات الصغيرة ومشكلات تمويلها، الدار الجامعية للنشر والطباعة والتوزيع، مصر، 1996، ص 37.

¹⁰⁰ سمير غلام، إدارة المشروعات الصناعية الصغيرة، مطبعة مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1993، ص 12.

إنتاجها من جهة أخرى، الذي غالبا ما يكون مستهلكي هذا الإنتاج في إطار وحدود منطقة إقامة المؤسسة ملبيا بذلك إحتياجات المجتمع المحلي، بتأسيس المزيد من هذه المؤسسات، مما يساعد على تقليل التفاوتات الإقليمية وتحقق التنمية المكانية المتوازنة¹⁰¹.

تأسيسا على ما تقدم، فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تنبع أهميتها في قدرتها على المساهمة الفعالة في عملية التنمية وتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، منها دعم النمو والإزدهار وتنشيط العجلة الاقتصادية، وتوفير فرص العمل ومضاعفة القيمة المضافة للنتاج المحلي للإقتصاد، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعتبر وسيلة فاعلة في زيادة الإنتاج وتخفيض الكلف، حيث أن التطور الاقتصادي لأية دولة يعتمد على مدى قدرة مؤسساتها على الإنتاج على وفق المعايير الاقتصادية.

3.3.3. مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاديات الغربية

على الرغم من أن التقدم والتصنيع يؤدي إلى نمو المؤسسات الكبيرة، ولكن الملاحظ عدم إختفاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حتى في أكثر الدول الصناعية تقدما، بل على العكس من ذلك نجدتها تقوم بدور هام في إقتصاديات هذه الدول.

أولاً: كندا: أدركت الحكومة الكندية أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي أكبر قطاع لخلق فرص العمل في الدولة، فإبتكرت العديد من الهياكل وبرامج المساعدات المالية والفنية لمساندتها فيما تقوم به من أنشطة، لتضمن نموا صحيحا لمنظمتها حتى تساهم في الثروة العامة للدولة، وتسهيل عملية خلق الوظائف الجديدة¹⁰²، حيث يبلغ عدد هذه المؤسسات فيها حوالي 1.161.415 مليون مؤسسة تنقسم بين 1.14 مليون مؤسسة صغيرة و 21,415 مؤسسة متوسطة، وتشغل المؤسسات الصغيرة حوالي 8.2 مليون عامل بينما المؤسسات المتوسطة تشغل حوالي 2.3 مليون عامل، كما أن نسبة 80% من هذه المؤسسات تبدأ بتمويل ذاتي، أما فيما يخص مجال الإبداع والابتكار وخلال عامي 2011 و2013 فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كندا حازت على نسبة 27% من إجمالي نفقات البحوث والتنمية، أي ما يعادل قيمة 13 مليار دولار كندي، وهذا حسب احصائيات ديسمبر 2015، وفي سنة 2013 صدرت كندا ما قيمته 420 بليون دولار من سلع وخدمات، ساهمت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقيمة 106 بليون دولار منها، كما ساهمت بنسبة 30% من الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2014، كما تلعب المرأة دورا بارزا في مجال المقاوله حيث سجلت نسبة 15.7% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة النسوية¹⁰³.

¹⁰¹ زهراء محمد حسن، المشروعات الصناعية الصغيرة في العراق وسبل النهوض بها للفترة (2000_2012)، مجلة الدنانير، العدد الثاني عشر، العراق، 2018، ص 135.

¹⁰² صلاح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 132.

¹⁰³ Key small business statistics.june2016, disponible sur le lien :

<https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/03028.html> /17/11/2016.

ثانياً: فرنسا: في سنة 2012 بلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية حوالي 3.55 مليون مؤسسة، منها 3.37 مليون مؤسسة صغيرة جداً توظف حوالي 2.8 مليون عامل، وتساهم بـ 21% من رقم الاعمال، و136400 مؤسسة صغيرة ومتوسطة توظف حوالي 4.3 مليون عامل وتساهم بنسبة 23% من رقم الاعمال.

ثالثاً: الولايات المتحدة الأمريكية: يوجد بها حوالي 24 مليون مؤسسة صغيرة ومتوسطة، تساهم في توليد 52% من فرص العمل لدى القطاع الخاص، وأكثر من نصف الدخل الوطني، كما تمثل 80% من الابتكارات الجديدة في السوق الأمريكي، وتمتد 67% من العاملين بفرص العمل والتدريب الاوّل لهم¹⁰⁴.

رابعاً: اليابان: من التجارب الغنية في هذا المجال نجد التجربة اليابانية، والي بنت نخضتها الصناعية معتمدة بالدرجة الأولى على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث أن المؤسسات الكبيرة والعملاقة القائمة حالياً، ما هي إلا تجميع لإنتاج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تكاملت أفقياً ورأسياً وأمامياً وخلفياً مكونة فيما بينها تلك المؤسسات الصناعية العملاقة، وكانت أول خطوة لتشجيع تنمية وتطوير هذه المؤسسات في اليابان، إقرار قانون أعتبر بمثابة دستور لهذه المؤسسات، والمسمى القانون الأساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث شدد هذا القانون على ضرورة القضاء على كافة العقبات التي تواجه هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحاولة تذليلها ومحاولة ردم الفجوة في الإنتاجية بين هذه المؤسسات والمؤسسات الكبيرة، كما نظم القانون الإعفاءات من الضرائب والرسوم، ووضع القواعد والنظم التي تقوم بها الحكومة اليابانية بموجبها بتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بتوفير الإمكانيات لرفع مستوى التكنولوجيا المستخدمة في هذه المؤسسات ومعاونتها على تسويق منتجاتها وتشجيع المؤسسات الكبيرة على التكامل معها، وتحديث ما لديها من آلات ومعدات وتنظيم العلاقة بين أصحاب المؤسسات والعمال¹⁰⁵.

خامساً: التجربة الهندية: من أوائل التجارب الهامة تجرية الهند، والتي ترجع إلى عام 1954، وقد إتبعته الهند برنامج متكامل لمساعدة وحماية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث يتضمن نوع من التمويل غير المباشر أو الدعم، فقد حددت الحكومة الهندية عدداً كبيراً من السلع يقتصر إنتاجها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فلا يجوز لأي قطاع آخر إنتاجها، كما أن الحكومة تعطي الحوافز لمنتجي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث أعطت علاوة سعرية بنسبة 15% عن السعر الذي تباع به المنتجات كتشجيع لهذه المؤسسات مع تشديد الرقابة على جودة المنتجات. كما أن هناك بعض التيسيرات تمنح لهذه المؤسسات مثل الإعفاءات الضريبية وإعداد المناطق الصناعية الملائمة لتوطنها، كما أن هناك برنامج متكامل لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق منح القروض الميسرة، من

¹⁰⁴ ميساء حبيب سلمان وسهير العبادي، مرجع سبق ذكره، ص 40.

¹⁰⁵ نشأت مجيد حسن الوندائي، مرجع سبق ذكره، ص 126.

بنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أو من بنك التنمية الصناعية، وتجدر الإشارة إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاد الهندي تنتج حوالي 38% من إجمالي الإنتاج الصناعي، وتستوعب أكثر من 50% من العمالة الصناعية¹⁰⁶.

كما زادت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تشغل أقل من 100 عامل، من 1638 ألف مؤسسة عام 1992، إلى 4370 ألف مؤسسة عام 2007، مما أدى بدوره لزيادة فرص العمل من 12,83 مليون فرصة عمل في 1992_1993 إلى 22,17 مليون فرصة عمل في 2006_2007.¹⁰⁷

4.3.3. مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاديات العربية

ربما كانت الحاجة إلى إقامة مؤسسات صغيرة ومتوسطة والتوسع فيها في الدول النامية، أكثر إلحاحا عنها في الدول المتقدمة، فليس صحيحا أن التنمية الإقتصادية تعتمد على المؤسسات الكبيرة فقط، فقد أظهرت التجارب العديدة أن النمو الإقتصادي إذا ما أريد له أن يكون مفيدا وصحيا للمجتمع، يجب أن يتم في مجالات عديدة، تشمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والزراعة والخدمات.

أولاً: التجربة المصرية: نظرا لأهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مصر، فقد إهتمت الحكومة المصرية بتنميته والنهوض به لتمييزه بالقدرة على توفير فرص عمل منتجة، والتخفيف من مشكلة البطالة في مصر، فضلا عن ما ينتجه القطاع من سلع ترتبط بالحياة اليومية للمواطنين كالمنتجات الغذائية والكيمياوية والنسيجية والمعدنية¹⁰⁸، فمن ناحية نجد أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمثل الجانب الأكبر من نشاط القطاع الخاص، وطبقا للتقديرات فإن هذه المؤسسات توفر 99% من إجمالي حجم التوظيف في القطاع الخاص غير الزراعي¹⁰⁹، وتحقق 80% من إجمالي القيمة المضافة لقطاع الأعمال الخاص في مصر، وتشغل 66% من إجمالي القوى العاملة، وفيما يتعلق بالملكية فإن ثلثي المؤسسات الصغيرة ملكية فردية والثلث الأخير مملوك بالشراكة، أما ثلثي المؤسسات المتوسطة فهي مملوكة بالشراكة¹¹⁰.

ثانياً: التجربة العراقية: لقد إحتلت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ركنا هاما في الإقتصاد القومي ومسيرة التنمية، وإنتشرت هذه المؤسسات في أنشطتها على مدى مناطق جغرافية واسعة، فضلا عن المردود الإقتصادي لتلك المؤسسات في الناتج المحلي وسد إحتياجات السوق المحلية، فقد كانت نسبة تلك المؤسسات عام 2000 إلى ما

¹⁰⁶ أمينة زكي شبانة، دور الصناعات الصغيرة في الدول النامية مع إشارة خاصة لمصر، المجلة العلمية لكلية التجارة، العدد 19، جامعة الأزهر، مصر، ديسمبر 2001، ص 193.

¹⁰⁷ شريف غباط ومحى الدين مكاحلية، مرجع سبق ذكره، ص 210.

¹⁰⁸ صلاح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 145.

¹⁰⁹ محمد عبد الفتاح العشماوي، دور الصناعات الصغيرة في دعم التنمية الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة لندوة تطوير إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، القاهرة، 2006، ص 41.

¹¹⁰ محمد عبد الفتاح العشماوي، واقع ومستقبل الصناعات الصغيرة، ورقة بحثية مقدمة لندوة تطوير إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، القاهرة، 2006، ص 87.

يقارب 98% من مجموع المؤسسات الصناعية في العراق، وبلغ عددها 77167 مؤسسة، حسب ما ورد في المجموعة الإحصائية لعام 2001، وتمثل ما نسبته 57% تقريبا من إجمالي عدد العاملين في المؤسسات الصناعية المختلفة البالغ عددها 286679 مؤسسة، وهذا ما يؤكد مساهمتها الفعلية في خلق فرص التنمية الاقتصادية والاجتماعية المتوازنة من حيث العمالة والخدمات¹¹¹.

ثالثا: التجربة الأردنية: لقد شكلت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تستخدم أقل من 5 عمال ما نسبته 89.5% من مجموع المؤسسات في القطاع الصناعي التي تبلغ 18980، وتساهم في 22% من الناتج المحلي للأردن، وبلغ عدد العاملين في تلك المؤسسات 43892 تشكل ما نسبته 20% من مجموع قوة العمل، وتقدر معدل كلفة الفرص الإستثمارية 6500 دينار للمؤسسات الحرفية الصناعية، و500 دينار في المؤسسات اليدوية، وتتركز عمل المؤسسات بشكل عام على الأعمال الخشبية والألبسة والمنتجات الجلدية والغذائية والصناعات التجميعية والتراثية¹¹².

4.3. التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إستنادا إلى مفهوم وخصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبالإضافة إلى إستقراء المكانة التي تتبوأها هذه المؤسسات والدور الكبير الذي تلعبه، وبالنظر إلى التغيرات التي مست الأنظمة والأدوات الاقتصادية في العقد الأخير من القرن العشري من تغيرات في التكنولوجيا والإتصال والمنافسة، أدت إلى حدوث تعديلات جذرية على توجهات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي أصبح لزاما عليها التكيف مع تحديات القرن الواحد والعشرين من أجل البقاء والاستمرارية، حيث وبالرغم من المشاكل والعقبات التي تعوق إقامة وتنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يمكن الوقوف على مسببات هذه المشاكل وبالتالي إمكانية إقتراح سبل للتغلب عليها، والوصول إلى حلول لنجاح هذه المؤسسات.

1.4.3. معوقات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يتفق المهتمون والدارسون لهذا النوع من المؤسسات أنها تعاني من معوقات عديدة متداخلة من حيث أسبابها ونتائجها، وهي مشاكل تختلف في طبيعتها عن تلك التي تواجهها المؤسسات الكبيرة،

أولا: التمويل: إن مشاكل الإئتمان والتمويل التي تعتبر من أهم المشكلات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من حيث شروط الإقتراض الصعبة وعدم القدرة على التسديد، وكذا طلب البنوك التجارية لضمانات عينية ذات

¹¹¹فائق مشعل قدوري، الصناعات الصغيرة: المحددات والآفاق التطويرية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 3، جامعة تكريت، العراق، 2006، ص 16.

¹¹²فائق مشعل قدوري، مرجع سبق ذكره، ص 16.

قيمة، نادرا ما تتوفر لدى هذه المؤسسات، وتفضيلها تمويل المؤسسات الكبيرة على حسابها، وغياب ميكانيزمات تغطية المخاطر المرتبطة بالقروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (خطر سعر الصرف، تغير أسعار الفائدة)، زيادة على عدم توفر صندوق خاص بضمان القروض، كما لا تستفيد هذه المؤسسات عادة من تمويل الإمتياز ممثلا في خطوط قروض خارجية، وقد أكد تحقيق أعده البنك العالمي أن حوالي 80% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل تحقيق تم إنشائها بأموال خاصة بنسبة 100%، وهو ما يترجم صعوبة تحرير قروض من النظام المالي والبنكي بسبب شروط الإقتراض الصعبة ومستوى الضمانات المطلوبة¹¹³.

وتأسيسا على ما سبق، يمكن تلخيص ذلك في النقاط التالية¹¹⁴:

- إرتفاع درجة المخاطرة البنكية المرتبطة بإقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإرتفاع نسبة فشلها وقابليتها للتعثّر والإختيار، بفعل التغيرات الاقتصادية التي يتعرض لها السوق.
- عدم قدرة هذه المؤسسات على توفير الضمانات التقليدية اللازمة للحصول على التمويل اللازم وهذه الضمانات تعد من أهم متطلبات الحصول على الإئتمان من البنوك التجارية.
- يؤدي إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى أرتفاع التكاليف الإدارية التي تؤثر على حجم أرباح البنوك.
- تميز البنوك التجارية لصالح المؤسسات الكبيرة، إذ لا يوجد بينهما في أغلب الأحيان روابط ومصالح مشتركة، وتأخذ هذه الروابط شكل الإدارة المشتركة والملكية المشتركة والصفقات المشتركة كذلك.
- عدم وجود معاملة تفضيلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من البنوك التجارية سواء في سعر الفائدة أم مدة السداد، فضلا عن ضعف خبرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال إدارة الأعمال وعدم الدراية الكافية بأساليب التسويق، وعدم سلامة الهيكل التمويلي لهذه المؤسسات، مما يجعل رأس المال المدفوع الظاهر في الميزانية ضئيلا تحسبا للمساءلة الضريبية.

ثانيا: مشاكل اقتصادية: وهي المشاكل الخاصة بمناخ النشاط الاقتصادي، أو مناخ الاستثمار بصفة عامة، والتي تعني حدوث انكماش (ركود) في النشاط الاقتصادي أو أحد قطاعاته، حيث أن ظهور بؤادر الركود الاقتصادي يلزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التوقف ولو مؤقتا عن العمل، وهذا خوفا من تحقيق الخسارة، بالإضافة إلى أن طول مدة حدوث الركود يؤدي إلى الحد من قدرة المؤسسات على تحمل الخسارة والاستمرارية في العمل، حيث أن هذه الاستمرارية تكافئ على تحقيق أعلى نسبة من المبيعات، ولكون هذه المؤسسات لا تحوي احتياطا كافيا من الأموال فهذا يعني فشلها وعدم مواصلتها التواجد في السوق.

¹¹³ عبد الرحمن بن عنتر وعبد الله بلوناس، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين تحدي المعوقات وضرورة دعم قدراتها التنافسية في ظل المنافسة الدولية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 14، العدد 1، العراق، 2012، ص 121.

¹¹⁴ فاضل جواد دهش، مرجع سبق ذكره، ص 8

كما أن حدوث التضخم من حيث تأثيره في ارتفاع أسعار المواد الأولية وكلفة العمل، مما سيؤدي حتماً إلى ارتفاع تكاليف التشغيل، وهنا تعترض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مشكلة رئيسية وهي مواجهتها للمنافسة مع المؤسسات الكبيرة، مما يمنعها ويحد من قدرتها على رفع الأسعار لتجنب أثر ارتفاع أجور العمالة وأسعار المواد الأولية¹¹⁵.

كما أن وجود المنافسة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وغيرها من المؤسسات الكبيرة تتسم بالحدة، خصوصاً عندما تجد النوع الأول من المؤسسات نفسه أمام امتياز يحظى به النوع الثاني من المؤسسات، من حوافز الاستثمار وغيرها، وهي واقفة تتفرج ليس بمقدورها هي الأخرى الاستفادة من هذا الامتياز، هو في حد ذاته عائق تعاني منه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لاسيما عندما تحرم من اقتصاد ووفورات الحجم الكبير.

ذاتاً: مشاكل إدارية: سنعرض فيما يلي أهم المشكلات والعراقيل الإدارية التي تواجه هذه المؤسسات.

1. **إجراءات التأسيس:** لعل أهم صعوبة تتعرض لها هذه المؤسسات هي هذه الإجراءات، والتي

تتصف بالتعقيد وطول المدة، ما يجعل أصحاب هذه المؤسسات والذين كانوا في وقت ما يريدون إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة، يضطرون إلى الانسحاب من تنفيذ مشاريعهم، وتمثل هذه الإجراءات في بعض القوانين وللأنظمة المطبقة التي لا تراعي ظروف المستثمر الجديد والصغير، من قلة إمكانياته، وتواضع مستوى خبرته، وصعوبة الحصول على التراخيص اللازمة.

2. **مشكلة التأمينات الاجتماعية:** حيث تشترط هيئة التأمينات الاجتماعية على صاحب العمل

التأمين على كافة العاملين بالمؤسسة أيا كان عددهم، وقد يتقاعس أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن ذلك بسبب قصور الوعي وعدم إدراك مفهوم التأمينات الاجتماعية، أو عدم الرغبة في تحمل أقساط التأمين أو لعدم استقرار العمالة وسرعة دورانها، كما قد يتأخر بعضهم في سداد ما عليهم من مستحقات للتأمينات الاجتماعية إذا لم تتوفر لديهم السيولة الكافية مما يعرضهم إلى دفع غرامات وفوائد تأخير تصنيف أعباء جديدة عليهم.¹¹⁶

3. **مشكلة الضرائب:** يعتبر نظام الضرائب أحد أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء العالم، وتظهر هذه المشكلة من جانبيين سواء لأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث ارتفاع الضرائب، وهي كذلك مشكلة للضرائب نظراً لعدم توافر البيانات الكافية عن هذه المؤسسات مما يعيق عمل جهاز الضرائب¹¹⁷، كما أن هناك

¹¹⁵ إسماعيل محمود الشرقاوي، أسس دراسة المشروعات الصغيرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص 232.

¹¹⁶ لؤي محمد زكي رضوان، المنشآت الصغيرة والمتوسطة السعودية الواقع ومعوقات التطوير، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، يومي 18-22 يناير 2004، ص 117-118.

¹¹⁷ إسماعيل محمود الشرقاوي، مرجع سبق ذكره، ص 233.

إنحياز لقوانين الاستثمارات المطبقة في العديد من الدول العربية إلى المؤسسات الكبيرة وخاصة في موضوع الامتيازات والإعفاءات الضريبية، في حين لا تتمتع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهذه الإعفاءات لكونها غير مشمولة أصلاً بهذه القوانين، أو بأية تسهيلات أخرى، مما يضعها في موقف تنافسي غير مكافئ، إلى جانب ذلك فإن العديد من التشريعات والتطبيقات الضريبية لا تأخذ في عين الاعتبار الأهمية الاقتصادية لهذه المشروعات وحاجتها إلى الدعم المادي بغرض تشجيعها على تطوير فعاليتها وتعزيز دورها في الاقتصاد الوطني¹¹⁸، كما أن ارتفاع إقطاع الرسوم والضرائب المطبقة على أنشطة هذه المؤسسات في طورها الإستغلالي، وارتفاع الضغط الجبائي الذي كان من نتائجه توقف عدة مؤسسات إنتاجية عن النشاط، وبالتالي فقدان العديد من مناصب الشغل، وصعوبات جمركية نتيجة الإجراءات المتخذة من طرف الإدارة الجمركية، التي لم تتكيف بعد مع القوانين والآليات الجمركية والبعد عن التطبيقات والأعراف الدولية¹¹⁹.

4. **مشاكل التشريعات المنظمة لسوق العمل:** حيث يؤدي تدخل الحكومات ونقابات العمال في سوق العمل، لتحديد الحد الأدنى للأجور ولسن الالتحاق بالعمل وتنظيم تشغيل الإناث والأطفال، ونظم الإجازات والمكافآت إلى تغيير فرص العمل التي يمكن أن توفرها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.¹²⁰

5. **مشاكل العقار الصناعي:** من بين العراقيل التي واجهت المستثمرين هو عدم الاستقرار وعدم تنظيم آليات الحصول على العقار الصناعي وكذلك الحالة السيئة التي تعيشها أغلبية المناطق الصناعية حيث عرف العقار توزيعاً غير مدروس، إذ نجد الكثير من الأراضي مازالت بوراً أو استغللت لنشاطات أخرى خارج هذا القطاع بينما بقي الكثير من المستثمرين الحقيقيين أو الذين يريدون توسيع نشاطهم يعانون من هذا المشكل.¹²¹

6. **تحديات تقنية المعلومات:** وضرورة تطوير منظومة التعليم الفني المتوسط لخلق العمالة الماهرة والمتدربة، إضافة إلى تحديات في النقص الكبير في مستلزمات الإنتاج، وارتفاع تكلفتها ونقص الخبرة والإمكانات والدراسات والأبحاث، وعدم مقدرتها على إستيعاب التكنولوجيا الجديدة، بسبب نقص التمويل، حيث أن غالبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي لم تستطع البقاء

¹¹⁸ نبيل جواد، مرجع سبق ذكره، ص 103.

¹¹⁹ عبد الرحمن بن عنتر وعبد الله بلوناس، مرجع سبق ذكره، ص 122.

¹²⁰ عثمان خلف، مرجع سبق ذكره، ص 64.

¹²¹ عبد الرحمان بن عنتر، واقع مؤسساتنا الصغيرة والمتوسطة وآفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد الأول، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2000، ص

والإستمرارية إنما كان سبب ذلك في عدم كفاية إمكانياتها في الإعداد والتدريب والتهيئة وكذا الإستفادة من التقنيات والتكنولوجيا¹²².

فنقص المعلومات يتعلق بالأساس بعدم وجود متابعة والتي يمكن أن تحدث عن طريق مختلف التحريات الميدانية، ضف إلى ذلك عدم وجود معلومات دقيقة وتشخيص دقيق أيضا عن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وكما أسلفت آنفا فإن نقص الخبرة التنظيمية والتسييرية يعد هو الآخر مشكل عويص تعاني منه هذه المؤسسات، حيث أن الافتقار إلى التدريب الجيد للعمال والمسيرين ونقص خبرة المختصين بجايا هذه المؤسسات، كل ذلك يؤدي إلى انعدام إن صح التعبير وجود أدنى مقومات للخبرة التنظيمية والتسييرية، خاصة في وقتنا الحالي، هذا الوقت المتميز بالسرعة والكفاءة والخبرة.

رابعا: مشاكل تسويقية: تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من صعوبات خاصة في مجال التسويق، فمالها يتحمل العديد من الوظائف، إلا أن يفتقر إلى الموارد والكفاءات للتسويق الأمثل¹²³، ويمكن تلخيص الصعوبات التسويقية في النقاط التالية:¹²⁴

- يفتقد أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى المهارات اللازمة لمسك السجلات المحاسبية وتوثيق العمليات المالية.
- ضعف في القدرات والمهارات الإدارية لدى أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعدم إستفادتهم من متطلبات الإدارة الحديثة اللازمة لإدارة التشغيل والإنتاج، مما يؤدي إلى تميز أعمالهم بضعف التخطيط في هذه المجالات.
- عدم قدرة المؤسسات في الحصول على المواد الأولية بكلفة أقل، مما يعني أن منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون أعلى كلفة نسبيا، وفي الغالب يؤثر على قدرتها التنافسية.
- نقص المهارات في مجالات التسويق وتوطين التكنولوجيا والقدرة على مراقبة وتطوير وتحسين الإنتاج.
- لا تحظى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بفرص كبيرة في دخولها الأسواق التصديرية لضعف قدراتها التسويقية والترويجية بتلك الأسواق.

خامسا: مشاكل فنية: تعتبر الدراسات الفنية ودراسات الجدوى الاقتصادية وتوافر المعلومات الحديثة والدقيقة حول حركة الأسواق والبيئة الاقتصادية، من المستلزمات الضرورية لإقامة وإستمرار أي مشروع خاصة في المجال الصناعي، ومن المؤسف حقا فإن أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في منطقة الخليج العربي تعاني من نقص ملحوظ في هذه

¹²² فضيلة سلمان داود وصادق راشد الشمري، مرجع سبق ذكره، ص 11.

¹²³ محمد مكي بن سعدو الجرف، مرجع سبق ذكره، ص 163.

¹²⁴ فاضل جواد دهش، مرجع سبق ذكره، ص 8.

المجالات مجتمعة، وينعكس ذلك على مستوى تكاليف الإنتاج وأسعار البيع والتسويق بصفة عامة، وعدم القدرة على مواكبة التطورات الحديثة لإنتاج السلع والخدمات التي تلي رغبات المستهلكين وفق المواصفات الدولية المطلوبة لكسب رهان المنافسة¹²⁵.

سادسا: مشاكل متصلة بالمجور: يمثل الحجم الصغير قيودا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حينما تكون اقتصادات الحجم عاملا رئيسا في أية مرحلة من مراحل سلسلة القيمة مما ينقص من قدرتها على المنافسة، كما يعوق صغر الحجم المؤسسة في الدخول في الأنشطة ذات المخاطر المرتفعة، حيث تتطور التكنولوجيا بخطى سريعة للغاية وتعتمد على استثمارات ضخمة في البحث والتطوير، وتستهدف الاستثمارات السوق العالمية منذ البداية، وأيضا، فقد ثبت أن إصدار شهادات تفيد بالالتزام بمعايير الإنتاج والعمليات الصناعية مكلف للغاية بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الأمر الذي يزيد من صعوبة اندماجها في سلاسل القيمة العالمية¹²⁶.

سابعا: ضعف ثقافة الريادة: يبدو أن المشكلة المركزية ستكون عدم تقدير ثقافة الريادة داخل المجتمع عموما، وحتى بدرجة أكبر داخل القطاع العام، وتعرف ثقافة الريادة في المجتمع بأنها الثقافة التي يحترم فيها المجتمع الإقدام ويكافئ أخذ المغامرة عبر الإتاحة للأفراد لتحقيق أرباح من خلال أنشطة شرعية، وهي الثقافة التي تكافئ المبادرات والإبتكارات الفردية والجماعية لكل مواطنيها، على حد سواء، وهي الثقافة التي لا يكون فيها الفشل وصمة، وتبقى تكاليف الفشل عند مستويات متدنية، وهي الثقافة التي توفر بيئة من شراكة الريادة والتعاطف مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وهذه النقطة ذات أهمية خاصة، فتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يتم في الفراغ، وإذا ما إفتقدت ثقافة الدولة والمؤسسات التعليمية، والهيئات التشريعية والبنوك، وقطاع المهن والأعمال الكبيرة لروح التبنّي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سيكون من الصعب على الرياديين في هذا القطاع إقامة مؤسسات صغيرة ومتوسطة، لذلك ينبغي أن تكون بيئة العمل داعمة ومشجعة للرياديين في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹²⁷.

إن التحديات السابقة الذكر لا تقلل من امكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقدرتها على المساهمة بدور مكمل للمؤسسات الكبيرة من خلال ما تتمتع به خصائص ومزايا تؤهلها للمساهمة في زيادة الناتج وتشغيل عدد لا بأس به من اليد العاملة.

¹²⁵ أحمد عارف العساف، مرجع سبق ذكره، ص 70.

¹²⁶ صلاح حسن، دعم وتنمية المشروعات الصغيرة حل مشاكل البطالة والفقر، دار الكتاب الحديث، مصر، 2013، ص 114.

¹²⁷ ليث عبد الله القهوي وبلال محمود الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 107.

2.4.3. أسباب فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعرض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كغيرها من المؤسسات الأخرى الى حالات معينة من الفشل، وذلك بسبب تعرضها إلى محددات خاصة بالموارد وعدم توفر الخبرة الادارية والنقص في مسألة الاستقرار المالي، ويمكن الاشارة الى بعض الاسباب في النقاط التالية:

أولاً: عدم أهلية وجدارة الإدارة: تتمثل في ضعف الكفاءة وضعف القدرة على اتخاذ القرارات وعدم امكانية توظيف الموارد المالية والبشرية في مجالات تعظم مخرجاتها، فضلاً عن عدم وجود فلسفة ادارية واضحة المعالم والابعاد، كما ان المدراء في هذه الاعمال لا يمتلكون القدرة على تأدية مهامهم بنجاح، حيث يتصف المالك بضعف قدرته القيادية، وعدم توفر المعرفة الضرورية لإدارة الأعمال، وأن العديد من مدراء هذه المؤسسات لا يعرفون ما ينبغي اتخاذه او اعتماده بهدف تحقيق الكفاءة والنمو في هذه الاعمال¹²⁸.

ثانياً: التمويل غير المناسب: قد يكون الأمر مرتبط برقابة إدارية ومالية غير ملائمة، وكذلك نقص رؤوس الأموال اللازمة للأعمال أو غير ذلك، كذلك يفترض الاهتمام بتوفر الاموال الكافية والمناسبة لبدء الأعمال، كما يجب عدم إهمال أهمية وجود الموارد البشرية اللازمة والجيدة للأعمال من جانب آخر، ومن الضروري إدارة هذه الأموال بشكل متميز لخلق حالة موازنة صحيحة ومطلوبة لنجاح المؤسسة، وفي الجانب المالي يوجد العديد من الطرق لجعل الأعمال فاشلة، مثل التوسع غير المدروس في منح الإئتمان، زيادة الإستثمار في الأصول الثابتة دون مبرر، وتوظيف أفراد غير ملائمين للعمل في الأنشطة المحاسبية والمالية¹²⁹.

ثالثاً: الطموح المفرط: إن التوسعات الكبيرة غير المخططة، والتي لا تتناسب مع إمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تعد سبباً في فشل هذه المؤسسات، فتنفيذ إنشاءات كبيرة في المباني والأثاث، وإضافة طاقة إنتاجية بغرض رفع الإنتاج، وإضافة منتج جديد أو شراء مخزون سلعي كبير، كل ذلك يؤدي إلى وجود طاقات عاطلة وإرتفاع عبء التكاليف الثابتة، وخلق أزمة من السيولة اللازمة للتشغيل، لذلك إستوجب الأمر عدم الإفراط في الطموحات والتوسعات وربط ذلك بإحتياجات المؤسسة العملية من جهة، وأولوياته وإمكانياته من جهة ثانية¹³⁰.

رابعاً: تسعير المنتج: في كثير من الحالات يكون المنتج جيداً، وأحياناً متميز، لكن صاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة يضع أسعاراً عشوائية عادة ما يكون مغالي فيها، فمهاره تسعير المنتج لديه مفقودة، وفي هذه الحالة سوف تفشل المؤسسة¹³¹.

¹²⁸فلاح حسن الحسيني، ادارة المشروعات الصغيرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2006، ص31.

¹²⁹طاهر منصور الغالي، ادارة واستراتيجية منظمات الاعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر، الاردن، 2009، ص40.

¹³⁰نبيل جواد، مرجع سبق ذكره، ص164.

¹³¹سيد كاسب وجمال كمال الدين، المشروعات الصغيرة الفرص والتحديات، مشروع الطرق المؤدية إلى التعليم العالي، جامعة القاهرة، القاهرة، 2000، ص18.

خامساً: الإلتزام إلى التخطيط الإستراتيجي: إن العديد من أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يهملون عملية التخطيط الإستراتيجي، لأعتقادهم بعدم ضرورتها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولكن الفشل في التخطيط يؤدي إعتياديا لفشل المؤسسة في البقاء والإستمرارية، إذ بدون الخطة الإستراتيجية لا تتمكن المؤسسة من تحقيق الميزة التنافسية في السوق والمحافظة عليها، حيث إن وضع خطة إستراتيجية تؤدي لتمكن صاحب المؤسسة من تقدير إمكانيات عمله، ومعرفة ما الذي يرغب المستهلك في شراؤه، من هو المستهلك المستهدف، وكيف يمكن جذب المستهلكين والمحافظة عليهم¹³².

سادساً: الموقع غير الملائم: تعتبر عملية إختيار الموقع الملائم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي مزيج من العلم والفن، وغالبا ما يتم إختيار مواقع العمل بدون دراسة جيدة وبدون بحث وتخطيط، إذ أن بعض المالكين المبتدئين يخترون موقعا فقط لمجرد وجود بناية شاغرة، فعملية إختيار الموقع من الأمور الهامة ويجب أن لا يترك للفرصة، وتظهر أهمية ذلك بشكل خاص في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل بالتجزئة، والتي تكون شريانها الحيوي هو المبيعات التي تتأثر بشدة بإختيار الموقع، كما أن العامل الآخر الذي يؤخذ بعين الإعتبار في إختيار الموقع هو المبلغ المخصص للإيجار، حيث يكون ملزما على صاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة أن يوازن بين التكلفة وتأثير الموقع على المبيعات¹³³.

سابعاً: سوء إدارة المخزون: وتتمثل في عدم توازن كمية المخزون وتقديرات الشراء الخاطئة، فالكثير من قرارات الشراء والتخزين لم تتخذ بشكل رشيد، وكان يغلب عليها الصفة العاطفية والإنفعالية، بسبب عدم الخبرة في السوق، مما أدى إلى توظيف رأس المال العامل في المخزون مما يؤدي إلى زيادة التكاليف بدون مبرر¹³⁴، كما أن أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يستثمرون مبالغ كبيرة في المخزون السلعي، ولذلك فإن السيطرة على المخزون تعد من المسؤوليات الإدارية الأساسية، حيث أن عدم كفاية مستويات المخزون تؤدي إلى التقصير في خدمة العملاء، مما يؤدي لإحتمال تحولهم إلى أية مؤسسات صغيرة ومتوسطة أخرى للحصول على تلك السلع، ومن الضروري توفر الكميات المناسبة من المخزون على أن لا تكون أكثر من المطلوب، وإلا أدى ذلك لخسارة فرصة إستثمار تلك المبالغ في مجالات عمل أخرى¹³⁵.

¹³² ماجدة العطية، مرجع سبق ذكره، ص 19.

¹³³ نفسه، ص 20.

¹³⁴ مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 66.

¹³⁵ ماجدة العطية، مرجع سبق ذكره، ص 20.

3.4.3. عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد إتضح من إستعراض المشكلات والمعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أنها تساهم بشكل مباشر في إعاقه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن تحقيق أهدافها، وقد تصل بها إلى مرحلة الفشل، والسبب الرئيسي للفشل لا يرجع إلى صغر حجم هذه المؤسسات، بقدر ضعف إمكانياتها وكفاءتها، لذا يكون من المهم أيضا أن نتناول العوامل المطلوب توافرها لمساعدة هذه المؤسسات على تحقيق النجاح، حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نظم إنتاجية مفتوحة، يتأثر إنتاجها بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية، والتي يجب توافرها في هذه المؤسسات، لكي تستطيع أن تأخذ المسار الصحيح وتحقق النجاح المأمول، وتشمل هذه العوامل ثلاث مجموعات من العوامل هي: مجموعة العوامل المتعلقة بشخصية صاحب المؤسسة، ومجموعة العوامل المتعلقة بالبيئة الداخلية للمؤسسة، وأخيرا مجموعة العوامل المتعلقة بالبيئة الخارجية التي لا بد من توافرها لضمان نجاح هذا القطاع¹³⁶، ويمكن تلخيص كل ما سبق في الجدول الموالي:

الجدول رقم (11.3): أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

عوامل مرتبطة بمالك المؤسسة	عوامل مرتبطة بالأنشطة الادارية والوظيفية
<p>خلال اول ثلاث سنوات من عمر المؤسسة لا بد من توفر:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● الثقة بالنفس. ● التفرغ الكامل للعمل. ● العمل بجد لفترة طويلة خلال اليوم، مع القدرة على التوقف عن العمل في الوقت المناسب. ● المعرفة السابقة بطبيعة المنتجات والخدمات التي سيتم التعامل فيها. <p>خصائص رائد الاعمال الناجح:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● الصحة، الحس الجيد بالزمن، الثقة، الابتكار، الاستقلال، الاخلاق، التكيف، الحكم الجيد، التخيل. ● العمر يتراوح ما بين 31-50 سنة. ● التعليم: متوالعمل، سط فترة التعليم 14 سنة. ● الخبرة: متوسط فترة الخبرة في مجال 13 سنة. ● توافر خبرة ادارية واعطاء الجزء الاكبر من وقت العمل للمهام الادارية الاستراتيجية وتفويض المهام الروتينية. <p>العوامل التي تؤثر على الأداء الجيد للمدير:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● الوقت المقضي مع العميل. ● الوقت المقضي في التخطيط.. ● الوقت المقضي في العمل. 	<p>الاهتمام بالتخطيط المسبق</p> <p>بالنسبة لخصائص التشغيل يجب توافر:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● القدرة على ابتكار تكنولوجيا انتاج جديدة. ● توافر الموارد اللازمة للتكيف مع التكنولوجيا الجديدة. ● القدرة على توفير العمالة المناسبة عند مستوى اجور تنافسي. <p>بالنسبة لإستراتيجية المنافسة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● لا بد من توافر ميزة تنافسية خاصة. ● التخصص في المنتجات. ● التخصص في العملاء. ● كلاهما (المنتجات والعملاء).

المصدر: هالة محمد لبيب عبنة، ادارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الادارية، مصر، 2002، ص 45.

¹³⁶فاطمة عبد اللطيف الصبني وآخرون، ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2018، ص 327.

أولاً: العوامل المتعلقة بخصبة صاحب المشروع: نظراً لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تابعة للقطاع الخاص، ويكون الربح هو الحافز المحرك لها في هذا القطاع، فإن تحقيق هذا الهدف يتطلب الآتي¹³⁷:

- طول فترة العمل اليومي، والإنضباط في العمل.
 - إجادة العديد من المهارات الهامة مثل اللغة الإنجليزية، الحاسب الآلي، الخلفية الإدارية، إكتساب المهارات الفنية.
- وتحقيق هذه المتطلبات يستلزم توافر مجموعتين من الخصائص، تتعلق المجموعة الأولى منها بالخصائص التي يجب أن يتميز بها صاحب المشروع، وتتعلق المجموعة الثانية منها بالعوامل التي تجعل أداء صاحب المشروع يتصف بأنه جيد، ويلاحظ أن عدم توافر هذه العوامل قد يؤدي إلى فشل المشروع وعدم الإستمرار في نشاطه.
- أما الخصائص التي يجب أن يتمتع بها صاحب المؤسسة لكي يحقق النجاح، فيمكن إجمالها في النقاط التالية¹³⁸:

- الثقة بالنفس، الجدية في العمل والإستعداد للتكيف مع ظروف العمل.
 - التفرغ الكامل للعمل وفصل الظروف الأسرية عن ظروف العمل.
 - الحالة الصحية الجيدة، الإلتزام بالأخلاق، القدرة على إدارة الوقت والقدرة على إدارة الاجتماعات، بالإضافة إلى الرغبة في تحمل المخاطر، والرغبة في الإنجاز، الرؤية المستقبلية، والقدرة على الإبتكار والإبداع، والتميز بفن التفاوض.
 - إكتساب الحد الأدنى من الخبرة قبل تأسيس المؤسسة، حيث تكون فرصة صاحب المؤسسة في إكتساب الخبرة بشكل عملي وسريع أكبر في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك لإرتباطه المباشر بأنشطة المؤسسة.
- كما أن هناك عوامل أخرى تتلخص في النقاط التالية¹³⁹:
- إعداد دراسة جدوى موضوعية وواقعية وليست وهمية وشكلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المراد إقامتها قبل البدء فيها، ويجب أت تتضمن هذه الدراسة كلا من الدراسة التسويقية والتمويلية للمؤسسة، وكذا العائد المتوقع من هذه المؤسسات.
 - وجود نظم ولوائح مكتوبة لضبط العمل وتجنب المجاملات والعواطف.
 - إختيار هيكل التمويل المناسب للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعدم المتابعة في القروض وخاصة لتمويل أمور غير مناسبة.

¹³⁷ نفسه، ص 328.

¹³⁸ فاطمة عبد اللطيف الصبيحي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 329.

¹³⁹ مصطفى يوسف كافي، ريادة الاعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، مرجع سبق ذكره، ص 68.

- تواجد صاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة بصفة دائمة في مؤسسته.
 - التسويق الجيد القائم على أسس علمية سليمة وعلى ظروف السوق.
- بينما تكمن العوامل التي تؤدي إلى تميز صاحب المؤسسة بالأداء الجيد، فهي¹⁴⁰:
- تخصيص وقت للتعامل مع العملاء.
 - تخصيص وقت للتخطيط للأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها.
 - تخصيص وقت للعمل ومتابعة تنفيذ الأعمال المطلوب أدائها.

ثانياً: العوامل المتعلقة بالبيئة: يوجد عدد من العوامل اللازم توافرها في البيئة الخارجية التي تعمل بها هذه المؤسسات، والتي تساهم بشكل مباشر في تحقيق النجاح لهذا القطاع، وتتمثل أهم هذه العوامل في الآتي¹⁴¹:

- تحديد جهات معينة تقدم المساعدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي تحتاج إليها لإدارة الأنشطة المختلفة له، كأنشطة التمويل والتسويق، والإنتاج.
 - المساعدة في عملية دعم وتطوير قدرات ومهارات أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال التنسيق مع الجامعات والمعاهد المتخصصة.
 - المساهمة في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها إدارياً وفنياً، من حيث توفير التدريب اللازم، بالإضافة إلى تقديم المساعدات الفنية والتكنولوجية.
 - المساعدة في بناء قاعدة بيانات تلائم إحتياجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتساعد في توفير المعلومات اللازمة لإتخاذ القرارات.
 - التنسيق مع الجهات التمويلية المختلفة لوضع برامج تمويلية متنوعة وداعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تقديم المساعدات التسويقية على المستويين المحلي والدولي، حيث يمكن أن تساعد الغرف التجارية والصناعية في ذلك.
 - التنسيق مع الجهات المختصة لدعم برامج العاملين والمعاشات.
 - تنسيق التكامل مع المؤسسات الكبيرة من خلال توفير المعلومات المتعلقة بالمؤسسات الكبيرة من المواصفات اللازمة لإحتياجاتها من مستلزمات الإنتاج التي تقدمها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- بالرجوع إلى النقاط السابقة يمكن إضافة بعض المتطلبات التي تعمل على نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتلخص في الآتي¹⁴²:

¹⁴⁰فاطمة عبد اللطيف الصبفي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 329.

¹⁴¹فاطمة عبد اللطيف الصبفي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 330.

¹⁴²مصطفى يوسف كاي، ريادة الاعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، مرجع سبق ذكره، ص 67.

- إنشاء هيئة أو إدارة حكومية تكون وظيفتها الأساسية دعم وتوجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق فروعها المختلفة.
- قيام المؤسسات التعليمية المختلفة بعملية الربط العضوي بين التعليم الفني وبين متطلبات نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- دعم وتشجيع الطلب المحلي على منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تشجيع القيام ببحوث تطبيقية تهدف إلى تطوير إستخدام الخامات والموارد المحلية، بما يهدف إلى نشر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- وجود دعم فني ومعنوي من الجهات الرسمية للجهات الحاضنة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- منح أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فترة سماح مناسبة قبل البدء في السداد، وذلك حتى يتمكن من شداد الأقساط المستحقة على هذه المؤسسات من إيراداتها لا من تمويل آخر.
- الإشراف والمتابعة والرقابة وتقييم الأداء المستمر من الجهات الممولة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ثالثاً: العوامل المتعلقة بالمؤسسة: هناك عدة عوامل تتعلق بالأنشطة الإدارية والوظيفية للمؤسسة نفسها، يجب مراعاتها لكي يحقق النجاح، بعض من هذه العوامل يتعلق بمرحلة الإعداد والتجهيز لإنشاء المؤسسة، والبعض الآخر يتعلق بمرحلة التشغيل، وتتمثل هذه العوامل في النقاط التالية¹⁴³:

- الإهتمام بالتخطيط المسبق لأنشطة تشغيل المؤسسة، والتأكد من إستخدام تكنولوجيا إنتاج جديدة، والتأكد من توافر المواد اللازمة للأستفادة من التكنولوجيا الجديدة، وتوافر العمال المناسبة، وأهم خطوة لتجهيز وإعداد المؤسسة الصغيرة والمتوسطة هي إعداد دراسة جدوى له، والتي على ضوءها يمكن وضع خطة عمل تساعد في تحقيق أهدافه، حيث وجد أن من أهم عوامل نجاح المؤسسة هي إعداد دراسة جدوى له، والتي تعطي رؤية عن مدى نجاح المؤسسة أو فشلها.
- الإهتمام بوظائف العملية الإدارية وهي التخطيط والتنظيم والتوجيه والمتابعة والمراقبة، فالتخطيط الجيد يعتبر من أساسيات النجاح في جميع جوانب العمل، كما أن العمل يحتاج إلى تنظيم واضح وتوزيع للسلطات والمسؤوليات، كما أن الإستمرار في مزاوله العمل بنجاح لا يتحقق في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة دون توجيه قيادي لجميع المرؤوسين نحو تحقيق الأهداف المرجوة، كما أن المتابعة والتقييم المستمر للعمل والخطة التنفيذية أمر على درجة كبيرة من الأهمية، بالإضافة إلى ضرورة توفير الرقابة المالية، والرقابة على المخزون، والرقابة على الإنتاج، والرقابة

¹⁴³فاطمة عبد اللطيف الصبيحي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 330 - 331.

على الجودة، كما ينبغي التأكيد على أن وظائف الإدارة الأساسية المذكورة يمكن تطبيقها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بطريقة بسيطة تتلائم مع ظروف هذه المؤسسة وإمكانياتها المحدودة.

● الإهتمام بخلق ميزة تنافسية للمؤسسة من خلال التركيز على جودة المنتجات والخدمات المقدمة، وتكاليف المنتجات، والتخصص في نوع معين من القطاع السوقي، ومعرفة الفرص التسويقية، والحرص على تحسين جودة المنتج، وتحقيق رضا العميل.

● الإهتمام بوظيفة التمويل، التي تساعد في وضع الخطط المالية الملائمة للتعامل مع الجوانب المالية والمحاسبية بطريقة صحيحة تضمن ترشيد التكاليف عن طريق تخصيص الموارد المتاحة وإستخدامها بكفاءة.

كما يجب على أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إتباع أدوات التخطيط المالي كالموازنات التقديرية التي تعبر عن أداة رقابية من حيث مقابلة الأداء الحالي بالأداء المستهدف، حيث إن إذا هناك إنحراف في المصروفات الفعلية عن المقدرة، أمكن للإدارة البحث والتحري لمعرفة الأسباب وإتخاذ إجراءات التصويب له، بالإضافة إلى قائمة التدفق النقدي التي هي أداة تمكن من معرفة التغيرات في رصيد النقدية المتاح في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كل شهر، حيث تقدر كل المقبوضات النقدية مطروحا منها جميع المدفوعات النقدية لتحديد النقدية المتاحة شهريا¹⁴⁴.

5.3. دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في ظل العصر التكنولوجي الهائل وزيادة درجة الإفتتاح الاقتصادي، ومع الإنتشار الواسع للمعلومات، وإرتفاع معدلات التنافسية، أضحت الذكاء الاقتصادي مصدرا جديدا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إمتلاك الميزة التنافسية، وتحقيق الربح، وكذا مدى قدرة هذه المؤسسات على التقاط الفرص المتاحة أمامها بنفس درجة توخي المخاطر المواجهة لها، فالذكاء الاقتصادي هو تلك المجموعة المنسقة من نشاطات البحث، المعالجة، النشر وحماية المعلومة الإستراتيجية، ويعطي لتلك المؤسسات القدرة على التأثير في محيطها، ومدى قدرتها في سرعة الوصول إلى المعلومة وإمكانية إستخدامها، وتوفير الحماية لها والمحافظة على ديمومتها وتطوير أساليب العمل الداخلية، والمساعدة في إتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب.

¹⁴⁴صلاح حسن، التطورات والمتغيرات الاقتصادية الدولية دعم وتنمية المشروعات الصغيرة حل مشاكل البطالة والفقر، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013، ص ص

1.5.3. صفات المؤسسات التي تطبق الذكاء الاقتصادي

قبل التطرق إلى صفات المؤسسات التي تطبق الذكاء الاقتصادي، هناك مجموعة من الأسئلة تطرح من قبل مسيري المؤسسة من بينها¹⁴⁵:

- ما هي التطورات في مجال البحوث التي ستحدث في قطاع نشاط المؤسسة؟؛
- من هم منافسيها؟؛
- أين يمكن العثور على شركاء لتطوير منتجات جديدة؟؛
- كيف يتم تغير السياق في السوق؟؛
- هل السوق الجديد للتصدير قابل للاستمرارية؟.

هذه الأسئلة تتعلق بكل مؤسسة في إحدى مراحل وجودها، فمسيرو المؤسسات الكبيرة عموماً بحاجة أكبر للمعلومات، وهذا هو السبب في أنهم كانوا أول من استخدم الطرق والأدوات الملازمة للذكاء الاقتصادي. في حين معظم مسيرو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يملكون بطبيعة الحال الموارد التي يجب تخصيصها للذكاء الاقتصادي، ولكن كل مؤسسة على مستواها يجب أن تنشئ نظام الذكاء الاقتصادي والذي له تأثير إيجابي على أعمالها، فعملية الذكاء الاقتصادي تكون فعالة في المؤسسات عندما توفر رؤية واضحة للتغيير وتحسن من القدرة على التوقع.

فمسيرو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يقومون باختيار الأدوات والتقنيات القادرة على إنتاج تأثير إيجابي على هيكلها، وهذا ما يؤدي إلى تدابير بسيطة مثل تركيب لوحة المعلومات واستدعاء جميع الموظفين إلى اجتماعات شهرية للمعلومات، وهذا يمكن أن يؤدي أيضاً إلى حدوث تحسن في نظم تخزين المعلومات، وتطوير شبكة داخلية أو الاشتراك في قاعدة بيانات تجارية، كذلك فإن تدابير بسيطة مثل السماح للموظفين بالتسجيل في مكتبة متخصصة لقراءة المجالات أو الكتب المتعلقة بقطاع نشاطها تمكن من تشجيع، تطوير والتكوين المستمر، مما يساعد المؤسسة على البقاء في طليعة قطاعها¹⁴⁶.

بعض المؤسسات لا تنشئ مناصب داخلية مختصة في الذكاء الاقتصادي بل تعتمد على مؤسسات استشارة في هذا المجال، حيث يشعر مسيرو المؤسسات بأنهم بحاجة لمعرفة بيئتهم، لأنه منذ نهاية الستينات من القرن الماضي أصبحت بيئة المؤسسة بشكل متزايد تشهد اضطرابات وذلك في ظل عدم اليقين المتزايد. لتغلب على هذه الصعوبة فإن المسيرين يعترفوا بعدم اليقين بدل من التجاهل، ومنه عليهم التصدي لعدم اليقين والتعرف على البيئة التي تشهد

¹⁴⁵محمد رقامي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

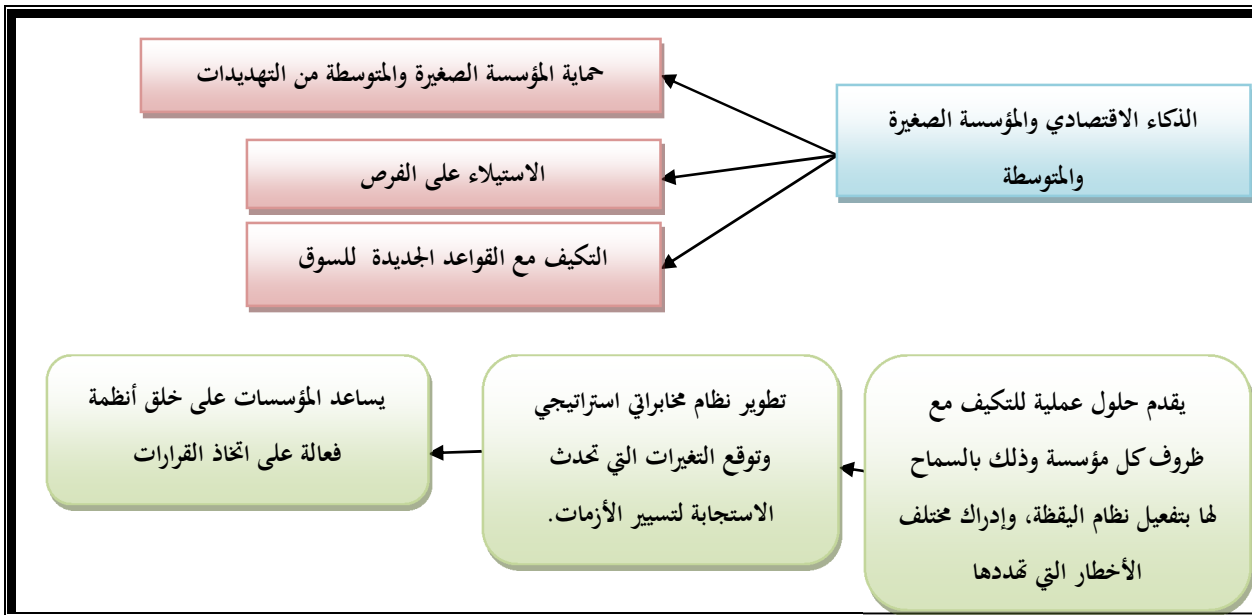
¹⁴⁶محمد رقامي، مرجع سبق ذكره، ص 54.

فوضى، أي أنها غير مستقرة، فلا يمكن التنبؤ بتغيراتها، لقد أحس مسيرو المؤسسات بضرورة الاعتماد على أداة لمراقبة البيئة وذلك ضمن نظام اقتصادي متغير، بشكل عام المعلومات المتاحة لا تضمن اتخاذ قرارات جيدة، لأنه سيكون هناك دائما درجة من عدم اليقين في اتخاذ القرارات. فالمسير يقوم دائما بطلب أكثر للمعلومات ذات القيمة المضافة العالية وذلك لتقليل من عدم اليقين عند إصدار قراراتهم، وحتى بعد اتخاذ القرارات يطلبون المعلومات حتى يتأكدون من أن قراراتهم كانت صائبة. يجب على نظام إدارة المعلومات أن يكون قادر على إدارة التناقض في المعلومات المتاحة، وذلك لتوفير لصانع القرار معلومات ذات قيمة عالية لتمكينه من اتخاذ القرارات التي يقل فيها كثيرا عدم اليقين وذلك لكي يتمكن مسيرو المؤسسات من التكيف بشكل جيد مع احتياجات ومتطلبات بيئة مؤسساتهم¹⁴⁷.

2.5.3. أهمية الذكاء الاقتصادي في حياة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن للذكاء الاقتصادي أهمية كبيرة في بقاء وتوسع نشاط المؤسسة في ظل اشتداد حدة المنافسة وسرعة التطور التكنولوجي، وبالتالي يوفر للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة الحماية من التهديدات الخارجية واستغلال الفرص والتكيف مع مختلف التغيرات الخارجية، ويمكن تلخيص ذلك في الشكل الآتي:

الشكل رقم (2.3): أهمية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



Source :nabila sahnoune, introduction à la démarche d'intelligence économique dans l'entreprises, séminaire des sensibilisations à l'intelligence économique et à la veille stratégique, Alger, hotel el aurassi, Algeria, 23/12/2008, P :3.

¹⁴⁷محمد رقامي، مرجع سبق ذكره، ص 55.

وزيادة على ما تم ذكره، يمكن القول أن الذكاء الاقتصادي يعلب دورا استراتيجيا، يمكن إيجازه في النقاط التالية¹⁴⁸:

- ✓ خلق التعاون بين المتعاملين الاقتصاديين.
 - ✓ خلق روابط بين مختلف المؤسسات والجامعات.
 - ✓ استغلال المعلومة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل ضمان حماية الممتلكات التكنولوجية.
- ويكتسب نظام الذكاء الاقتصادي أهمية خاصة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للدور الكفؤ والفعال في تحقيق النقاط التالية¹⁴⁹:

- توفير إستخدام تكنولوجيا المعلومات بالشكل الذي يتلائم مع توفير متطلبات تنمية المؤسسة، وذلك من خلال تحويل البيانات إلى معلومات منتجة توزع وتستخدم كمعرفة تساعد صاحب المؤسسة على إتخاذ القرارات ورسم الإستراتيجيات.
- خلق نوع من التعاون والروابط بين مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتعاملين إقتصاديا والباحثين ومختلف القطاعات الاقتصادية.
- تطوير المنتجات الجديدة وتحسين كفاءة الأداء من خلال الإبداع والتميز، إذ يعد أهم أداة للتجديد والإبتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عن طريق إستغلال المعلومات لمعرفة القوى المحركة وضمان حماية الممتلكات التكنولوجية.
- زيادة معرفة العاملين في المؤسسة بأنظمة الاتصالات والمعلومات وخاصة الإنترنت، ومن خلال التدريب والتأهيل لإستمرارية مواكبة تطورات السوق والمنافسين وتنفيذ الأهداف وتنمية المؤسسة.
- مواجهة المؤسسة للمشاكل والتحديات المستقبلية، والتي تستوجب توظيف برامج ذكية تراقب وتحدد التغيرات السريعة في البيانات التي يحتزنها المؤسسة والمعلومات المنتجة، والتي يجب تجاوزها لتصحيح مسار المؤسسة وتنميته مستقبلا.
- التحول نحو مجتمع المعرفة والمعلومات من خلال الإستثمار الأفضل للموارد البشرية والإنتقال من بناء الأنظمة المعلوماتية في المؤسسة إلى تجميع وتحليل وتوزيع المعلومات عن جميع العمليات التي يقوم بها المؤسسة كأنشطة الزبائن والبيع والتسويق.

¹⁴⁸ مصطفى بودرامة، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، 23-26 أبريل 2012، ص 584.

¹⁴⁹ شيرين بدري توفيق البارودي، أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق متطلبات تنمية المشاريع الصغيرة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 39، العراق، 2014، ص 74.

وتكمن أهمية الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في آلية تطبيق عمليات الذكاء الاقتصادي ومدى نجاح هذه المؤسسات في تنفيذها، لا سيما وأن إدخال المؤسسات نظام الذكاء الاقتصادي يتطلب اعتماد ديناميكية جديدة في المؤسسات، وإجراءات تنظيمية وتشغيلية قبل البدء بتنفيذ النظام، وذلك لجعله أكثر مرونة وإستجابة لتغيرات السوق والمنافسين، وزيادة فعالية تطبيقه من أجل تنمية المؤسسة ومن أهمها الآتي¹⁵⁰:

- جمع، تخزين، توزيع، تحليل وتنفيذ المعلومات بشكل مخطط ومنظم.
- تحديد أهداف المؤسسة الواجب تحقيقها بشفافية ودقة وموضوعية ومهنية، وفي إطار إستراتيجية تنمية المؤسسة.
- تحديث العلاقات بين وحدات المؤسسة المتكاملة ومستويات الهرم الإداري.
- تغيير بيئة العمل والعلاقات العملية والوظيفية والتقنية.
- تحديد وفهم الوسيلة والمنهجية التي جمعت بها المعلومات وكيفية توزيعها داخل المؤسسة، ومعرفة وبما يتلائم مع نوعية المعلومة والمستويات الإدارية في المؤسسة.
- توضيح أهمية نظام الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعلى المستوى الكلي وفي أبعاده الاقتصادية والإجتماعية والسياسية والتكنولوجية.
- دعم وتعزيز أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والإدارات العليا لتنفيذ نظام الذكاء الاقتصادي، ومن خلال تدريب وتأهيل العاملين، وزيادة معرفتهم بتكنولوجيا المعلومات والإتصالات، وإعتماد مبدأ العمل الجماعي وتفعيل التحاور والإتصال.
- دعم وتطوير البحث العلمي والتكنولوجي وتهيئة الإمكانيات المادية والمعنوية للعاملين أصحاب المعرفة والكفاءات العالية، وإسناد مهمة الإشراف المتابعة والمراقبة لهم.
- وضع وتطبيق نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة من خلال عدة مراحل مترابطة ومتسلسلة وبشكل مرن يساعد على التكيف والتطورات، ومن أجل رفع كفاءة التنفيذ يمكن أن يطبق على مستويات مختلفة.

3.5.3. مجالات إستخدام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

إن توظيف استخدام التكنولوجيا في عالم الأعمال بالشكل الصحيح والفعال يساعد في تحقيق أهداف المؤسسات، وذلك من خلال قوة المعلومات التي تعتبر مكونا أساسيا وأحد الأصول بهدف الوصول إلى اقتصاد المعرفة الذي يعتمد على إنتاج وتوزيع واستخدام المعارف والمعلومات، وتحويل البيانات من مجرد أرقام إلى معلومات ومعارف لمساعدة صناع القرار باتخاذ القرارات الصائبة والإستراتيجية التي تنعكس بشكل جوهري على أسلوب

¹⁵⁰ نفسه، ص 74.

وعمل هذه المؤسسات من أجل تحقيق ربحية أكثر في مجتمع أكثر تنافسية¹⁵¹، ويمكن تلخيص مجالات استخدامات الذكاء الإقتصادي في المؤسسة في العناصر التالية¹⁵²:

أولاً: تطوير منتجات جديدة: لأن دخول منافسين جدد كل وقت، يهدد المؤسسات العاملة في السوق، وذلك بالذكاء الذي يمكن من التنبؤ بالجديد، وهذا يؤدي إلى العمل على الإختراع والإبداع وفق المتطلبات الجديدة، لضمان النجاح والإستمرارية للمؤسسة، وذلك يتم من خلال التطورات التقنية، التجارية والقانونية.

ثانياً: الأبحاث والتطوير: وذلك لأن الذكاء الإقتصادي من طرقه القياس المقارن Benchmarking، والذي يقوم على الدراسة المقارنة للميزة التنافسية، والتي تعتبر أحسن تكوين للتعلم من الآخرين، كما أن دراسة طرق إنتاج المنافسين تسمح بتحسين الإنتاجية وتفاذي الخسائر المالية.

ثالثاً: اتخاذ القرارات: يسمح الذكاء الإقتصادي بإتخاذ قرارات حسنة مهمة مثل الإستثمار، تغيير الإستراتيجية أو مواجهة المنافسين، والذي يمكن من تقليل المخاطر لأن يعمل على التحري الجيد عن المعلومات المتعلقة بالمنافسين في البيئة المحيطة بالمؤسسة، والتي على أساسها يتم إتخاذ هذه القرارات.

رابعاً: تحقيق أحسن المبيعات: حيث يمكن إعتبار الذكاء وسيلة للمتابعين، حيث أن المؤسسة لا يمكنها تحقيق أعلى نسبة مبيعات إذا لم تكن على دراية بالمنافسين، ومنه فإن الذكاء يسمح بتحديد القرارات ومعرفة أو توقع مسبق وتقريبي للأرباح.

خامساً: الحصول على ميزة تنافسية: الميزة التنافسية الأكثر دواما والتي يمكن الحصول عليها من طرف أي مؤسسة، هي النجاح في رؤية السوق بطريقة مختلفة عن المنافسين، حيث أن خلية الذكاء الإقتصادي والتنافسي يمكن أن تغطي هذه الفائدة للمؤسسة، لأنه وحتى يستطيع المنافسون الوصول إلى مستواها، يجب عليهم تغيير مخططاتهم ورؤيتهم للسوق بطريقة مختلفة، وعليه فإن الذكاء الإقتصادي يؤدي إلى الإستمرار والبقاء انطلاقاً من إستعمال المعلومات.

إن الذكاء الاقتصادي يكتسب أهمية خاصة نتيجة لما تشهده بيئات العمل من تغير سريع في البيانات التي تختزنها المؤسسات والمعلومات التي تنتجها، وفي آليات اتخاذ القرار وتعاضم المنافسة على المستويات المحلية والدولية، مما يفرض المزيد من التحديات التي تستدعي توظيف برامج ذكية تساعد في مراقبة أداء العمل وتحديد التغيرات التي يجب إجراؤها، وفي تحديد موقع المنظمة من الأهداف والاستراتيجيات التي وضعتها لنفسها¹⁵³.

¹⁵¹ سهام عبد الكريم، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، 23-26 أفريل 2012، ص 671.

¹⁵² عواطف خلوط وآخرون، دور الذكاء الاقتصادي في دعم إدارة الموارد البشرية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد السابع، جوان 2017، ص 773.

¹⁵³ عواطف خلوط وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 671.

إن الانتقال إلى مجتمع المعرفة يمثل طموحا استثنائيا لدى جميع المجتمعات، بهدف الإستثمار الأفضل للموارد وخلق حالة تفاعلية بين جميع مكونات المجتمع، وربط الأدوات التقنية المستخدمة لبناء نظم المعلومات في قطاع الأعمال مع الأدوات المساعدة في اتخاذ القرارات من أجل بناء استراتيجيات الأعمال اعتمادا على المعلومات والمعارف¹⁵⁴.

خلاصة الفصل

لقد حاولنا في هذا الفصل التطرق إلى ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث أن في موضوع هذه المؤسسات من الصعب وضع تعريف محدد ودقيق لها يخفي الاختلافات التي توجد بين أشكالها المختلفة، هذا التعريف الذي يثير إشكالا كبيرا من دولة لأخرى، وهذا راجع أولا إلى إختلاف الدول من حيث نشاطها الإقتصادي ودرجة نموها، حيث غالبا ما تضع مختلف حكومات وهيئات هذه الدول تعريفات رسمية وإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حتى يسهل تمييزها عن المؤسسات الكبيرة هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد إختلاف الإتجاهات الموضوعية لتعريف هذه المؤسسات، فكل دولة تصنع الإتجاهات التي تجدها مناسبة لهيكلها الإقتصادي والإجتماعي، ما يخلق نوعا من التباين الشديد في التعريف، وبالتالي عدم الوصول إلى تعريف دقيق وشامل محدد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. إن من بين تلك الإتجاهات المستخدمة نجد إتجاهي العمالة ورقم الأعمال وهما الأكثر شيوعا ومناسبة لتعريف هكذا نوع من المؤسسات، نظرا لإستخدامه في المقارنات الدولية نتيجة لتوافر بيانات العمالة ورقم الأعمال في مختلف الإحصائيات، وهذا لا يمنع من إضافة بعض الإتجاهات الوظيفية التي تقرب بشكل كافي التفرقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وغيرها من المؤسسات الأخرى الكبيرة، كل ما قيل يجعل هذه المؤسسات تجمع في طياتها صفات تميزها عن غيرها، بمجموعة فريدة من الخصائص العامة والخاصة، وهذا يؤدي بدوره إلى تنوع هذه المؤسسات من حيث الأنواع، حيث دأب الاقتصاديون على تصنيف هذه المؤسسات حسب عدة إعتبارات، ومن بينها حسب مجال العمل، أو على أساس توجهها، وهذا يعبر عن وجود مجالات يكون فيها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ميزة على المؤسسات الكبيرة سيما عندما تنتج سلع نمطية أو منتجات حرفية أو زراعية، وآخرون فضلوا تقسيمها فقط، حسب الشكل القانوني لها، وهذا في حد ذاته يعتبر تمييزا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأعطاه أهمية كبرى نظرا لما تقدمه من خدمات مهمة للإقتصاد والمجتمع على حد سواء، لما تحققه من أرقام وإحصائيات في كل من العمالة والقيمة المضافة والنتائج الداخلي الخام، وغيرها من الأدوار التي تلعبها هذه المؤسسات، والتي تصب كلها في خدمة المكان الذي توجد فيه، وهذا إن دل فإنه يدل على المكانة الكبيرة التي تحتلها هذه المؤسسات في الإقتصاديات المتقدمة والنامية، ولكن ذلك لا يمنعها من

¹⁵⁴عواطف خلوط، مرجع سبق ذكره، ص671.

احتوائها على بعض المشاكل والصعوبات التي تعيق عملها، وتجعلها تتخبط فيها، وهذه المشاكل يمكن إرجاعها إلى طبيعة هذه المؤسسات، من صغر حجمها ورأس مالها وغيرها، ما يجعلها عرضة لهكذا مشاكل والذي يحول بينها وبين تحقيقها لأهدافها المسطرة في جدول أعمالها، بالإضافة إلى وجود بعض الأسباب التي تعمل على فشل هذه المؤسسات، فالطموح المفرط وعدم وجود تقدير مناسب لتسعير المنتج وعدم كفاية التمويل وجدارة الإدارة، تجعل المؤسسة الصغيرة والمتوسطة تفشل عند بدايتها، كل ذلك لا يمنع من وجود بعض العوامل والمتطلبات التي تعمل على نجاح هذه المؤسسات، وتؤدي إلى بقائها وإستمراريتها.

وبالتطرق إلى الذكاء الاقتصادي فمما لا شك فيه، فله من الأهمية والدور الكبير في حياة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فالذكاء يقدم حلول تقنية عملية للتكيف مع ظروف المؤسسة، للسماح لها بالتفاعل مع محيطها الخارجي، عن طريق معرفة ما تحتاجه إليه من معلومات عن بيئتها (الأنشطة، المصادر، الزبائن، الأسواق، المنتجات، الخدمات والأسعار).

الفصل الرابع

واقع الذكاء الإقتصادي والمؤسسات الصغيرة
والمتوسطة في الجزائر

تمهيد

في ظل الانفتاح الاقتصادي واتجاهات التحول نحو اقتصاد السوق، فإن إحدى التوجهات الحديثة التي تتبعها الدول المتقدمة والنامية على حد سواء هي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بغية الوصول إلى تحقيق العديد من المكاسب الاقتصادية والاجتماعية، ويكمن السبب في ذلك في جملة الخصائص التي يتمتع بها هذا النوع من المؤسسات.

وفي ظل الأجواء التنافسية الشديدة، أضحت التحدي الرئيس أمام هذه المؤسسات هو تنميتها وترقيتها، وتحديث مفهوم دعم هذه المؤسسات، ومن هنا تأتي أهمية الذكاء الاقتصادي باعتباره من أهم النظم الفعالة، لتحقيق متطلبات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لا سيما وأن هذه المؤسسات تمثل قوة رئيسية لخلق فرص العمل، وفرصة كبيرة لزيادة القيمة المضافة ونمو الناتج الداخلي الخام، كما تعمل على تقوية تنوع الأنشطة الاقتصادية، وتنمية القطاع الخاص، وعملية جذب لرؤوس الأموال الصغيرة، كما أنها تغذي المؤسسات الكبيرة باحتياجاتها.

وفي ظل تنامي أدوات اليقظة والتحليل الاستراتيجي، أضحت الذكاء الاقتصادي الحل الأمثل للتصدي للتغيرات السريعة للبيئة التي تنشط فيها اقتصادات دول العالم، ولكون الاقتصاد الجزائري جزء من هذه المنظومة الاقتصادية، ولكنه لا يزال يعرف تأخرا كبيرا في مجال التحكم في المعلومة الاستراتيجية التي أصبحت الركن الأساسي للأداء الاقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وعليه، سنحاول من خلال هذا الفصل، التطرق إلى مدلول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر كمبحث أول، أما المبحث الثاني فسيتم فيه التعرض إلى المنظومة المؤسسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أما المبحث الثالث فسنلقي الضوء على مكانة هذه المؤسسات في الجزائر، بينما سنتعرض في المبحث الرابع إلى واقع منظومة البحث والتطوير في الجزائر، لنخلص في المبحث الخامس إلى واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

1.4.1 مدلول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

إن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر قد عرف تحولات جذرية منذ الاستقلال، فعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في تزايد مستمر، وقد حظيت بالاهتمام من طرف السلطات المعنية، ومع هذا فنحن لا نجد لها تعريف دقيق ومضبوط، كونها تتميز بالتنوع وعدم التجانس، وعليه سيتم التطرق إلى تعريف هذه المؤسسات حسب المشرع الجزائري كمطلب أول، ومراحل تطور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كمطلب ثاني، أما المطلب الثالث فخصص للمنظومة المؤسسية لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

1.1.4. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المشرع الجزائري

إن الجزائر لم تدرج تعريفا دقيقا في كتاباتها الاقتصادية لهذه المؤسسات، باعتبار أنه تتحكم فيه عدة مؤشرات، غير أن ذلك لا ينفي وجود محاولات لوضع تعريف خاص بهذه المؤسسات¹، حيث تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مهما كانت طبيعتها القانونية، بأنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات²:

✓ تشغل من واحد إلى مائتين وخمسين شخصا.

✓ لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة ملايين دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار

دينار جزائري.

✓ تستوفي معيار الاستقلالية كما هو محدد في النقطة الثالثة أدناه.

الجدول رقم (1.4): تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

الحصيلة السنوية	رقم الأعمال	عدد العمال	
أقل من 20 مليون	أقل من 40 مليون	1-9	الصغيرة جدا
أقل من 200 مليون	أقل من 400 مليون	10-49	الصغيرة
200 مليون - 1 مليار	400 مليون - 4 مليار	50-250	المتوسطة

المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، السنة 54، يناير 2017، ص 6.

من خلال التعريف نلمس أن المشرع الجزائري يعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتركيز على ثلاثة معايير، هي معيار العمالة، المعيار المالي ومعيار الاستقلالية³.

أولاً: الأشخاص المستخدمون: هم 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، حيث أن السنة التي يعتمد عليها بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط، هي تلك المتعلقة بآخر نشاط محاسبي مقفل.

ثانياً: الحدود المعتبرة لتمديد رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة: هي تلك المتعلقة بآخر نشاط مقفل مدة اثني عشر.

ثالثاً: المؤسسة المستقلة: كل مؤسسة لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25% فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى، لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

¹ شريف غياط ومحمد بوقوم، حاضرات الأعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الابداع والابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة اجات اقتصادية وإدارية، العدد 6، جامعة بسكرة، 2009، ص 46.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، السنة 54، يناير 2017، ص 6.

³ نفسه، ص 6.

2.1.4. مراحل تطور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

الأکید أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر قد مرت بعدة مراحل مختلفة، وتعدادها عرف تطورا ملحوظا نظرا للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي عرفتها البلاد منذ استقلالها ولحد الساعة، ويمكن إيجاز هذه المراحل في ثلاث فترات مهمة كالتالي:

أولاً: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال المرحلة 1962-1980: تعود نشأة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر إلى فترة الاستعمار، حيث لعبت دورا فرعيا ملحقا للشركات الكبرى الفرنسية، وابتداءا من سنة 1958 وفي إطار المخطط الاستعماري المعروف بمخطط قسنطينة، أصبحت هذه المؤسسات تعمل لأجل تطوير صناعة محلية تخدم المستعمر، وذلك من خلال الأرباح التي تحققها بسبب انخفاض تكلفة اليد العاملة، بالإضافة إلى توفير السلع للمعمرين والإبقاء على تبعية الاقتصاد الجزائري لاقتصاد فرنسا⁴، لذلك وقبل الاستقلال كانت جُل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عبارة عن وحدات صناعية صغيرة الحجم مملوكة للأوربيين والمعمرين، وارتبط دورها بخدمة أهداف المستعمر، حيث كانت أغلب نشاطات هذه المؤسسات متمثلة في الصناعات الإستخراجية التابعة للقطاع الخاص. وبعد الاستقلال ورثت الجزائر العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث كان يبلغ عددها سنة 1964 حوالي 1120 مؤسسة مع عدد عمال قدره 97480 عامل، لينتقل بعد ذلك إلى 1873 مؤسسة مع عدد عمال قدره 65053 عامل سنة 1966⁵، وقد سّلمت هذه المؤسسات إلى لجان التسيير الذاتي بعد رحيل مالكيها الأجانب، ثم أدمجت في سنة 1967 ضمن أملاك المؤسسة الوطنية، كما صدرت عدّة قوانين متعلقة بالاستثمار كان لها الأثر في تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بينها:

أ. القانون الأول الخاص بالاستثمار: وهو قانون رقم 63-277 الصادر في 26 جويلية 1963، والذي تنص مادته الثالثة على أن حرية الاستثمار معترف بها للأشخاص الطبيعيين والمعنويين الأجانب، وذلك حسب إجراءات النظام العام، وجاء ذلك لتمييز هذه المرحلة بسيطرة الأجانب على حصة معتبرة من وسائل الإنتاج⁶، فهذا القانون جاء لينظم وضع الاستثمار في البلاد، حيث منح الأجانب العديد من المزايا منها حرية التنقل والاقامة والمساواة مع الوطنيّين.

⁴ عمار علوي، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية المحلية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 10، 2010، ص 178.

⁵ أنيس رحوني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في إحداث التنمية الشاملة في إحداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 34.

⁶ رزيقة غراب، آثار البرامج الاستثمارية على نمو وتطور المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة (2001-2014)، جامعة سطيف 1، يومي 11/12 و 12/11 مارس 2013، الجزائر، ص 4.

ب. قانون الاستثمار لسنة 1966: في مدة أقل من ثلاث سنوات، اضطرت الجزائر إلى إصدار قانون استثمار جديد، لتتدارك فيه بعض النقائص التي عرفها قانون 1963، خاصة من جانب تحديد وتنظيم تدخل الرأسمال الخاص في التنمية الاقتصادية الوطنية، وكذا تحديد الضمانات والمنافع التي تخصه، فقد اعطى قانون 1966 للأشخاص الطبيعيين والمعنويين، الحق في إنشاء مؤسسات والاستثمار في قطاعات الصناعة والسياحة، لكنه حصر حق الاستثمار في القطاعات الحيوية للاقتصاد الوطني للدولة والهيئات التابعة لها فقط⁷.

ج. قانون التسيير الاشتراكي: والذي كرس التسيير الاشتراكي للمؤسسات، فهي منشأة ومنظمة من أجل تحقيق الأهداف الإستراتيجية للتنمية، وهي ملك للدولة تسيير حسب مبادئ التسيير الاشتراكي، غير أن هذه المرحلة شهدت عدّة مشاكل من بينها⁸:

- انعدام التحديد الدقيق لوظائف الأطراف المعينة باتخاذ القرارات داخل الشركة.
- التكنولوجيا المستوردة لم تأخذ بعين الاعتبار نوع التكوين الموجود في الجزائر.
- ضعف التكامل الاقتصادي بين الصناعات، مما جعلها تشكو من نقص قطع الغيار.

بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية كانت تهدف إلى تطوير الإمكانيات المحلية، لذلك تقرر تنميتها وتطويرها في إطار تدخل الجماعات المحلية، وقد تم تدعيم هذه الفكرة على الخصوص مع بداية تطبيق المخطط الرباعي الثاني، الذي أكد على تدعيم اللامركزية بحثا عن أمثل استعمال للطاقات البشرية والمادية للبلاد، وقد شهدت هذه المرحلة وضع برنامجين لتمويل لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والجدول التالي يوضح ذلك⁹:

الجدول رقم (2.4): الإعتمادات المالية المرخصة في إطار تنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 67-79

عدد المشاريع	باقي الانجاز	الاستثمارات المرخصة	
150 مشروع	389 مليون دج	389 مليون دج	البرنامج (1) 1967-1973 التنمية الحرفية
594 مشروع	2225 مليون دج	3179 مليون دج	البرنامج (2) 1974-1979 التنمية المحلية
744 مشروع	2614 مليون دج	3568 مليون دج	المجموع

المصدر: يوسف حميدي، مستقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، غير منشورة، الجزائر، 2008، ص80.

أما توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية عبر مختلف مناطق الوطن، فيمكن تبيانها في الجدول الموالي:

⁷توفيق برباش وأنيس كشاط، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بين الواقع والمأمول، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة (2001-2014)، جامعة سطيف، 1، يومي 12/11 مارس 2013، الجزائر، ص5.

⁸الطيب داودي، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الواقع والمعوقات - حالة الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، 2011، ص72.

⁹يوسف حميدي، مستقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2008، ص80.

الجدول رقم (3.4): التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية 1979-74

المتوسط/الولاية	عدد المشاريع	عدد الولايات	طبيعة الولاية
19	168	09	ولايات ساحلية
20	339	17	ولايات الهضاب العليا
17	87	05	ولايات الجنوب

المصدر: يوسف حميدي، مستقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، غير منشورة، الجزائر، 2008، ص80.

تأسيسا على ماسبق، يمكن استنتاج أن غالبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجدها في ولايات الهضاب العليا 17 بـ 339 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، لتأتي بعدها الولايات الساحلية والذي يقدر عددها بتسع ولايات ليبلغ عدد المؤسسات فيها 168 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، وثالثا جاءت ولايات الجنوب الخمس لتحتضن 87 مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

ثانيا: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال المرحلة 1980-1990: نتيجة للتحويلات الاقتصادية الدولية نحو العولمة واقتصاد السوق، ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول الصناعية في النمو الاقتصادي، وحسب الأهداف التي حددها المخطط الجزائري، كانت هناك إرادة لتأطير وتوجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هذه الوضعية ترجمت بإصدار إطار تشريعي قانوني وإداري يتعلق بالاستثمار الاقتصادي الوطني الخاص، وفق القانون رقم 82-11 المؤرخ في 1982/08/21 والذي يتعلق بالاستثمار الاقتصادي الخاص الوطني، والذي تستفيد من خلاله المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بعض الإجراءات خصوصا¹⁰:

- (1) إمكانية الحصول على المعدات وفي بعض الحالات المادة الأولية.
- (2) التوجه المحدود لسلطات الاستيراد، بالإضافة إلى نظام الاستيراد بدون دفع هذا، ولقد أدى التشريع إلى تقوية بعض العراقيل التي تواجه توسع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة، وهذا خاصة عن طريق:
 - ✓ إجراء الاعتماد أصبح إجباريا لكل الاستثمارات (وهذا يمثل استمرار لقانون 1966).
 - ✓ التمويل عن طريق البنوك حدد بـ 30% من الاستثمار المعتمد.
 - ✓ مشاريع الاستثمارات يجب أن لا يتجاوز 30 مليون دج، من أجل خلق الشركات ذات المسؤولية المحدودة، أو شركات أسهم، و10 مليون من أجل إنشاء المؤسسات الفردية.
 - ✓ منع امتلاك عدة مشاريع.

¹⁰ مبنى مشفوني، تسيير الكفاءات والأداء التنافسي المتميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة ورقلة، 2013، ص36.

وقد نص القانون على عملية إعادة الهيكلة، والتي مرت بمرحلتين رئيسيتين هما¹¹:

- أ. **المرحلة الأولى 1981-1982**: انتهت هذه المرحلة بإنشاء 348 مؤسسة صغيرة ومتوسطة جديدة، وخلال هذه الفترة ظهرت إرادة تسعى إلى تأطير وتوجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفق الأهداف التي سطرها المخطط الخماسي الأول (1980-1984) والذي عرفته تلك الفترة.
- ب. **المرحلة الثانية**: انطلقت من ماي 1982 وتعلقت بمتابعة إعادة الهيكلة لمختلف المؤسسات، وتميزت هذه المرحلة بإشراك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا باعتماد الدولة لسياسة التنمية اللامركزية في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، وقد انقسمت إعادة الهيكلة إلى قسمين إعادة الهيكلة العضوية، وإعادة الهيكلة المالية، وعن طريق إعادة الهيكلة العضوية تم تفكيك المؤسسات الكبرى إلى مؤسسات صغيرة ومتوسطة حتى يتمكن من تسييرها، والرفع من مردودية المؤسسات العمومية، حيث ارتفع العدد من 100 مؤسسة وطنية إلى 460 مؤسسة عمومية اقتصادية بعد إعادة الهيكلة العضوية.

الجدول رقم(4.4): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للفترة (1982-1988)

قطاع النشاط الاقتصادي			السنوات
القطاع الخاص		القطاع العام	
أكثر من 20 عامل	أقل من 20 عامل		
-----	-----	342	1982
785	11574	341	1984
784	15697	228	1986
770	13707	199	1988
2339	44978	1110	المجموع

المصدر: محمد بوقوم، نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تفعيل دور التمويل البنكي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، جامعة عنابة، غير منشورة، الجزائر، 2010، ص 215.

استقراء للجدول أعلاه، نلاحظ أن تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع العام يشهد انخفاضا عاما تلو الآخر، وهذا يمكن تفسيره بالحالة الاقتصادية التي آلت إليها المؤسسات الاقتصادية ككل، والتابعة للقطاع العام في فترة الثمانينات والتي كان من أسباب تلك الوضعية المزرية حال البلاد سياسيا وحتى اقتصاديا على إثر أزمة المديونية التي بدأت تدخلها الجزائر آنذاك، والتي أدى بها الوضع إلى اغلاق مؤسسات القطاع العام أو إلى عمليات

¹¹الطيب داودي، مرجع سبق ذكره، ص72.

التطهير المالي، بينما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع الخاص والتي يبلغ عدد عمالها أقل من 20 عامل تعرف ارتفاعا كبيرا سنة بعد سنة، في حين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي تشغل أكثر من 20 عامل هي الأخرى تعرف تناقصا ملحوظا.

ركزت الجزائر خلال هذه المرحلة على انتهاج سياسة اقتصادية، تعتمد بصورة كبيرة على أصول الاقتصاد الاشتراكي الموجه، القائم على القطاع والمؤسسات الكبيرة، فهذه الأخيرة هي القاعدة الأساسية للتصنيع والتطور التكنولوجي والنمو الاقتصادي والاجتماعي في تلك الفترة، ولهذا نلاحظ غياب اهتمام فعلي بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث وضعت الجزائر منظومة تشريعية قائمة على عدم تحرير القيود الاقتصادية، ومركزية اتخاذ القرار والاجراءات البيروقراطية.

ذاتيا: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة 1991-2001: هذه المرحلة هي النقلة النوعية والتغير الواضح في هيكل الاقتصاد الجزائري بصورة عامة، وقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصورة خاصة، وتجلي ذلك عن طريق التحول نحو اقتصاد السوق، وهذا يعني أن الاقتصاد الجزائري تحول من اقتصاد إداري إلى اقتصاد مفتوح، يلعب فيه القطاع الخاص دورا محوريا، حيث صدر العديد من القوانين التي تعد بداية لهذا التوجه نحو اقتصاد أكثر انفتاحا، كما تم القيام ببعض الاصلاحات التنظيمية والقانونية، بهدف مجارة التحولات الداخلية والخارجية، ولربما كانت هذه الفترة هي بداية الاهتمام الحقيقي والفعلي بتطوير وتنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

فتميزت هذه الفترة بصدور القانون رقم 90-19 المؤرخ في 19 فيفري 1991، والمتضمن تحرير التجارة الخارجية، والذي يضمن حرية التجارة الخارجية، ويخضع القطاعين العام والخاص لنفس معايير وشروط التصدير والإستيراد، ولقد دعم مشروع الاصلاح الاقتصادي بقانون آخر خاص بالاستثمارات، والذي صودق عليه طبقا للمرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993، والذي يهدف إلى ترقية الاستثمار، وعدم التمييز بين المتعاملين الوطنيين والخوارج والأجانب، والتقليص في آجال دراسة الملفات وإجراءات إنجاز العقود، وقد أدى مسار الاصلاحات التي طبقتها الجزائر إلى تكريس الاستثمار الوطني والأجنبي.

وفي سنة 1994، شرعت الجزائر في تطبيق برامج بالاتفاق مع صندوق النقد الدولي، تمحورت في مجملها حول إعادة الهيكلة، الخصوصية، إصلاح المنظومة البنكية، وذلك عن طريق:

أ. برنامج الاستقرار الاقتصادي: هو برنامج قصير المدى (1 أبريل 1994-31 مارس 1995)، شرعت الجزائر في تطبيق هذا البرنامج المدعم من طرف صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، وقد اتخذت عدة اجراءات طابعها كمي، وذلك بهدف تصحيح الاختلالات الموجودة في الاقتصاد الجزائري، مثل الانخفاض الذي عرفته أسعار

البترو، نقص التمويل الخارجي لانعدام الثقة عند الشريك الأجنبي بسبب الظروف السياسية السيئة التي عرفتها البلاد، ارتفاع حجم المديونية ومعدلات التضخم بصورة رهيبية، كل الأسباب التي تقدمنا بها أثرت بشكل كبير على ميزان المدفوعات، ما أدى بالجزائر إلى الاستئجار بصندوق النقد الدولي والبنك الدولي، حيث فرضتا عليها تطبيق برنامج الاستقرار الاقتصادي، والذي كانت غايته تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، وتخفيض معدلات التضخم إلى المستوى السائد في البلدان الصناعية، وتحقيق مستويات معتبرة من احتياطي الصرف الأجنبي، كما تقرر خلال هذا البرنامج تخفيض قيمة الدينار الجزائري.

ب. **برنامج التعديل الهيكلي:** وهو برنامج متوسط المدى للفترة (1995/03/31-1998/04/01) وقد كان أيضا مع صندوق النقد الدولي أيضا، وكان هدفه إحداث تغييرات جذرية في جوانب اقتصادية واجتماعية تمس الجزائر، وذلك بتطبيق إجراءات معينة منها التحرير التدريجي للتجارة الخارجية، وتحرير الأسعار وإلغاء دعم الدولة للسلع، والشروع في خصخصة القطاع العام.

وعموما يمكن القول أن الهدف الأساسي للبرامج السابقة هي إحداث استقرار اقتصادي بإدارة الطلب الكلي، وبالتالي الوصول إلى تحقيق التوازن في الاقتصاد الكلي وإحتواء التضخم.

ج. **برنامج التصحيح الهيكلي:** تم تطبيقه سنة 1998 وكان مع البنك الدولي لمدة سنتين، ولكن نتائج هذا البرنامج قد حققت معدلات نمو مرتفعة نوعا ما على ضوء الأهداف المسطرة، أي تحقيق الاستقرار الاقتصادي الكلي، ولكن بدرجة نسبية، كما أهملت بعض الجوانب الاجتماعية، كالبطالة التي ارتفعت إلى 28% في سنة 1998، كما أن تحرير الأسعار نتيجة رفع الدعم سنة 1996، انعكس سلبا على مستوى المعيشة لأغلبية المواطنين، نتيجة انخفاض الأجور الحقيقية وخاصة في الفترة 94-97، وساهم إلى حد ما في اتساع رقعة الفقر¹²، وعموما يمكن القول أن هذه العلاقة مع المؤسسات الدولية قد أتاحت تخفيف أزمة المديونية الخارجية بعقد اتفاق إعادة جدولة جزء من الديون الخارجية، وإعادة هيكلة بعضها الآخر، وأدت من جهة أخرى إلى تطبيق منظومة من السياسات النقدية والمالية والتجارية والاقتصادية، والتي أدت إلى خصخصة الكثير من المؤسسات العامة، وساهمت في تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في بعض الأنشطة والمجالات المرتبطة باقتصاديات الانفتاح¹³.

¹² كرابالي بغداد، نظرة عامة على التحولات الاقتصادية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد الثامن، جانفي 2005، ص14.

¹³ صالح صالح، أساليب تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 03، 2004، ص28.

وبذلك بدأ قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يحتل مكانة معتبرة في الاقتصاد الوطني، حيث قامت الحكومة بإنشاء وزارة خاصة بهذا القطاع، بموجب المرسوم التنفيذي 94-211 المؤرخ في 18 جويلية 1994، كما أن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قد عرف تعداده تطورا كبيرا في هذه الفترة، نوجزه في الجدول الموالي:

الجدول رقم (5.4): تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للفترة (1991-2001)

السنوات	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
1991	22382
1992	20207
1993	23207
1994	26612
1995	29000
1996	177365
1997	182354
1998	137864
1999	159507
2001	188893

المصدر: من إعداد الباحثة من خلال نشرات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية.

من واقع الأرقام السابقة، نلاحظ تزايد عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة (1991-2001)، حيث تزايد العدد بحوالي 166 511 مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

إن هذه المرحلة هي التي شهدت الجزائر من خلالها أزمة ديون كبيرة نتج عنها إعادة الجدولة وبرامج التعديل والتصحيح الهيكلي، والتي ترتب عنها خفض قيمة العملة الوطنية الدينار الجزائري، والتي كان قد فرضها عليها صندوق النقد الدولي.

رابعا: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة (2001-2016): تميزت هذه المرحلة بالتطور الملحوظ لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة للاهتمام الفعلي به، خاصة بعد صدور القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في 12 ديسمبر 2001، والذي كان يهدف بالأساس إلى تشجيع ظهور مؤسسات جديدة، والرفع من مستوى النسيج المؤسساتي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات الطابع الإنتاجي، وتشجيع الإبداع والابتكار، وتشجيع عملية التصدير للمنتجات والخدمات، ضف إلى ذلك تسهيل توزيع المعلومات على المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة، كما تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 11 نوفمبر 2002 والمتضمن إنشاء صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بهدف توفير القروض الضرورية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وإدراكا للدور الفعال الذي يمكن أن يقوم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن شرعت الجزائر منذ سنة 2001، في تبني مجموعة من البرامج التنموية، تهدف من خلالها لإنعاش النمو في جميع المجالات وتحقيق التنمية، ويمكن تلخيص هذه البرامج فيما يأتي:

أ. **برنامج دعم الانعاش الاقتصادي (2001-2004):** والذي خصص له غلاف أولي بقيمة 525 مليار دينار، يستهدف إيجاد الظروف المثلى من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني، ويرتكز بصفة خاصة على دعم الأنشطة المنتجة للقيمة المضافة والشغل لا سيما تشجيع المؤسسات المنتجة الصغيرة والمتوسطة خاصة المؤسسة المحلية، وقد خصص البرنامج مبلغ بقيمة 4 مليار للمؤسسة الاقتصادية، 2 مليار دينار لإعادة تأهيل المناطق الصناعية، و 2 مليار دينار المتبقية لتأهيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة موجهة لصندوق ترقية التنافسية الصناعية المسؤول عن تمويل برامج التأهيل¹⁴.

ب. **البرنامج التكميلي لدعم النمو (2005-2009):** جاء هذا البرنامج في إطار مواصلة البرامج والمشاريع الذي سبق إقرارها وتنفيذها في برنامج الإنعاش الاقتصادي، يستهدف مواصلة جهود إنعاش النمو وتكثيفه في جميع مجالات قطاعات النشاط، ومرافقة أداة الإنتاج الوطنية في تحولها الحتمي، لتكون مستعدة للانفتاح على الاقتصاد العالمي، وقدرت الاعتمادات المالية المخصصة له قيمة 4.202 مليار دينار، منها 4 مليار دينار لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة والتقليدية، تستهدف إنشاء 14 مشتلة، إنشاء مركز لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إنجاز دور ومتاحف للصناعة التقليدية، مع إعادة تأهيل وحدات إنتاج الصناعة التقليدية القائمة.

ج. **برنامج توظيف النمو أو التنمية الخماسي (2010-2014):** بقوام مالي إجمالي قدره 21.214 مليار دينار أي حوالي 286 مليار دولار، اندرج هذا المخطط ضمن ديناميكية إعادة الاعمار الوطني التي انطلقت سنة 2001، حيث تم تخصيص ما يقارب 150 مليار دينار لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال إنشاء مناطق صناعية، والدعم العمومي للتأهيل وتيسير القروض البنكية، التي قد تصل إلى 300 مليار دينار، وخلال

¹⁴ سليمة طبايبي وساسية عناني، آثار البرامج الاستثمارية العامة على تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الإنفتاح الاقتصادي (2001_2014)، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الدولي حول تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة 2001_2014، جامعة سطيف، يومي 11_12 مارس 2013، ص 6.

هذه الفترة تم أيضا إطلاق أكبر برنامج لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهدف تطوير قدرتها التنافسية، في ظل الانفتاح الاقتصادي، بقيمة حوالي 386 مليار دينار، والهدف منه تأهيل 20000 مؤسسة.

الجدول رقم (6.4): تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة (2001-2016)

السنوات	عدد المؤسسات	السنوات	عدد المؤسسات
2001	188893	2009	587494
2002	261863	2010	619072
2003	288587	2011	659309
2004	312959	2012	711832
2005	342788	2013	777816
2006	376767	2014	852053
2007	410959	2015	934569
2008	519526	2016	1022621

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على :

- Ministre des PME et l'artisanat, **Bulletin D'information Economiques**, pour les années : 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.

- ناجي بن حسين، آفاق الاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد الثاني، جامعة منتوري قسنطينة، 2004، ص 94.

من معطيات الجدول، نستخلص مجموعة من الملاحظات أهمها:

✓ **زيادة عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية:** حيث انتقل العدد من 188893 مؤسسة صغيرة ومتوسطة إلى 1014075 مؤسسة صغيرة ومتوسطة أي أنه خلال 15 سنة قفز عدد هذه المؤسسات قفزة كبيرة، أي ما يقارب مليون مؤسسة قد تم إنشاؤها.

✓ **أغلبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تابعة للقطاع الخاص:** إذ تشكل نسبة كبيرة من النسيج المؤسساتي في الجزائر، ويمكن تفسير هذه الزيادة في هذا العدد، هو الاصلاحات الاقتصادية التي طبقتها الجزائر مع بداية التسعينات من القرن الماضي، وهي الانتقال من الاقتصاد الموجه المعتمد على القطاع العام، إلى اقتصاد السوق المعتمد على القطاع الخاص، وذلك بسبب تطبيق برامج التعديل الهيكلي، الأمر الذي استدعى ضرورة تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمعالجة تخلي الدولة عن بعض القطاعات، وامتصاص المسرحين من مناصب عملهم نتيجة إعادة هيكلة قطاعات النشاط الاقتصادي.

✓ **زيادة معتبرة في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة:** سنة عن سنة.

✓ تراجع مؤسسات القطاع العام: مقارنة بالقطاع الخاص الذي يعرف تطورا كبيرا وارتفاعا رهيبا.

هذه المرحلة هي المرحلة التي بدأت فيها الجزائر بالخروج تدريجيا من أزمة المديونية الخارجية بسبب ارتفاع أسعار البترول، وخلال هذه الفترة أيضا عرفت الجزائر إنشاء صندوق ضبط الإيرادات.

في نهاية 2016، كان عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حوالي 1 022 621 مؤسسة، منها 108 538 تم خلقها في هذه السنة، وتوقفت 34 471 مؤسسة صغيرة ومتوسطة عن النشاط في سنة 2016، أما عن نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والذي يمثل نسبة 97%، فهو يتكون من مؤسسات صغيرة جدا، والتي تشغل أقل من 10 عمال، تليها المؤسسات الصغيرة بنسبة 2.57% ثم المؤسسات المتوسطة بنسبة 0.31%، ويمكن توضيح ذلك في الجدول الموالي:

الجدول رقم (7.4): تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2016

النسبة	عدد المؤسسات	تصنيف المؤسسات
97.12	993 170	المؤسسات الصغيرة جدا (أقل من 10 عمال)
2.57	26 281	المؤسسات الصغيرة (عدد العمال ما بين 10 و 49 عامل)
0.31	3170	المؤسسات المتوسطة (عدد العمال ما بين 50-249 عامل)
100	1 022 621	المجموع

Source : Ministre de L'industrie et des Mines, Bulletin D'information Statistique, N : 30, 2017, p :18.

2.4.2. المنظومة المؤسسية لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

إن المنظومة المؤسسية كان لها دور بارز في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، حيث لعبت دور حلقة الوصل بين هذه المؤسسات وبين مختلف المتدخلين سواء كانوا محليين أو أجنبية.

1.2.4. وزارة الصناعة والمناجم

قبل ذلك أنشأت الجزائر اعتبارا من سنة 1991 وزارة منتدبة مكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم تحولت إلى وزارة المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة اعتبارا من سنة 1993، وذلك من أجل ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-211 المؤرخ في 18 جويلية 1994 يتولى وزير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في إطار سياسة الحكومة وبرنامج عملها المصادق عليهما، طبقا لأحكام الدستور، إعداد الاستراتيجية على المديين المتوسط والطويل، لحماية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للانتاج والخدمات وتطويرها وتنويعها وترقيتها، في إطار تحقيق الأهداف الاقتصادية للحكومة في هذا المجال، ويقترح هذه الاستراتيجية وينفذها¹⁵.

¹⁵ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47، 20 جويلية 1994، ص 14-17.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000-190 المؤرخ في 11 جويلية 2000، يحدد صلاحيات وزير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بالاتصال مع الدوائر الوزارية الأخرى، كل فيما يخصها¹⁶.
وبموجب المرسوم الرئاسي رقم 10-149 المؤرخ في 28 ماي 2010 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة لتصبح الوزارة تسمى بوزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار¹⁷.
ويحدد المرسوم التنفيذي رقم 11-16 المؤرخ في 25 يناير 2011، صلاحيات وزير الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، حيث يمارس نشاطه بالاتصال مع مؤسسات الدولة وأجهزتها مع الوزارات المعنية وبالتشاور مع الشركاء الاجتماعيين¹⁸.

أما بخصوص مهام وزارة الصناعة والمناجم (وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار سابقا)، فيمكن تلخيصها في النقاط التالية¹⁹:

- في إطار السياسة العامة للحكومة، يمكن للوزير، إقتراح عناصر السياسة الوطنية في المجال الصناعي والتنافسية الصناعية، وتسيير مساهمات الدولة في القطاع الصناعي العمومي وترقية الاستثمار والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- متابعة ومراقبة تطبيق هذه السياسة، طبقا للقوانين المعمول بها، في هذا الإطار يقترح بالتماشي مع برنامج الحكومة، العناصر التي تحدد سياسة النمو والتطوير .
- تحضير وإقتراح سياسات الترقية والتطوير الصناعي للفروع الصناعية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما يعمل على تطبيقها وضمان متابعتها.
- تعزيز التنافسية الصناعية، من خلال وضع جهاز وطني للابتكار، وبرنامج وطني لتطوير المؤسسات، يرمي إلى تأهيل الموارد البشرية وترقية الوصول للتكنولوجيا.
- تشجيع تطوير التقييس، الملكية الصناعية، علم القياسة القانونية والأمن الصناعي.
- تحضير وإقتراح سياسة لتسيير مساهمات الدولة في القطاع العمومي الصناعي التجاري، والسهر على تنفيذها .
- إتخاذ جميع التدابير ذات الصلة بترقية الاستثمار، والسهر على تنفيذها.
- تنظيم النشر المكاني للتنمية الصناعية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

¹⁶ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 42، 16 جويلية 2000، ص ص 14-17.

¹⁷ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 36، 28 ماي 2010، ص ص 14-17.

¹⁸ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، السنة 48، 26 يناير 2011، ص 09.

¹⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، السنة 48، 26 يناير 2011، ص ص 09-12.

- المشاركة في برامج الشراكة الصناعية، والمالية والتجارية والخدماتية، لتحسين الفعالية الاقتصادية والنمو.
- تنظيم إطار للتطوير واليقظة التكنولوجية والتنبؤ السليم في مجالات الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تشجيع ظهور بيئة اقتصادية وتقنية وعلمية وقانونية، لفائدة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تهيئة الظروف اللازمة لظهور مؤسسات صغيرة ومتوسطة وتسهيل عملية تكيفها مع التكنولوجيات الجديدة.
- تشجيع تحسين أداء وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تمويل مكيف لتسيير رؤوس الأموال، والميكانيزمات المالية للدعم الممنوح، من أجل تطوير القطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والاستثمار.
- تهتم بالسياسات الصناعية، حيث الوزارة تحضر وتنفذ، بالتعاون مع الأطراف المعنية، السياسات الصناعية لكل الفروع، بتقييم التأثيرات واقترح التعديلات اللازمة.
- تسهر الوزارة على تعزيز القدرات الإنتاجية للمؤسسات الصناعية، وتشجع برامج الإدماج الداخلية وما بين القطاعات.
- تساند الشراكة الصناعية وتشجع ظهور نشاطات المناولة.
- أما فيما يتعلق بترقية النشاطات الاقتصادية، فإن الوزارة تسهر على إنشاء أي كيان قد يساعد على تطوير وترقية نشاطات صناعية جديدة.
- تحدد الميكانيزمات الضرورية لترقية الابتكار والتطوير التكنولوجي، وتسهر على ترقية المراكز التقنية الصناعية، بالإضافة إلى تعزيز قدراتها في مجال البحث والتطوير.
- تقترح وتعد وتسهر على تنفيذ السياسة الوطنية للتقييس والملكية الصناعية والقياسة والقياسة القانونية.
- تحضر وتتابع تطبيق القانون والتنظيم المتعلق بالتقييس والملكية الصناعية والقياسة القانونية.
- تسهر على تنظيم المخطط الوطني للإعتماد ودعم نشاطات الترقية لإعتماد هيئات تقييم المطابقة.
- تسهر على ترقية التصديق على المطابقة والجودة وعلى كل النشاطات التي تتنافس على تحسين الإنتاجية الصناعية.
- تحدد معايير جودة المنتوجات ذات الصلة بالقطاعات المعنية.
- تأخذ كل التدابير، التي لها علاقة بتعزيز المؤسسات التابعة للفروع الصناعية، التي تريد الدولة تشجيعها، بإشراك مؤسسات وهيئات الدولة و الوزارات المعنية .
- تسهل وصول التكنولوجيا للشركات.
- تنمي برامج تأهيل المؤسسات الصناعية.

- تساهم في النشاطات الرامية، لحماية البيئة، كما تشارك في إعداد المعايير البيئية.
- تشجع المؤسسات الصناعية على استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة.
- تقترح كل الإجراءات، التي تهدف إلى تطوير قدرات التكوين وإدارة الأعمال، خاصة تلك المرتبطة بالتأهيل في الحرف الصناعية، كما تسهر على تنفيذها.
- تقترح كل التدابير الموجهة للوقاية من الأخطار الصناعية، بإشراك القطاعات المعنية، كما تشارك في إعداد قواعد الأمن الصناعي.
- تسهر على متابعة تطور السوق الصناعي الوطني واتخاذ التدابير المناسبة لضمان توازنه وتطوره بشكل متناعم.
- تضمن متابعة تطور اتجاهات السوق الصناعي على المستوى الوطني والإقليمي والعالمي .
- تسهر على تشكيل بنك معطيات وإعداد تقارير حول تطور القطاع الصناعي.
- تتحقق من إنشاء وضعيات وقتية ووظيفية، كما يسهر على ترقية نشر المعلومة، ذات الطابع الصناعي والإقتصادي والمهني والتكنولوجي، المتعلقة بالقطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- تتحقق على وضع كل جهاز يتعلق بالنهضة التكنولوجية في مجال الأنشطة الصناعية.
- تقيم وتسهر على تحسين معايير الأمن الصناعي حيز التنفيذ.
- تقترح أي إجراء قد يسهل ويسمح للمتعاملين للوصول للتكنولوجيات الجديدة.
- تسهر على تشكيل بنك معطيات وإعداد تقارير حول تطور القطاع الصناعي.
- تتحقق من إنشاء وضعيات وقتية ووظيفية، كما يسهر على ترقية نشر المعلومة ؛ذات الطابع الصناعي والإقتصادي والمهني والتكنولوجي، المتعلقة بالقطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تتحقق على وضع كل جهاز يتعلق بالنهضة التكنولوجية في مجال الأنشطة الصناعية.
- تقيم وتسهر على تحسين معايير الأمن الصناعي حيز التنفيذ.
- تقترح أي إجراء قد يسهل وتسمح للمتعاملين للوصول للتكنولوجيات الجديدة.
- تحرص الوزارة على تطوير الشركات العمومية الصناعية وتحسين مساهمات الدولة في القطاع الصناعي العمومي.
- تضمن الإشراف والرقابة على المؤسسات العمومية، كما تسهر على حماية مصالح الدولة، طبقا للقانون والتنظيم المعمول بهما.
- تشجع الشراكة بين المؤسسات العمومية الصناعية والمؤسسات الصناعية والخاصة.

- تقترح برنامج شراكة المؤسسات العمومية الصناعية وتسهر على تنفيذه .
- مباشر متابعة وتقييم تنفيذ نشاطات شراكة المؤسسات العمومية، كما تتحقق من الامتثال للالتزامات التي تعهدت بها الأطراف.
- تضمن تطبيق قرارات مجلس مساهمات الدولة.
- تنظم وتنسق وتشارك في معالجة ملفات التطهير المالي للمؤسسات العمومية الإقتصادية .
- تشجع أي شكل من أشكال الشراكة بين الشركات الجزائرية والأجنبية.
- تضمن تمثيل أسهم الدولة في الأجهزة الإجتماعية للمؤسسات العمومية الإقتصادية، التابعة للقطاع الصناعي .
- تحضّر وتقتح السياسة الوطنية للإستثمار، كما تسهر على تنفيذها .
- تسهر على تناسق مجموع التدابير والأجهزة المحفزة على تطوير الإستثمار، كما تقترح التحسينات الضرورية.
- تقترح أي نشاط وإجراء يرمي إلى تطوير السوق المالي ووضع وسائل للتمويل تكون مكيفة مع الإستثمار.
- تضمن متابعة المشاريع الإستثمارية الكبرى.
- تشارك في تحسين شروط الحصول على العقار الإقتصادي.
- تسهر على وضع مؤسسات وهيئات الوساطة وتنظيم السوق العقاري الإقتصادي والسير الحسن لها.
- تشجع على خلق مناطق صناعية جديدة ومناطق نشاط لها علاقة بتطوير الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تنفذ برنامج التطهير وإعادة التهيئة وترقية وتسيير المناطق الصناعية ومناطق النشاط ؛يضمن متابعة تطبيق قرارات المجلس الوطني للإستثمار.
- تشجّع على خلق بيئة تضمن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الدعم والدفع اللازم لترقيتها وتطويرها.
- تشجّع على إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة جديدة وتوسيع نطاق نشاطها .
- تقترح أي إجراء، يرمي إلى دعم إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و تنافسية ومردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- تشجّع على تحسين وتطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تقترح، وفقا للقانون المعمول به، أي إجراء يسمح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمشاركة في السوق العمومي.

- تحضّر برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ويتحقق من تنفيذه.
 - تسهر على التعيين السليم لصناديق الدعم، والمساعدة والضمان لتسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التمويل المكثّف.
 - تقترح سياسات تكوين وتسيير الموارد البشرية في سياق تحديث المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تقوم بإعداد إطار للحوار مع الحركة الجمعوية ومنظمات أرباب عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تنفذ أي إجراء يمكن من وضع إطار للتنسيق مع الجماعات المحلية من أجل تسهيل خلق وترقية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تسهر، بإشراك الهيئات المعنية، على وضع نظام إعلام إقتصادي، مكثّف مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تمثل الجزائر لدى المنظمات الدولية والإقليمية، التي يرتبط نشاطها بالقطاع، كما يسهر في إطار صلاحياته على إحترام الالتزامات والاتفاقيات الدولية المبرمة.
 - تشارك في تحضير الاتفاقيات الثنائية، المتصلة بمهامه، بما في ذلك الإتفاقيات التي تتعلق بالحماية والضمان المتبادل للاستثمارات.
 - تساهم في تحضير ومتابعة تنفيذ أي إتفاق حكومي أو التعاون مع الهيئات والمؤسسات المالية الإقليمية والدولية، لتسهيل تداول الموارد المالية وقدرات الدعم اللازمة لجعل الاقتصاد الوطني أكثر تنظيماً ويعمل في سيرورة حسنة.
- وهي بهذه المهام تساهم بفعالية في توجيه وتأطير ومراقبة وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأنشأت تحت إدارتها العديد من المؤسسات المتخصصة في ترقية القطاع المذكور ومنها المشاتل وحاضنات الأعمال، ومراكز التسهيل، والمجلس الوطني لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- (أ) **المشاتل وحاضنات الأعمال:** مشاتل المؤسسات هي مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتأخذ المشاتل ثلاث أشكال هي²⁰:
- **المخضنة:** هيكل دعم يتكفل بحاملي المشروعات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الخدمات
 - **ورشة الربط:** هيكل دعم يتكفل بأصحاب المشروعات في قطاع الصناعة الصغيرة والمهن الحرفية.
 - **نزل المؤسسات:** ويتكفل بأصحاب المشاريع المنتمين إلى ميدان البحث.
- وتنشأ هذه المشاتل بموجب مرسوم تنفيذي، وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

²⁰الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، السنة 40، 26 فيفري 2003، ص 13.

(ب) مراكز التسهيل: هي مؤسسات عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتدعى في صلب النص المراكز، وتتمثل أهداف مراكز التسهيل في النقاط التالية²¹:

- وضع شبك يتكيف مع احتياجات أصحاب المؤسسات والمقاولين .
- تقليص آجال إنشاء المشاريع وتوسيعها واستردادها.
- ضمان تسيير الملفات التي تحضى بدعم الصناديق المنشأة لدى الوزارة المعنية طبقا للتنظيم المعمول به.
- تشجيع تطوير التكنولوجيات الجديدة لدى حاملي المشاريع.
- الحث على تثمين البحث، عن طريق توفير جو للتبادل بين حاملي المشاريع ومراكز البحث وشركات الاستشارة ومؤسسات التكوين والأقطاب التكنولوجية والصناعية والمالية.
- تطوير النسيج الاقتصادي المحلي ومرافقة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على الاندماج الاقتصادي الوطني والدولي.

أما وظائف ومهام مراكز التسهيل فيمكن إجمالها في²²:

- دراسة الملفات والإشراف على متابعتها وتبسيط اهتمام أصحاب المشاريع وتجاور العقابيل أثناء مرحلة التأسيس.
- مرافقة أصحاب المشاريع في ميداني التكوين والتسيير ونشر المعلومات المتعلقة بفرص الاستثمار.
- 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.

(ت) المجلس الوطني الاستشاري لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة : هو جهاز استشاري يسعى لترقية الحوار والتشاور بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجمعياتهم المهنية من جهة والهيئات والسلطات العمومية من جهة أخرى، وهو يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ومن مهامه²³:

- ضمان الحوار الدائم والتشاور بين السلطات والشركاء الاجتماعيين بما يسمح بإعداد سياسات وإستراتيجيات لتطوير القطاع.

²¹ نفسه، ص18.

²² نفسه، ص19.

²³ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، السنة 40، 26 فيفري 2003، ص22.

- تشجيع وترقية إنشاء الجمعيات المهنية وجمع المعلومات المتعلقة بمنظمات أرباب العمل والجمعيات المهنية.

2.2.4. بورصة المناولة والشراكة

إن استخدام المناولة الصناعية اليوم أصبح أمرا لا مفر منه في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة بعد التغيرات والتطورات العديدة التي عرفها هذا القطاع، حيث تعتبر المناولة الصناعية احد أهم الوسائل والأساليب في تحقيق التخصص والتميز في الأعمال انطلاقا من تحقيق مجموعة من المزايا التي من كأنها أن تساهم في تدعيم تنافسية المؤسسة، كما تلعب المناولة دورا أساسيا في تنمية وتنظيم النشاط الإنتاجي في الوحدات الصناعية من خلال رفع قدراتها الإنتاجية والتنافسية وزيادة مساهمتها في الناتج المحلي، البطالة وكذا مساهمتها البارزة في القيمة المضافة والتجارة الخارجية.

انطلاقا من كل ما تقدم، أدركت الجزائر أهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لذلك عمدت إلى إصدار العديد من القوانين والمراسيم، والتي كانت تهدف في مجملها إلى ترقية هذا القطاع، من خلال إصدار القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 حيث اعتبر القانون المناولة الأداة المفضلة لتكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما نص أيضا على ضرورة إنشاء مدلس وطني مكلف بترقية المناولة، ويهدف هذا المجلس في مجمله إلى²⁴:

- اقتراح كل تدبير من شأنه تحقيق إندماج أحسن للاقتصاد الوطني.
- تشجيع التحاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتيار العالمي للمناولة.
- ترقية عمليات الشراكة مع كبار أرباب العمل سواء أكانوا وطنيين أم اجانب.
- تنسيق نشاطات بورصات المناولة والشراكة الجزائرية فيما بينها.
- تشجيع قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ميدان المناولة.

3.2.4. الهيئات المتخصصة في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بانخفاض رأسمالها، ومحدودية الضمانات خاصة العينية منها، مما أدى إلى عزوف البنوك عن تمويل هذه المؤسسات، وذلك لصعوبة تقدير وتقييم المخاطر الناشئة عن نشاط هذه المؤسسات، ولذلك فقد تم إنشاء العديد من الوكالات والهيئات، ويمكن عرض بعضها كالآتي:

²⁴الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، السنة 38، 15 ديسمبر 2001، ص 4.

أ) الوكالة الوطنية لترقية الإستثمار (L'ANDI): الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار هي مؤسسة حكومية مسؤولة عن تسهيل وترقية ومرافقة الإستثمار وخلق المؤسسات من خلال أجهزة التحفيز، التي تتمحور أساسا على²⁵:

- إجراءات الإعفاء والتخفيض الضريبي.
- هناك نظامين من الإمتيازات : الأول أول يطبق على الإستثمارات الجارية و المنجزة خارج المناطق المراد تطويرها، والثاني هو النظام الإستثنائي، الذي يطبق على الإستثمارات الجارية والمنجزة في المناطق المراد تطويرها، والتي ترقى لإهتمام خاص من الدولة.
- تتواجد الوكالة على كامل تراب الوطن، من خلال " الشباك الوحيد اللامركزي " الذي توجد فيه كل التفاصيل.
- الشباك الوحيد الامركزي هو بنية تضم الممثلين المحليين للوكالة والمنظمات والإدارات المعنية بالإستثمار (السجل التجاري والضرائب، والجمارك، والعقار ...). فهي تحرص على أن تكون المخاطب الوحيد لصاحب المشروع من أجل التخفيف و التسهيل في الشكليات و الإجراءات الإدارية المتعلقة بمشروع الإستثمار.

وحسب احصائيات سنة 2016 فإن مشاريع الإستثمار المصرح بها حسب قطاعات النشاط من قبل الوكالة الوطنية لترقية الإستثمار، يمكن إجمالها في الجدول الموالي:

²⁵<http://www.mdipi.gov.dz/?%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9,304>.

الجدول رقم(8.4): مشاريع الاستثمار المصروح بها حسب قطاع النشاط

قطاع النشاط	النقل	البناء والأشغال العمومية	الصناعة	الخدمات	السياحة	الصحة	الزراعة	الاجمالي	
المشاريع	2572	1468	2124	1176	232	134	244	7950	
المصرح بها	2061	912	2509	1054	298	142	209	7185	
نسبة 2016	28.68	12.69	34.92	14.67	4.15	1.98	2.91	100.00	
التطور	-19.87	-37.87	18.13	-10.37	28.45	5.97	-14.34	-9.62	
مليار	174327	126371	755397	194152	139180	30489	53498	1473414	2015
دينار	119162	92621	1116955	191691	203560	47525	67530	1839044	2016
جزائري	6.48	5.04	60.74	10.42	11.07	2.58	3.67	100.00	نسبة 2016
التوظيف	19459	32887	71362	14945	7017	2076	2895	150641	2015
	13683	15204	94134	18119	15647	3981	3646	164414	2016
	8.32	9.25	57.25	11.02	9.52	2.42	2.22	100.00	نسبة 2016

Source : Ministre de L'industrie et des Mines, Bulletin D'information Statistique,N : 30, 2017, p :18.

استقراء لمعطيات الجدول السابق، يمكن استخلاص بعض النقاط:

- اجمالي المشاريع المصروح بها انخفضت إلى 7185 مشروع سنة 2016 مقارنة بسنة 2015 حيث كان يبلغ عدد المشاريع آنذاك 7950 مشروع.
- قيمة تغطية الوكالة لهذه المشاريع قد زادت من 1 473 414 مليار دينار سنة 2015، لتصبح 839 044 مليار دينار سنة 2016.
- عدد العمالة الموظفة قد حقق زيادة معتبرة قدرت بـ 13 773 عامل.
- الغالبية الكبرى من المشاريع، تستحوذ عليها كل من قطاعات الصناعة، البناء والأشغال العمومية، النقل والخدمات، الأمر الذي يعني أن نسبة التمويل الكبرى تذهب إليها تلقائيا.
- العمالة المشغلة أيضا تتمركز في قطاعات الصناعة، النقل والخدمات.

ب/ الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة(CNAC) :تم تأسيسه سنة 1994، كمؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي(تحت وصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي)، تعمل على "تخفيف" الآثار الاجتماعية

المتعاقبة الناجمة عن تسريح العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي وفقا لمخطط التعديل الهيكلي، عرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة في مساره عدّة مراحل مخصّصة للتكفل بالمهام الجديدة، المخوّلة من طرف السلطات العمومية²⁶.

يتكفل الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، بجهاز الدعم لإنشاء وتوسيع النشاطات المخصصة للشباب العاطل عن العمل والبالغ من العمر 30-50 سنة، والذين فقدوا وظائفهم لأسباب اقتصادية لشهر واحد. الحد الأقصى للمشروع لا يتجاوز 10 مليون، ويقدم الجهاز لأصحاب المشاريع ما يلي²⁷:

- المرافقة أثناء جميع مراحل المشروع ووضع مخطط الأعمال.
 - العادة خلال جميع مراحل المشروع وتطوير دعم خطة العمل.
- وتتمثل المساعدات المالية في النقاط التالية:
- يمثل القرض على شكل هبة من 28-29 بالمائة من التكلفة الإجمالي للمشروع .
 - التخفيض في الفوائد البنكية.
 - المساعدة على الحصول على التمويل البنكي (70٪ من التكلفة الإجمالية للمشروع) من خلال إجراء مبسط، من لجنة الإنتقاء والتصديق وتمويل المشاريع والضمان على القروض ،من خلال صندوق الضمان المشترك أخطار/قروض لإستثمارات الشباب العاطل عن العمل والبالغ من 30-50 سنة.
- وتستند الاستثمارات المراد إنجازها في هذا الإطار حصريا، على صيغة التمويل الثلاثي، والتي تربط صاحب المشروع والبنك والصندوق، من خلال التركيبة التالية:
- المساهمة الشخصية : 1-2٪ من التكلفة الإجمالية للمشروع.
 - تمويل الصندوق : 28-29٪ من التكلفة الإجمالية للمشروع (على شكل هبة).
 - تمويل البنك : 70٪ (بفوائد مخفضة).
 - المزايا الضريبية (الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة والتخفيض في التعريفات الجمركية قيد الإنشاء والإعفاء الضريبي أثناء مرحلة الإستغلال).
 - التدريب و التكوين في مجال تسييرالمؤسسات , أثناء تركيب المشروع و بعد إنشاء المؤسسة
 - التصديق على المكاسب المهنية.

²⁶ https://www.cnac.dz/site_cnac_new/Web%20Pages/Ar/AR_PresentationCNAC.aspx.

²⁷ <http://www.mdipi.gov.dz/?%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%86%D8%AF%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A..>

وضع هذا الإجراء بشراكة مع وزارة التكوين والتعليم المهنيين، وهو يهدف إلى تقييم وتحسين الخبرة المهنية لأصحاب المشاريع في المستقبل، الذين لا يملكون إثبات الكفاءة، شهادة التأهيل، دبلوم أو شهادة عمل، يتكفل ماديا بهذه العملية، ويتوفر الصندوق على شبكة من الفروع والملحقات تغطي كامل التراب الوطني.

الجدول رقم (9.4): المشاريع الممولة حسب قطاعات النشاط

تراكمات 2016/12/31				السنة المالية 2016			قطاعات النشاط
المجموع	العمالة	نصيب المرأة	عدد المشاريع الممولة	العمالة	نصيب المرأة	عدد المشاريع الممولة	
68610.87	42322	11.92%	17513	7800	12.21%	3325	الزراعة
37029.45	31222	22.12%	11886	5144	20.93%	2016	الصناعات التقليدية
32164.07	25992	2.33%	8080	1424	3.53%	481	البناء والاشغال العمومية
2261.61	1108	4.67%	321	43	0%	14	الري
47963.17	31317	21.67%	10740	2664	21.7%	919	الصناعة
2249.56	1910	2.26%	795	131	0%	58	الصيانة
2784.59	1462	0.5%	404	169	0%	49	الصيد
2970.57	1813	43.68%	831	272	42.5%	120	الاعمال الحرة
106551.9	63430	17.05%	30111	4114	17.7%	1859	الخدمات
118366.73	69662	1.52%	45844	65	0%	51	نقل البضائع
28844.08	18483	1.23%	12191	24	0%	10	نقل المسافرين
449796.6	288721	9.81%	138716	21850	16.01%	8902	الاجمالي

Source : Ministre de L'industrie et des Mines, Bulletin D'information Statistique,N : 30, 2017, p :26.

جـ/الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ): الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، والتي تم إنشاؤها طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 96-296 والمؤرخ في 8 سبتمبر 1996 ، حيث تتمتع الوكالة بالشخصية المعنوية

والاستقلال المالي²⁸، فهي مكلفة بتشجيع ودعم والمرافقة على إنشاء المؤسسات، هذا الجهاز موجه للشباب العاطل عن العمل و البالغ من العمر من (19-35) والحامل لأفكار مشاريع تمكنهم من خلق مؤسسات.

يضمن الجهاز عملية المرافقة التي تمثل مراحل خلق المؤسسة وتوسيعها، ويعنى الجهاز بالمشاريع التي لا تفوق تكلفتها الإجمالية 10 ملايين دينار، كما أنشئ أساسا لإجراءات الدعم من مساعدة وتكوين مميز للشباب صاحب المشروع، من خلال تنضيج المشروع ووضع مخطط العمل، أما المساعدات المالية فتتمثل في²⁹:

- يمثل القرض على شكل هبة من 28 إلى 29 بالمئة من التكلفة الإجمالية للمشروع.
 - التخفيض في الضرائب البنكية .
 - المساعدة في الحصول على التمويل البنك (70٪ من التكلفة الإجمالية للمشروع)، من خلال إجراء مبسط من لجنة الإنتقاء والتصديق وتمويل المشاريع والضمان على القروض، وهذا من خلال صندوق الضمان المشترك أخطار/قروض.
- كما يقدم الجهاز صيغتين في التمويل :

- مختلطة : المساهمة الشخصية + تمويل الوكالة.
 - الثلاثي : المساهمة الشخصية + تمويل الوكالة + تمويل البنك حسب الصيغة (المساهمة الشخصية : 1-2٪ من التكلفة الإجمالية للمشروع؛ الوكالة : من 28-29 بالمئة من التكلفة الإجمالية للمشروع، قرض على شكل هبة، البنك : 70٪ من التكلفة الإجمالية للمشروع).
- أما المزايا الضريبية (إعفاءات ضريبة القيمة المضافة وتخفيض التعريفات الجمركية قيد الإنشاء والإعفاء الضريبي أثناء مرحلة الإستغلال)؛ للمؤسسات أثناء مرحلة تركيب المشروع وبعد خلق المؤسسة.

²⁸الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، السنة 33، 11 سبتمبر 1996.ص12

²⁹ <http://www.mdipi.gov.dz/?%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9,302>.

الجدول رقم (10.4): المشاريع الممولة حسب الفئة وحسب قطاعات النشاط لسنة 2016

قطاعات النشاط	المشاريع الممولة	الرجال	النساء	نسبة الانوثة
الخدمات	105754	88505	17249	16%
نقل البضائع	56530	55821	709	1%
الزراعة	53488	51009	2479	5%
الصناعات التقليدية	42621	35322	7299	17%
البناء والأشغال العمومية	32284	31575	709	2%
الصناعة	24547	21069	3478	14%
نقل المسافرين	18985	18504	481	3%
نقل المبردات	13385	12996	389	3%
الاعمال الحرة	9456	5257	4199	44%
الصيانة	9359	9102	157	2%
الصيد	1127	1111	16	1%
الري	544	520	24	4%
الاجمالي	367980	330791	37189	10%

Source : Ministre de L'industrie et des Mines, Bulletin D'information Statistique,N : 30, 2017, p :25.

د/ الوكالة الوطنية لتسيير القروض الصغيرة (ANGEM) : تقوم الوكالة الوطنية لتسيير القروض الصغيرة بتطوير(القرض المصغر)، رامية إلى تنمية القدرات الفردية للأشخاص الراغبين الأخذ على عاتقهم خلق نشاطهم الخاصة، والقرض المصغر هو إقراض يسمح بشراء تجهيز صغير ومواد أولية لبدء نشاط أو حرفة.

هذا الجهاز موجه لكل مواطن يبلغ من العمر أكثر من 18 عاما، شريطة أن يكون دون دخل أو لديه دخل غير ثابت وغير منتظم، وكذلك بالنسبة للنساء الماكثات في البيت، يهدف هذا الجهاز إلى الإدماج الإقتصادي والإجتماعي عن طريق خلق نشاطات لإنتاج سلع وخدمات³⁰.

القرض "شراء المادة الأولية" : يتوقع الجهاز تمويلا بنسبة مئة بالمائة (دون أية مساهمة من طالب القرض المصغر) من قيمة شراء المادة الأولية بواسطة إقتراض على شكل هبة، وقيمة القرض لا تتجاوز المائة ألف دج. القرض "إقتناء عتاد و تجهيزات صغيرة": تم تحديد التكلفة القصوى للمشروع بمليون دج، وتتوقع التركيبة المالية المقترحة من الجهاز ما يلي :

³⁰<http://www.mdipi.gov.dz/?%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9,226>.

- المساهمة الشخصية: واحد بالمائة من التكلفة الإجمالية للمشروع.
 - الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة: 29 بالمائة من التكلفة الإجمالية وبقتراض على شكل هبة.
 - البنك: 70 بالمائة التكلفة الإجمالية (فوائد مخفضة).
 - الوكالة متمثلة في 49 تنسيقية ولائية مدعمة بخليات مرافقة دورها الأساسي هو الإستقبال والإعلام ومساعدة المترشحين للقروض المصغر على تجسيد مشاريعهم.
- إن المنظومة المؤسسية والاجراءات القانونية السابقة، والمتخذة خلال مرحلة دعم الانعاش الاقتصادي والنمو، كان هدفها تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتدعيم قدرتها التنافسية.

3.4. مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة موقعا هاما ومهما في الخريطة الاقتصادية للجزائر، ولكن ذلك لا يمنعها من مواجهة بعض العراقيل والتحديات التي تعيق تطورها ونموها.

1.3.4. أهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

الأکید أن لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكانة هامة في الاقتصاد الجزائري، من خلال مساهمتها في مجالات متنوعة، خاصة في ظل برامج الانعاش الاقتصادي ودعم النمو، المنتهجة من قبل الحكومة،

أولاً: المساهمة في التشغيل: تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أهم القطاعات الاقتصادية الخالقة والموفرة لمناصب العمل، فهي تتصف بديناميكية متفوقة، فيما يخص دوران مناصب العمل وامتصاص البطالة، بالمقارنة مع المؤسسات الكبرى، من خلال خلق استثمارات ومشاريع جديدة خاصة ناجحة، تعتمد بالدرجة الأولى على الامكانيات الذاتية في مجال التسيير والتنظيم والتمويل، لذلك اتجهت الجزائر نحو الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، نظرا للدور المهم الذي تلعبه، بعدما عجزت السياسات المتعاقبة عن تشغيل فائض العمالة والوافدين سنويا إلى سوق العمل، خاصة وأن البطالة تنتشر بصورة كبيرة في صفوف الشباب، والذي هم في الغالب ليست لديهم أية خبرة مهنية أو حتى مؤهلين، ضف إلى ذلك إمكانية إدماج العمال المسرحين بسبب برنامج التعديل الهيكلي الذي عرفته الجزائر فترة التسعينات في هذه المؤسسات، الأمر الذي يعني استغلال الكفاءات والتجارب بطريقة تؤدي إلى امتصاص البطالة الموجودة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(11.4): تطور عدد العمالة المصريح بها حسب نوع المؤسسات لسنة 2016

النطور %	سنة 2016		سنة 2015		نوع المؤسسة
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
					م ص م الخاصة
6.90	58.62	1 489 443	57.87	1 393 256	عدد العمال
9.44	40.23	1 022 231	40.07	934 037	أرباب العمل
7.92	98.86	2 511 674	97.94	2 327 293	الإجمالي
-33.62	1.14	29 024	2.06	43 727	م ص م العامة
7.16	100	2 540 698	100	2 371 020	الإجمالي

Source : Ministre de L'industrie et des Mines, **Bulletin D'information Statistique**, N : 30, 2017, p :47.

انطلاقا من الجدول السابق، يمكن استخلاص بعض النقاط التالية:

- عدد العمالة المشغلة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشقيها العام والخاص في ارتفاع مستمر .
- النسبة الأكبر من العمالة المشغلة تستحوذ عليها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة، وذلك بنسبة 98.86% سنة 2016، مقارنة بالنسبة 1.14% التي حصلت عليها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العامة في نفس السنة.
- كما لاحظنا أن عدد العمالة المشغلة في القطاع العام قد عرفت انخفاض من سنة 2015 إلى سنة 2016 وذلك بنسبة 33.62%.

الجدول رقم(12.4): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل خلال الفترة 2004-2016

المجموع	المؤسسات العامة	المؤسسات الخاصة		السنوات
		أرباب العمل	الأجراء	
838 504	71 826	-	592 758	2004
1 157 856	76 283	245 842	642 987	2005
1 252 647	61 661	269 806	708 136	2006
1 355 399	57 146	293 946	771 037	2007
1 540 209	52 786	392 013	841 060	2008
1 756 964	51635	455 398	908 046	2009
1 625 686	48 656	618 515	958 515	2010
1 724 197	48 086	658 737	1 017 374	2011
1 848 117	47 375	711 275	1 089 467	2012
2 001 892	48 256	777 259	1 176 377	2013
2 157 232	46 567	851 511	1 259 154	2014
2 371 020	43 727	934 037	1 393 256	2015
2 540 698	29 024	1 022 231	1 489 443	2016

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- Ministre des PME et l'artisanat, **Bulletin D'information Economiques**, pour les années : 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.
- Ministre de L'industrie et des Mines, **Bulletin D'information Statistique**, pour les années 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 et 2017.

نلاحظ من الجدول أعلاه، أن العمالة تتوزع في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشقيه العام والخاص، فمن خلال الاحصائيات السابقة نستنتج التطور الملحوظ في عدد العمالة المشغلة، حيث نلمح التطور في القطاع الخاص منذ سنة 2004، حيث بلغ عدد العمال في القطاع الخاص في هذه السنة حوالي 592 758 عامل، ليرتفع العدد ليصل إلى 841 060 عاملاً سنة 2009، وليصل بعدها عدد العمالة المشغلة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشقها الخاص إلى 1 259 154 عاملاً سنة 2014، وتبلغ 1 489 443 عاملاً في 2016، أما فيما يخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشقها العام فنلاحظ انخفاض مستمر في عدد العمالة المشغلة خلال الفترة 2004-2016، فمن العدد 71 826 عاملاً سنة 2004 انخفض العدد إلى 29 024 عاملاً سنة 2016، وعلى العموم يمكن القول أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم بشكل عام في التقليل من نسبة البطالة، خاصة بعدما تبنت الحكومة في الجزائر

سنة 2008، قانون جيد للتشغيل، حيث يرخّص لكل مؤسسة صغيرة ومتوسطة تشغيل شخصين من حاملي الشهادات، على أن تكفل الدولة بدفع أجورهم، الأمر الذي ساعد بنسبة كبيرة في الحد من نسبة البطالة.

ثانياً: المساهمة في الناتج الخام: يشمل الناتج الداخلي الخام (PIB) على كل ما تم إنتاجه داخل الحدود الجغرافية للدولة، من المنتجات الاقتصادية النهائية خلال فترة معينة، سواء باستخدام عناصر الإنتاج المملوكة للمواطنين أو للأجانب، كما أن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعتبر من القطاعات الاقتصادية المهمة والمهيمنة على النشاطات الاقتصادية في الجزائر، لذلك فهذا القطاع يساهم في الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات بنسبة معتبرة، والجدول التالي وضع للوقوف بصورة أكثر إشرافاً على مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام.

الجدول رقم(13.4): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات خلال الفترة (2011-2000)

الوحدة: مليار دينار جزائري

إجمالي PIB	القطاع العام	القطاع الخاص	الطابع القانوني للمؤسسات	
1814.6	457.8	1356.8	القيمة	2000
100	25.20	74.80	%	
2041.7	481.50	1560.2	القيمة	2001
100	23.6	76.4	%	
2184.1	505	1679.1	القيمة	2002
100	23.1	76.9	%	
2434.8	550.6	1884.2	القيمة	2003
100	22.9	77.4	%	
2745.4	598.65	2146.75	القيمة	2004
100	21.8	78.2	%	
3015.5	651.0	2364.5	القيمة	2005
100	21.59	78.41	%	
3444.11	704.06	2740.06	القيمة	2006
100	20.44	79.56	%	
3903.63	749.86	3153.77	القيمة	2007
100	19.20	80.80	%	
4237.92	686.59	3551.33	القيمة	2008
100	16.20	83.80	%	
4978.82	816.8	4162.02	القيمة	2009
100	16.41	83.59	%	
5509.21	827.53	4681.68	القيمة	2010
100	15.02	84.98	%	
6060.8	923.34	5137.46	القيمة	2011
100	15.23	84.77	%	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- Ministre des PME et l'artisanat, **Bulletin D'information Economiques**, pour les années 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.

- Ministre de L'industrie et des Mines, **Bulletin D'information Statistique**, pour les années 2010 et 2011.

وفي قراءة مفصلة لمعطيات الجدول أعلاه، والذي بين تطور مساهمة قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات، نجد أنه بمقدورنا استنتاج أن هذه المساهمة في تزايد مستمر، فمن القيمة 2745.31 مليار دينار سنة 2004، إلى القيمة 6060.8 مليار دينار سنة 2011.

كما يمكن القول أيضا أن النصيب الأكبر من هذه المساهمة كان للقطاع الخاص بنسبة فاقت 80% خلال الفترة المذكورة.

ثالثا: المساهمة في القيمة المضافة: تقاس القيمة المضافة من خلال الفرق بين السلع المباعة والسلع التي تم شراؤها لإنتاج هذه السلع المباعة، وللمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دور في خلق وتحقيق القيمة المضافة، من أجل ضمان ديمومة وظائفها، فهي لا تكتفي فقط بإقامة علاقة مع الهيئات التي تقتني منها الخدمات، والتي تبيع منتجاتها، بل تخلق كذلك شبكة مبادلات مع هيئات مختلفة.

الجدول رقم(14.4):تطور القيمة المضافة حسب الشكل القانوني للفترة (2010-2016)

الشكل القانوني		مؤسسات عامة	مؤسسات خاصة	المجموع
2010	القيمة المضافة	827.53	4681.68	5509
	النسبة	15.02	84.98	100
2011	القيمة المضافة	923.34	5137.46	6061
	النسبة	15.23	84.77	100
2012	القيمة المضافة	793.38	5813.02	6606
	النسبة	12.01	87.99	100
2013	القيمة المضافة	893.24	6741.17	7634
	النسبة	11.7002	88.2998	100
2014	القيمة المضافة	1187.93	7338.65	8527
	النسبة	13.9	86.1	100
2015	القيمة المضافة	1313.36	7924.51	9237.87
	النسبة	14.22	85.78	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- Ministre de L'industrie et des Mines, **Bulletin D'information Statistique**, pour les années 2011, 2012, 2013, 2014 et 2015.

من خلال الجدول السابق، يمكن أن نستنتج بعض النقاط الهامة التالية:

● القيمة المضافة المحققة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العامة والخاصة في ارتفاع متزايد، حيث ارتفعت

من 5509 مليار دينار سنة 2010 إلى 9237.87 مليار دينار سنة 2015.

- تستحوذ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة على النسبة الأكبر من القيمة المضافة المحققة خلال الفترة 2010-2015، حيث نجد قيمة 923.34 مليار دينار حققتها مؤسسات القطاع العام سنة 2011 مقابل 5137.46 مليار دينار حققتها مؤسسات القطاع الخاص في ذات السنة.

رابعا: المساهمة في التجارة الخارجية: توضح حركة التجارة الخارجية التطورات الحاصلة في كل من صادرات وواردات دولة ما، كما تبين مدى استقلالية الاقتصاد الوطني عن الخارج، عن طريق اعتماده على الطاقة الانتاجية الداخلية لمؤسساتنا العامة والخاصة، لذلك سنخصص هذه النقطة للمكانة التي تحتلها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية، كما هو معبر عليه في الجدول التالي والذي يمنحنا صورة عن هذه المساهمة خلال الفترة (2005-2016):

الجدول رقم(15.4): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية للفترة (2005-2016)

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010
الاستيراد	20357	21456	27439	39479	39103	40212
التصدير	46001	54613	59518	79298	43689	56665
الميزان التجاري	25644	33157	32079	39819	4586	16453
السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الاستيراد	47 247	50 376	55 028	58 580	51 702	46 727
التصدير	73489	71 866	64 974	62 886	34 668	28 883
الميزان التجاري	26242	21 490	9946	4306	-17 034	-17 844

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- Ministre des PME et l'artisanat, **Bulletin D'information Economiques**, pour les années , 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.
- Ministre de L'industrie et des Mines, **Bulletin D'information Statistique**, pour les années 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 et 2017.

تبين لنا احصائيات الجدول السابق، أن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية تعتبر ضئيلة وقليلة، خاصة إذا ما قورنت بقطاع المحروقات الذي يستحوذ على النسبة الأكبر من التجارة الخارجية، ففي سنة 2011 حقق الميزان التجاري فائضا قدر بـ 26 242 مليون دولار، ثم تناقصت القيمة قليلا سنة 2012 لتصل إلى 21 490 مليون دولار.

أما بخصوص آخر سنتين فإن الواردات قد عرفت تناقصا قدر بـ 9.62% منتقلة بذلك من الرقم 51 702 مليون دولار سنة 2015 إلى الرقم 46 727 مليون دولار سنة 2016.

أما الصادرات الجزائرية فهي الأخرى عرفت تناقصت بنسبة 16.69%، حيث حققت سنة 2015 قيمة 34 668 مليون دولار، لتتناقص قيمتها وتصل إلى 28 883 مليون دولار سنة 2016.

وخلاصة القول، تكمن النتيجة العامة أن الميزان التجاري في الجزائر بدأت تتذبذب قيمه، فمن حالة الفائض الكبير الذي عرفه خلال العشرية الأولى من القرن الحالي، أضحى يعرف تناقصا مستمرا ليحقق عجزا ابتداء من سنة 2015 وصل إلى 17 034 مليون دولار ولترتفع قيمة هذا العجز في السنة الماضية إلى 17 844 مليون دولار. وما يمكن الخروج به من خلال تطرقنا لهيكل التجارة الخارجية الجزائرية، أنّ الاقتصاد الجزائري يعتمد وبشكل كبير على صادرات البترول والغاز، كما أنّه اقتصاد يستورد 3/2 ما يستهلكه المجتمع، وهذا بالرغم من الإجراءات المتخذة من طرف الدولة لترقية مؤسساتها والاندماج في الاقتصاد العالمي.

2.4.4. معوقات تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

رغم الجهود المبذولة من قبل السلطات العمومية الجزائرية، للنهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فالأکید ان قطاعا حساسا كهذا القطاع يعاني من معوقات تعيق تحقيقه للنمو والتطور المنشودين منه، لا سيما في ظل العديد من التغيرات والإجراءات التي تخص البيئة المحلية التي ينشط فيها، دونما نسيان للبيئة العالمية التي تلقي بظلالها أيضا على كل هو محلي وداخلي.

أولاً: نقص الرضاة في التسيير: نتيجة افتقار معظم المسيرين للتفكير الديناميكي إحداث التغيير المناسب من حيث النوع والوقت والمكان، في إطار ضوابط اقتصاد السوق، وضغوط المنافسة غير المتكافئة مع غياب التكامل القطاعي الوطني، بالإضافة إلى التغيرات المتواصلة والمتذبذبة للمحيط الاجتماعي والإداري والسياسي، والمؤثرة على نشاط المؤسسة في جوانب عديدة، منها³¹:

- نقص تكوين المسيرين وضعف خبرتهم وتأهيلهم، وصعوبة الحصول على المعلومات الدقيقة.
- ضعف المبادرة والابتكار في مجال نشاط المؤسسة، وعدم الاهتمام بالمقولة من الباطن.
- ضعف التأطير بشكل عام وغياب سياسة وطنية لتكوين المسيرين، خاصة في هذا النوع من المؤسسات التي تعتبر في مختلف الاقتصاديات المتطورة ركيزة النشاط الصناعي.

ثانياً: مشاكل التمويل: تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصاعب في الحصول على التمويل اللازم، ويمثل ذلك إشكالا حقيقيا يحد من تطور القطاع، ويبقى أحد العوامل المعقدة والشائكة في حياة المؤسسة، حتى وإن سجلت المنظومة البنكية الجزائرية، بعض التطور فإن سلوك البنوك يبقى متخوفا إزاء جميع الاستثمارات غير المدعمة من طرف

³¹فتيحة بوحرد، مرجع سبق ذكره، ص 91.

الدولة، وتبقى ملفات الاستثمار معطلة وآجال التنفيذ طويلة، فمن جهة تعاتب البنوك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ضعف تنظيمها وتسييرها وانعدام الشفافية بها، ومن جهة أخرى تعاتب المؤسسات البنوك على قلة اهتمامها بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وغياب هياكل متخصصة لمعالجة الملفات، وتعاني البنوك العمومية من بعض المشاكل مثل³²:

- مشكل إعادة تمويل القروض الاستثمارية وذلك لعدم توفر سوق مالي ديناميكي.
 - البنوك العمومية مطالبة باحترام قواعد الحذر المحددة من طرف البنك المركزي الذي يقوم بتسطير الحدود القصوى للالتزامات البنوك بالنسبة للأموال الخاصة الصافية لزبون واحد من جهة وللمجمل الزبائن من جهة أخرى.
 - عدم توفر البنوك العمومية على موظفين مؤهلين ومتخصصين في مجال الهندسة المالية.
 - عدم توفر الاحصائيات وبنوك للمعلومات الاقتصادية المتعلقة بالأسواق الوطنية (الأسعار، هوامش الربح). وعموما ترجع أسباب مشاكل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى عدة أسباب أهمها:
- ضعف تكييف النظام المالي المحلي مع متطلبات المحيط الاقتصادي الجديد، ففي الوقت الذي يتحدث فيه الخطاب الرسمي عن إجراءات الدعم المالي وتشجيع الاستثمارات والشراكة، فإن الواقع يشير إلى اصطدام كل هذه التطورات بالتعقيدات ذات الطابع المالي منها:
- غياب أو نقص شديد في ميدان التمويل الطويل المدى، ذلك أن معظم موارد البنوك في الجزائر تعتبر قصيرة المدى، أما فيما يخص تمويل دورة الإنتاج فإن البنك يمول 15 يوما من دورة الإنتاج فقط، وحسب البحث الذي قام به البنك العالمي فإن من بين 562 مؤسسة شملتها الدراسة 11% فقط من احتياجات تمويل رأس المال العامل تم تمويلها عن طريق قروض بنكية خلال الفترة 1999-2002.

الجدول(16.4): رقم الائتمان المحلي المقدم في القطاع الخاص في الجزائر

2011	2010	2009	2008	
16.8	14.5	16.5	13.2	الائتمان المحلي المقدم في القطاع الخاص في الجزائر

المصدر: محمد طرشي، العناقيد الصناعية كمدخل لتعزيز مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد13، جانفي 2015، ص13

- المركزية في منح القروض.

³²محمد طرشي، العناقيد الصناعية كمدخل لتعزيز مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد13، جانفي 2015، ص13.

- نقص في المعلومات المالية خاصة فيما يتعلق بالجوانب التي تستفيد منها المؤسسة.
- القروض البنكية المقدمة من البنوك العامة لا تمنح على أساس حجم التدفقات المالية المستقبلية بل تمنح غالبا على أساس تاريخ الزبون والضمانات المقدمة.
- ضعف الشفافية في تسيير عملية منح القروض رغم أن الأصل في القرض خاضع للإشهار.
- مطالبة البنوك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بضمانات كبيرة (عينية) قد لا تتوافر لدى أصحاب هذه المؤسسات.
- عدم توافر الوعي المصرفي لدى أرباب الصناعات الصغيرة وعدم اعتمادهم على التعامل مع البنوك.
- ارتفاع معدلات الفائدة على القروض لتعويض درجة المخاطرة.
- تكاليف المعاملة المصرفي مرتفعة بسبب انخفاض مبلغ القرض بالإضافة إلى الاجراءات الادارية المطلوبة في حالة تمويل مؤسسة صغيرة إذ لا يعتبر منح قروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حتى الآن وظيفة بنكية أساسية في الجزائر.
- عدم مراعاة السياسة النقدية لأوضاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- محدودية التمويل المتعلقة بالصيغ والإجراءات يتميز التمويل المصرفي التقليدي في الجزائر بمحدوديته وتعقيداته الإجرائية الوثائقية ذلك أن الوساطة المالية والمنظومة المصرفية لم يكن بإمكانها التكيف مع وتيرة التحولات الهيكلية المسجلة على مستوى الاقتصاد الكلي بحيث ظهرنا كأهمها تجاوزتهما الأحداث.
- محدودية التمويل المتعلقة بالحجم والأولويات إن حصة المشروعات الفردية والمصغرة والصغيرة في تغطية احتياجاتها التمويلية محدودة من حيث الحجم ومن ناحية الأولويات وخاصة في ظل الانفتاح الاقتصادي حيث انعكس ذلك على حرمان الأنشطة الإنتاجية، وفي آن واحد تشجيع أنشطة المضاربة وتوسعت الدائرة التجارية المضاربة على حساب الدائرة الإنتاجية التي توفر الثروات ومناصب الشغل بسبب : الانفتاح غير المضبوط للاقتصاد الوطني.

ثالثا: مشكل العقار: من بين العراقيل التي واجهت المستثمرين، هو عدم الاستقرار، وعدم تنظيم الحصول على العقار الصناعي، وكذلك الحالة السيئة التي تعيشها غالبية المناطق الصناعية الموجودة في الجزائر، فالعقار يعرف توزيعا غير مدروس مطلقا، فالكثير من الأراضي غير مستغلة بالطريقة الصحيحة، أو مازالت بورا³³، كما أن الأراضي تخضع لأكثر من وزارة، لأنها عموما لا تتبع جهة إدارية واحدة بالإضافة لكون الأراضي فيها ماهو خاص، ومنها

³³عبد الرحمن بن عنتر، واقع مؤسساتنا الصغيرة والمتوسطة وآفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 01، جامعة سطيف، 2002، ص 162.

بلدي، كما يوجد غياب الإطار القانوني والتنظيمي، الذي يحدد طرق وكيفية وآجال التنازل عن الأراضي وموضوع استخدامها³⁴.

رابعا: نظام المعلومات: إن غياب وضعف نظام المعلومات، وسوء التحكم في تقنيات وآليات التسيير، تجعل هذا النوع من المؤسسات هشة وغير قادرة على المنافسة، وكذا التغيرات البيئية، ولا سيما في بداياتها الأولى، فمن المؤكد أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، توجد في محيط معلوماتي ضعيف جدا ولا يساعد على تنميتها ونموها، وبعبارة أخرى غياب المعرفة الكافية عن هذه المؤسسات، يجعل قيام هذه المؤسسات يتم في فوضى عارمة لانعدام الدراسات الجادة في معرفة خصائص وقدرات هذه المؤسسات بصورة جيدة، وشح المعلومات الضرورية عن المهتمين بهذا القطاع وهو ما يتطلب تشخيصا دقيقا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة³⁵.

خامسا: مشكل تمويل الجهاز الانتاجي: يطرح التمويل بالمدخلات خاصة المستوردة منها، عائقا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية، خاصة المؤسسات قليلة الخبرة في مجال تقنيات الاستيراد، لاعتمادها في السابق على التمويل من المؤسسات العمومية والتي كانت تحتكر التجارة الخارجية، حيث وعلى الرغم من الانفتاح الاقتصادي، لا يزال قطاع هذه المؤسسات يواجه مشكلة تمويل الجهاز الانتاجي بالمواد الأولية وقطع الغيار، وذلك ناتج عن 30 سنة من الاحتكار العمومي للتجارة الخارجية، كما نشير هنا إلى ارتفاع معدلات الرسوم الجمركية على المواد والتجهيزات المستوردة، وهو ما ينقل كامل هذا النوع من المؤسسات التي تعاني أصلا من نقص في الإمكانيات والموارد المالية³⁶.

سادسا: المشكلات الإدارية: عادة ما تواجه مؤسسات قطاع الصغيرة والمتوسطة في الجزائر إجراءات تنظيمية وإدارية حكومية معيقة وثقيلة في عملية تأسيس نشاطات هذا القطاع، مما يشكل عقبة أمام نموه وتطوره، حيث إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجه عدة مشاكل إدارية وفنية أهمها³⁷:

- مشكل استكمال اجراءات المشروع الاستثماري، والذي يتطلب نفس طويل وصبر كبير، بالإضافة إلى طول مدة دراسة الملفات الخاصة بالاستثمار.
- مشكل الحصول على التجهيزات، حيث أن آجال تسليم هذه التجهيزات تتأخر عن وقت الحصول عليها.

³⁴غدير أحمد سليمة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وآفاق، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 05-06/05/2013، ص6.

³⁵شريف غياط ومحمد بوقوم، التجربة الجزائرية في تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد 01، سورية، 2008، ص138.

³⁶مسعود بن جواد وحزرة طوبان، المقاولانية المستدامة بين إشكالية البقاء وحتمية الابتكار، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المجلد 01، العدد 02، جوان 2017، ص162.

³⁷عبد الوهاب دادن والعبد غربي، أثر تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تنافسية الاقتصاد الوطني خلال الفترة 1999-2015، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 12، جامعة الوادي، جوان 2017، ص 215.

- عدم وجود جهاز واحد أو هيئة واحدة مسؤولة عن الإشراف والرقابة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهذه الأنشطة الاقتصادية تنازعها في الوقت الراهن وزارات وأجهزة متعددة، مما يؤدي إلى طور الاجراءات الادارية، وينشأ التداخل والتضارب بينهما، ويؤدي إلى تخوف المستثمرين.

إن استقراء مسيرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، يظهر أن هذه المسيرة حققت بالفعل مزايا ونجاحات نسبية في امتصاص أعداد كبيرة من العاملين وسد احتياجات الأسواق المحلية، وفتح المجال أمام المبادرات الفردية والتوظيف الذاتي، ومن ثم المساهمات في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، غير أن فعاليتها بصورة عامة لا تزال بحاجة إلى إعادة نظر لتحقيق ما عقد عليها من آمال ومطامح، ومن يستعرض أسباب النجاح أو الاخفاق يجد أوجه قصور متعددة ومتنوعة، منها ما هو متصل بالسياسات الاقتصادية والأطر القانونية، ومنها ما هو خاص بالمؤسسات نفسها، وقد شكلت في مجملها معوقات أثرت على سبل تطوير وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

4.4. واقع منظومة البحث والتطوير في الجزائر

في ظل التغيرات التكنولوجية المتسارعة، وجو المنافسة الجديد، وبهدف تطوير الطاقة الابتكارية، تسعى الجزائر إلى إيجاد المنظومة المناسبة للبحث والتطوير، على اعتباره السبيل الوحيد لبناء دولة حديثة ومتطورة، على غرار باقي دول العالم، لذل سنحاول في هذا المبحث التعرّيج على واقع منظومة البحث والتطوير في الجزائر، وأهم التحديات التي تواجهها.

1.4.4. نشأة البحث والتطوير في الجزائر

يمكن تلخيص مراحل تطور منظومة البحث والتطوير في الجزائر إلى الفترات التالية:

- أ. الفترة الأولى (1962-1971): تطرقت المعاهدات الجزائرية الفرنسية المتفق عليها غداة الاستقلال إلى مسألة البحث العلمي، حيث أكدت النصوص المتعلقة بالاتفاقيات والبروتوكولات على أن أنشطة معاهد ومراكز البحث العلمي تخضع دوريا للمراقبة وتعليمات وتوجيهات عامة من طرف المجلس الأعلى للبحث العلمي، حيث أنشأ هذا المجلس عام 1963 بمساعدات مالية فرنسية لمدة 4 سنوات، ولكن يجدر التذكير أن كل الباحثين كانوا فرنسيين، وأن كل المشاريع كانت تحت إدارة فرنسية³⁸.

³⁸عز الدين نزي، تقييم سياسة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في الجزائر لتحقيق الأهداف الاقتصادية الوطنية، مجلة مجاميع المعرفة، المركز الجامعي تندوف، العدد 4، الجزائر، أفريل 2017، ص 277.

وفي 31 أوت 1967، تأسس الأمر رقم 67-172 المتضمن إنشاء المعهد الوطني للإنتاجية والتنمية الصناعية³⁹، حيث يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع غداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، ثم تحول إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 98-163 المؤرخ في 19 ماي 1998، والذي كان هدفه المساهمة في الأنشطة التي تبادر بها السلطات العمومية في مجال رفع الاقتصاد الوطني⁴⁰.

بيدوا واضحا أن المسؤولين الجزائريين كانوا منشغلين بالأوضاع الصعبة التي تميز البلدان المستقلة حديثا، ولا يمكن أي في من حال الأحوال أن يحظى البحث العلمي بأولوية ما، هذا ما يفسر على الأقل استمرار فرنسا في تسيير هياكل البحث العلمي وأدى إلى إمضاء بروتوكول مشترك في ثان 16 مارس عام 1968 نتج عنه ميلاد منظمة التعاون العلمي لمدة 4 سنوات بتمويل مشترك بين فرنسا والجزائر التي بدأت تهتم بالبحث العلمي، وعليه يمكن القول عن هذه المرحلة أنه تم التركيز على مسألتين: الأولى تتعلق بهياكل البحث التابعة لوصايتين، وصاية جزائرية وأخرى فرنسية، أما الثانية فترتبط بغياب سياسة وطنية للبحث العلمي وهو أمر طبيعي نظرا لصعوبة المرحلة⁴¹.

ب. الفترة الثانية (1972-1982): بعد إنشاء وزارة التعليم العالي والبحث العلمي سنة 1970، وبعد إصلاح

التعليم العالي، بدأ التفكير في تنظيم البحث العلمي، حيث أنشأت مؤسستان سنة 1973 هما:

• المجلس الوطني للبحث ومهمته تحديد توجهات البحث والمخطط الوطني للبحث.

• الديوان الوطني للبحث وهو هيئة مكلفة بتنفيذ البحث.

تبعه سنة 1974 إنشاء المركز الجامعي للأبحاث والانجازات في مدينة قسنطينة، بالموازاة مع هذه الهيكلة تم إنشاء عام 1982 محافظة الطاقات المتجددة، التي وضعت تحت رئاسة الجمهورية مباشرة، وبعد إنشاء هذه المحافظة تم حل الديوان الوطني للبحث العلمي، ومعه أيضا مركز البحوث والدراسات والانجازات، وذلك سنة 1983، وقد عرفت هذه الفترة بعض الانجازات، لا سيما من طرف الديوان الوطني للبحث العلمي، والذي سجل خلال الفترة 1974-1983 الموافقة على 109 مشروع بحث ومساهمة في تأطير 200 أطروحة ماجستير ودكتوراه، كما نشر 1340 مقالا علميا، لكن الجهد المبذول لم يمكن من إحداث ديناميكية بين الباحثين ومختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية⁴².

³⁹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 76، السنة 04، 15 سبتمبر 1967، ص1178.

⁴⁰الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 33، السنة 35، 20 ماي 1998، ص07.

⁴¹نفسه، ص 277.

⁴²عز الدين نزعوي، مرجع سبق ذكره، ص 278.

ج. الفترة الثالثة (1983-1997): عرفت مرحلة الثمانينات في الجزائر ظروفًا خاصة تميزت، على الصعيد السياسي بتغيير في هرم السلطة، أما في مجال البحث العلمي فقد شهد عدة تغيرات، بعد حل الديوان الوطني للبحث العلمي سنة 1983، تم إنشاء محافظة البحث العلمي والتقني، هذه المحافظة الثانية حاولت ترتيب البرامج الوطنية ذات الأولوية لم تعمر طويلاً، لأنه في عام 1986، استبدلتا كلا المحافظتين بالمحافظة السامية للبحث التي وضعت تحت وصاية رئاسة الجمهورية بعد 4 سنوات، وعندما توصلت إلى وضع المعالم المتعلقة بتنشيط البحث العلمي، استبدلت المحافظة السامية للبحث بالوزارة المنتدبة للبحث والتكنولوجيا والبيئة وذلك عام 1990، هذه الوزارة لم تعمر سوى سنتين، لتستبدل بكتابة الدولة للبحث لدى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي عام 1992، وهي الكتابة التي بقيت أقل من عام لتحل سنة 1993، وتسند مهمة البحث العلمي لوزارة التعليم العالي لمدة 6 سنوات، خلال هذه الفترة تم إنشاء وكالتين، وهما الوكالة الوطنية لتطوير والبحث الجامعي، والوكالة الوطنية لتطوير البحث في الصحة⁴³.

إن ما يمكن ملاحظته هو أن جل قرارات الحكومة الجزائرية كانت مجرد نية فيما يخص ضرورة التكفل الفعلي بالبحث والتطوير، وبقيت الأحوال على حالها إلى غاية سنة 1998.

د. الفترة الرابعة (1998-2008): هي الفترة التي شهدت صدور قانون رقم 98-11 المتضمن القانون التوجيهي والبرنامج الخماسي حول البحث العلمي والتطوير التكنولوجي 1998-2002، والذي يهدف إلى⁴⁴:

- ضمان ترقية البحث العلمي والتطوير والتكنولوجي، بما في ذلك البحث العلمي الجامعي.
- تدعيم القواعد العلمية والتكنولوجية للبلاد.
- تحديد الوسائل الضرورية للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي وتوفيرها.
- رد الاعتبار لوظيفة البحث داخل مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي والمؤسسات المعنية بالبحث وتحفيز عملية ترمين نتائج البحث.
- دعم تمويل الدولة للنشاطات المتعلقة بالبحث العلمي والتطوير التكنولوجي.
- ترمين المنشآت المؤسساتية والتنظيمية من أجل التكفل الفعال بأنشطة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي.

⁴³ نفسه، ص 278.

⁴⁴ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 62، السنة 35، 24 أوت 1998، ص 4.

كما اعتبرت المادة الثانية من هذا القانون البحث العلمي والتطوير التكنولوجي من الأولويات الوطنية، فيما أكدت المادة الثالثة منه على أن البحث العلمي والتطوير التكنولوجي يرمي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية والتكنولوجية للبلاد، مثل التنمية الفلاحية والغابية، تنمية الثروة الحيوانية والصيد البحري، تنمية الصناعات الغذائية، استكشاف الأرض، تطوير التشغيل، تنمية الموارد المائية وحمايتها لا سيما الري وصرف المياه والتطهير والتموين بالمياه، تطوير وترقية السكن، إنتاج الطاقة وتخزينها، تطوير وسائل النقل والاتصال، تطوير منظومة التربية والتعليم والتكوين والصحة، كما شملت هذه المادة الترقية الشاملة للمعارف، والمساهمة في توسيع المعارف العالمية وتطوير التقنيات الفاضلية وتطبيقها⁴⁵.

ومن أجل تدعيم أنشطة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي تم إصدار عدة مراسيم تنفيذية أهمها:

- المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المؤرخ في 21 فبراير 1998، والمتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس، وأسندت له مهمة تنفيذ السياسة الوطنية للتقييس، حيث يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية⁴⁶.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وهو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، ويتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية⁴⁷، وقد حل محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية في الأنشطة المتعلقة بالاختراعات، ومحل المركز الوطني للسجل التجاري في الأنشطة المتعلقة بالعلامات والرسوم والنماذج الصناعية والتسميات، ويقوم المعهد بتنفيذ السياسة الوطنية في الملكية الصناعية بحماية الحقوق المعنوية للمبدعين من خلال دعم القدرة الابداعية والابتكارية، باتخاذ إجراءات مادية ومعنوية، وتسهيل الوصول إلى المعلومات التقنية التي تحتويها وثائق البراءات، بانتقائها وتوفيرها، وتحسين ظروف استيراد التقنيات الأجنبية إلى الجزائر⁴⁸.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-137 المؤرخ في 03 ماي 1998، والمتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والتنمية التكنولوجية وتنظيمها وسيرها⁴⁹.

⁴⁵ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 62، السنة 35، 24 أوت 1998، ص 4.

⁴⁶ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 11، السنة 35، 1 مارس 1998، ص 27.

⁴⁷ نفسه، ص 21.

⁴⁸ نصر الدين بن نذير، مرجع سبق ذكره، ص 305.

⁴⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، السنة 35، 06 ماي 1998، ص 9.

- المرسوم التنفيذي رقم 99-243 المؤرخ في 31 أكتوبر 1999، والمحدد لتنظيم اللجان القطاعية الدائمة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي وسيرها⁵⁰.
- المرسوم التنفيذي رقم 99-244 المؤرخ في 31 أكتوبر 1999 والمحدد لقواعد إنشاء مخابر البحث، تنظيمها وتسييرها⁵¹.
- المرسوم التنفيذي رقم 99-256 المؤرخ في 16 نوفمبر 1999، والمتضمن تحديد كفاءات إنشاء المؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي والتكنولوجي وتنظيمها وسيرها.
- المرسوم التنفيذي رقم 99-257 المؤرخ في 16 نوفمبر 1999، والذي يحدد كفاءات إنشاء وحدات البحث وتنظيمها وسيرها، وأيضا المرسوم التنفيذي رقم 99-258 المؤرخ في 16 نوفمبر 1999، وهدفه تحديد كفاءات ممارسة المراقبة المالية البعدية على المؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي والثقافي والمهني والمؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي والتكنولوجي وهيئات البحث الأخرى⁵².
- وبغية تعزيز صلاحيات الهيئات المكلفة بالبحث العلمي والتطوير التكنولوجي المشار إليها بالمراسيم أعلاه، أقدمت الجزائر في منتصف سنة 2000 على إنشاء وزارة منتدبة للبحث العلمي هدفها الأساسي هو إعداد السياسة الوطنية في مجال البحث العلمي والتطوير التكنولوجي وتنفيذها بالتنسيق مع القطاعات والهيئات المعنية عمومية كانت أو خاصة، كما سمحت نصوص المراسيم السابق بـ⁵³:
- إعداد وتطبيق 27 برنامج بحث وطني من بين 30 برنامجا مسطرا.
- تنصيب 21 لجنة قطاعية من بين 27 دائرة وزارية معنية.
- إنشاء 639 مخبر بحث داخل مؤسسات التعليم العالي.
- إنشاء 18 مركز بحث في إطار المؤسسات العمومية ذات الطابع العلمي والتكنولوجي.
- إنشاء 04 وحدات بحث.
- تنصيب الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث.
- إنشاء فرع ذي طابع اقتصادي لدى المؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي والتكنولوجي.

⁵⁰ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، السنة 36، 03 نوفمبر 1999، ص 34.

⁵¹ نفسه، ص 05.

⁵² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 82، السنة 36، 21 نوفمبر 1999، ص 3-14.

⁵³ كمال زموري وكمال مرداوي، منظومة البحث العلمي والتطوير والتكنولوجيا في الجزائر الوضع الراهن واستراتيجيات التطوير، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميله، العدد الخامس، جوان 2017، ص 637.

- إشراك 13500 أستاذ باحث و 2000 باحث دائم من بين المجموع الكلي الذي حدده القانون والمقدر بـ15500 باحث.
 - بناء الهياكل القاعدية للبحث الخاصة ببرامج تكنولوجيايات الإعلام والإتصال، البيوتكنولوجيا، الطاقات المتجددة، الصحة والزراعة وغيرها.
 - بناء مخابر البحث على مستوى قطاع التعليم العالي، حيث تم إنجاز في البرنامج الأول لسنة 2004 حوالي 455 مخبر، وفي البرنامج الثاني 2006 ما مقداره 210 مخبر.
 - فيما يتعلق بالتمويل، ارتفع متوسط الدعم المخصص للفترة 1999-2005، إلى 34266 مليون دج خصص منها 17550 مليون دج، كاعتمادات تسيير لدعم محيط البحث، و14154 مليون دج كاعتمادات للتجهيزات و 2562 مليون دج لتنفيذ البرامج الوطنية للبحث.
- بالإضافة إلى ذلك تم إنشاء صندوق للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي خصص له مبلغ 5 مليار دينار جزائري (حوالي 71 مليون دولار)، خاص بإدارة مخابر ومراكز ووحدات البحث⁵⁴.
- هـ. الفترة الخامسة (2008-2017): قصد تعزيز المكتسبات المحققة في البرنامج الخماسي 1998-2002، ومعالجة النقائص ونواحي القصور، تم إعداد قانون خماسي للفترة 2008-2012 والذي سمي بالقانون المعدل والمتمم للقانون 98-11 المتضمن القانون التوجيهي والبرنامج الخماسي للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي 1998-2002، وقد تمحورت التعديلات التي أدرجت على هذا القانون المعدل والمتمم حول سبع نقاط أساسية هي⁵⁵:
- وضع أفقي زمني لأهداف البحث الأساسية يمتد على مدى 10 سنوات، ذلك يعني أن برجة البحث العلمي تكون خماسية ولكن بما أن الأهداف مرتبطة بالأوضاع الاقتصادية للبلاد تكون في أفق 10 سنوات، فمثلا فيما يخص الطاقات المتجددة، فإن أبعاد وزارة الطاقة والمناجم والدولة الجزئية ككل هو الوصول بعد 10 سنوات إلى نسبة 5% من الطاقة تكون مصدرها الطاقات المتجددة، وعليه يترجم هذا الهدف الاقتصادي والسياسي على مستوى البحث العلمي ببرامج بحث توافق هذه الإرادة السياسية والاقتصادية، وعليه فإن البعد والهدف يكون على 10 سنوات، والبرجة تكون خماسية (05 سنوات)، والتقييم يكون سنوي والتمويل يكون كل ثلاث سنوات.

⁵⁴ العياشي زرزور ومحمد مداحي، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجها في البرامج التعليمية، مجلة أداب الكوفة، جامعة الكوفة، المجلد 01، العدد 24، العراق، 2015، ص 223.

⁵⁵ عز الدين نزعلي، مرجع سبق ذكرهن ص 279.

- تفعيل المجلس الوطني للبحث العلمي والتقني وتحديد تشكيلته، بحيث تتكون من جميع الوزارات المعنية تحت إشراف رئيس الحكومة.
- إستحداث المجلس الوطني للتقويم، كأداة لتقويم أنشطة البحث ودعم المجلس الوطني للبحث العلمي والتقني.
- إرساء الأسس القانونية التي تسمح بتنصيب الهيئة الوطنية المديرية العامة للبحث والتطوير التكنولوجي، وتفعيل دورها وتنظيم سيرها ومنحها إستقلالية التسيير.
- استحداث وكالات موضوعاتية للبحث في جميع الميادين على شاكلة الوكالة الوطنية لتطوير البحث في الصحة التي أنشأت من قبل، حيث بينت التجربة أن هذه الوكالات سهلت الأمور المتعلقة بالتسيير، ومتابعة وبرمجة وتقييم وتمويل أنشطة البحث.
- إستحداث فرق بحث للتكفل بالمشاريع التي يتطلب إنجازها تعاون هيئات عديدة، فمثلا إستحداث فرق عمل تضم باحثين من صيدال وباحثين من الجامعات يعملون على نفس المشروع.
- إستحداث مصالح مشتركة هدفها الاستعمال الأمثل للكفاءات والأجهزة، وذلك عن طريق تجميع جميع الجهود البشرية والمادية، والتي من شأنها خدمة مشروع بحث معين دون نسيان أو إقصاء أي طرف من شأنه الاستفادة أو الإفادة، وبالتالي الوصول إلى نتائج عملية مرضية.
- فيما يخص التمويل، فقد تم تحديد سقف 100 مليار دج لتمويل العمليات المبرمجة، للوصول إلى 60000 باحث في آفاق 2020، هذه الأموال موزعة بنسبة 73% لتمويل محيط البحث والبرامج الوطنية، و 27% للاستثمار، بالإضافة إلى إتخاذ إجراءات وتدابير أخرى من شأنها تسهيل العملية، مثل إعفاء التجهيزات العلمية من الضرائب، سن قوانين خاصة بالأساتذة الباحثين والباحثين الدائمين، إنجاز مرافق قاعدية وتوفير تجهيزات كبرى للبحث.

2.4.4. النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية

سعت الجزائر جاهدة بعد الاستقلال إلى العمل على البناء التدريجي لنظام وطني للمعلومات الاقتصادية، بغرض تلبية حاجيات ومتطلبات كافة الأعوان الاقتصاديين من المعلومات، ذات النوعية المطلوبة وفي الآجال المحددة⁵⁶، فالنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية هو عبارة عن مجموعة مركبة من انظمة معلومات فرعية، مستقلة ومنظمة، الهدف منها تزويد المستخدمين بالمعلومات المطلوبة في الوقت المناسب، وكذا دعم اتخاذ القرار على مختلف

⁵⁶ منصف بن خديجة و عبد الرحمن أولاد زاوي، دراسة تحليلية لممارسة الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، العدد السابع، جوان 2017، ص 180.

المستويات (كلي وجزئي)، وبالتالي فإن كل نظام فرعي من هذه الأنظمة مصمم بحيث يلبي احتياجات مجموعة من المستخدمين، فضلا عن تزويد الأنظمة الفرعية الأخرى⁵⁷، ويتكون هذا النظام الوطني من مجموعة من الأنظمة هي: **أولاً: نظام المعلومات الإحصائية**: هو عبارة عن مجموعة من عمليات جميع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات المرتبطة بمجال معين، والذي يعتبر كأداة لاتخاذ القرار، وهذه العمليات تأخذ الشكل الرقمي للمعلومات المجمعة أو المنشورة، وأبرز الهيئات الممثلة لهذا النظام: المراكز الوطنية للإحصاء، المراكز الفرعية التابعة للمركز الوطني للإحصاء أو التابعة للوزارات، البنوك المركزية، المراكز المتخصصة الأهلية (الخاصة)⁵⁸.

ثانياً: نظام المعلومات المحاسبية: ويعنى هذا النظام بالمعلومات المتعلقة بنشاط الأعوان الاقتصاديين خلال الدورة المالية، والتي يصدر عنها كم من المعلومات يمكن تجميعها وتحليلها وتخزينها، ومن ثم نشرها، ليتسنى للمهتمين بها الاستفادة منها، ويعتبر نظام المحاسبة الوطنية جوهر هذا النظام، والذي هو عبارة عن أداة للملاحظة وتحليل للحياة الاقتصادية في آن واحد، ويرمي إلى معرفة مجموع القنوات الاقتصادية وارتباطاتها، ويسمح بتكميم وتسجيل كل العمليات ذات الطابع الاقتصادي، التي تمت خلال فترة زمنية معينة في بلد معين، كل ذلك في إطار محاسبي مشترك ودقيق، ويمكن أن يمثل هذا النظام كل من⁵⁹:

- الجهات الجبائية التي تحصل على المعلومات من خلال ما يخوله لها القانون من إلزامية التصريح المحاسبي بالنسبة للمؤسسات.
- المؤسسات المالية (البنوك، مراكز التأمين، صناديق الضمان الاجتماعي)، وما تشتطره من معلومات للتعامل مع أي مؤسسة.
- المؤسسات الاقتصادية (الخاصة والعمومية)، والتي تملك نشرات خاصة بها يمكن أن تصدرها دوريا لتمكين المهتمين (مساهمين، دارسين) من معرفة وضعياتها المالية.

ثالثاً: نظام المعلومات التسييرية: ويتضمن كل المعلومات الصادرة عن الهيئات الإدارية، والمتعلقة أساسا بالقوانين واللوائح والتنظيمات الجديدة أو الامتيازات المقدمة أو الاستثناءات المعلنة، ويمكن أن يعبر عن هذا النظام كل من⁶⁰:

- الوزارات المعنية (المالية، السياحة، الزراعة والصناعة).
- المديریات التابعة للوزارة (جهوية أو محلية).

⁵⁷ العياشي زرار ومحمد مداحي، مرجع سبق ذكره، ص 234.

⁵⁸ منصف بن خديجة وعبد الرحمن أولاد زاوي، مرجع سبق ذكره، ص 180.

⁵⁹ حسين رحيم ويحيى دريس، أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17-18 أبريل 2006، ص 580.

⁶⁰ حسين رحيم ويحيى دريس، مرجع سبق ذكره، ص 579.

• المراكز المختصة والجمعيات المهنية.

رابعا: مراكز البحث والتوثيق: وتتمثل في مجموع المخابر المملوكة بالبحث، سواء كانت هذه المخابر مستقلة أو تابعة للجامعات أو للمدارس العليا أو للمعاهد المتخصصة، كما ينطوي تحت هذا العنصر كل من المكتبات الوطنية أو المكتبات التابعة للجامعات أو لغيرها، بالإضافة إلى كل مراكز التوثيق⁶¹.

خامسا: أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال: يعتبر هذا النظام المحرك الرئيسي للنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وذلك لما يوفره من مزايا شتى، لعل أهمها سرعة الاتصال والتوصيل، يشير مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى ثلاثة مجالات فنية متفاعلة مع بعضها: الاتصال عن بعد، الإعلام الآلي (المعلوماتية)، الالكترونىك وتقاطعاتها⁶².

5.4. تشخيص الذكاء الاقتصادي في الجزائر

يعد مفهوم الذكاء الاقتصادي ديناميكية جديدة في الجزائر، وعملية التبنى كانت متأخرة في المؤسسات الوطنية، حيث فرضها اقتصاد السوق واستراتيجيات التنافسية الجديدة بين المؤسسات الوطنية أو الدولية على حد سواء، حيث يعد الذكاء الاقتصادي من بين الآليات المهمة التي تسهم في توفير المعلومة والتي تساعد في تحسين اتخاذ القرار، إذ أنه توليفة لوظائف الاستعلام، حماية المعلومات والتأثير على البيئة، لذلك وجدت الجزائر نفسها ملزمة لكي تكون حذرة في سوق يكتنفها صراع تنافسي، حيث أصبحت المؤسسات الوطنية اليوم مطالبة بتوقع التهديدات والفرص، وأكثر انتهاجا لأساليب تتأقلم مع المستجدات الراهنة، لتتمكن من تشخيص متغيرات بيئة العمل الداخلية والخارجية والاستفادة من فرصه وتجنب مخاطره من أجل البقاء والديمومة.

1.5.4. نظرة تاريخية عن الذكاء الاقتصادي في الجزائر

إن التغيرات الاقتصادية العالمية والتطورات التكنولوجية الحاصلة، وتنامي اعتماد العالم على اقتصاد المعرفة، ومع دخول الجزائر مطلع التسعينات إلى اقتصاد السوق، وما نتج عنه من انفتاح السوق الجزائرية نحو الخارج، أضحي من الضروري على أصحاب القرار تبني استراتيجيات تتيح لهم الاندماج مع التحولات الجارية، ولعل في استراتيجية الذكاء الاقتصادي بوصفه أداة استراتيجية للتحكم في المعلومة ومعرفة المحيط الجيو اقتصادي، أن يكون هو الإطار المفضل لرصد التطورات المسجلة على مستوى السوق التنافسية، لذلك سنحاول في هذا المطلب معرفة البدايات الأولى للذكاء الاقتصادي في الجزائر عبر النقاط التالية:

⁶¹منصف بن خديجة وعبد الرحمن أولاد زاوي، مرجع سبق ذكره، ص 181.

⁶²نفسه، ص 181.

- أ. 2004: تم تنظيم ملتقى دولي من قبل مركز البحث العلمي والتقني بالجزائر العاصمة، كان موضوعه حول اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، خلص إلى ضرورة الاهتمام باليقظة والذكاء الاقتصادي لمواجهة رياح المنافسة الدولية العالية⁶³.
- ب. 2005: أول ملتقى دولي حول الذكاء الاقتصادي في الجزائر العاصمة بمبادرة من NT2S تحت عنوان: "من اليقظة الاستراتيجية إلى الذكاء الاقتصادي"، ومنذ ذلك الحين والملتقيات والندوات العلمية تعقد حول هذا الموضوع، وعلى سبيل المثال لا الحصر نجد⁶⁴:
- NT2S و LOGE قامتا بتنظيم خمس طبعات للملتقى الدولي حول الذكاء الاقتصادي بالتعاون مع الوزارة الوصية وذلك في الفترة (2005-2011).
 - تحت مسمى أسس الذكاء الاقتصادي نظمت مجموعة VIP خمس تظاهرات علمية مابين 2007-2011، هذه الأسس قد حضرها مجموعة من الخبراء أتو خصيصا من الضفة الأخرى للمتوسط لا سيما فرنسا، وفي غياب خبراء وممارسين من الجزائر.
 - سوناطراك تنظم الطبعة السابعة للملتقى في سنة 2008، تحت عنوان: "اليقظة التكنولوجية، الذكاء الاقتصادي".
 - تحت عنوان حوكمة الشركات والذكاء الاقتصادي، جامعة التكوين المتواصل بالعاصمة تنظم ملتقى دولي في سنة 2008، وذلك بإشراف رسمي من الرئيس عبد العزيز بوتفليقة.
 - مختلف التظاهرات أكدت في مجملها على ضرورة تبني الذكاء الاقتصادي كوسيلة لتحقيق التنافسية في المؤسسات الاقتصادية.
- ج. 2006: الحكومة الجزائرية تتبنى رسميا الذكاء الاقتصادي، كعملية ترقب وتوقع في المستقبل، استنادا إلى الروابط بين شبكة الشركة ومصالح الفاعلين الاقتصاديين.
- د. 2007: تم إنشاء تخصص الذكاء الاقتصادي في الدراسات ما بعد التدرج ماستر 2 في جامعة التكوين المتواصل بالعاصمة.

⁶³ صباح بلقيدوم، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، اطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2013، ص 253.

⁶⁴ David Raymond et autres, **Quels modèles d'Intelligence Economique pour L'Algérie ? Quels pistes de réflexion**, séminaire international sur l'Intelligence Economique : un enjeu majeur de compétitivité , HEC Alger, 21/22 Mai 2014, p ; 5.

هـ. 2008: إنشاء المديرية العامة لليقظة الاقتصادية والدراسات والاستشراف، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 101/08 في 25 مارس 2008،⁶⁵ كما أن إنشاء هذا الهيكل يلي المتطلبات الناجمة عن تنفيذ الاستراتيجية الصناعية التي نوقشت في الجلسة الصناعية التي عقدت في 26 و 27 و 28 فبراير 2007.

و. 2010: نشرت المديرية دليل تدريبي حول الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

ز. 2010: نظمت وزارة الصناعة وترقية الاستثمارات ملتقى حول الذكاء الاقتصادي بالمحمدية بالعاصمة، وأجمع المتدخلون إلى الدور الحاسم لليقظة الاستراتيجية في خدمة المؤسسة وإنعاش الصناعة الجزائرية وتنمية الاقتصاد الوطني.⁶⁶

ح. 2011: الطبعة الأولى من تحدي الفرنكوفونية من قبل المجلة الفرنسية (مجلة المخبرات المنظمة)، واختارت لجنة التحكيم على ترشيح الجزائريان محمد فوزي بوشلوخ حصل، بسبب نظام النوم، ونهج استراتيجي في فيرتيال، وإنتاج مجموعة الأمونيا والأسمدة (الجزائر).⁶⁷

ط. 2011: المعهد العالي للإدارة والتخطيط اطلق بالتعاون مع وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار درجة الماجستير في الذكاء الاقتصادي والإدارة الاستراتيجية للمؤسسة.⁶⁸

ي. 2012: المدرسة الوطنية العليا للإدارة تقترح درجة الماستر المهني تخصص ذكاء اقتصادي مع مختصين وطنيين ودوليين.⁶⁹

ك. 2013: نظم أول منتدى حول الأمن المعلوماتي من 4-6 جوان 2013 بتلمسان، والذي جمع 200 مسؤول، من بينهم مدير نظام المعلومات، ورئيس أمن نظام المعلومات للمؤسسات الكبيرة، والإدارات الجزائرية تدور حول موضوع أمن نظام المعلومات والشبكات، هذه الطبعة الأولى جاءت بمشاركة ثلاث شركاء مؤسسين، هم الجمعية الجزائرية لتكنولوجيا المعلومات، الهيئة الدولية لإصدار الشهادات والجمعية الجزائرية لأمن نظام المعلومات.

2.5.4. واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر

تسعى أي مؤسسة إلى الاستمرارية ورفع مستوى قدرتها التنافسية، من خلال تقديم الخدمات والمنتجات ذات النوعية الجيدة، مما يحتم عليها الاستجابة السريعة للمتغيرات، التي تطرأ على بيئة العمل، لذلك أضحت هناك حتمية

⁶⁵ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، السنة 45، 26 مارس 2008، ص 10.

⁶⁶ صباح بلقيدوم مرجع سبق ذكره، ص 253.

⁶⁷ David Raymond et Autres, OP, cit, p :5.

⁶⁸ Ibid., p :6.

⁶⁹ Ibid, p :6.

لاندماج الاقتصاد الجزائري وانفتاحه على العالم الخارجي، بطريقة تضمن سلامته وأمنه من أي سلبية قد تضيفها التطورات الحاصلة، ولعل في استراتيجية الذكاء الاقتصادي السبيل السليم إلى ذلك، باعتباره آلية تهدف إلى التحكم في المعلومة المفيدة، وبالتالي اتخاذ القرارات الجيدة وحيازة الأفضلية التنافسية، من خلال أدوات تسمح بتأمين البنية المعلوماتية وتطوير أنشطة المؤسسات الوطنية من جهة، وفاعلية السياسات العمومية من جهة أخرى.

والجزائر تبنت رسمياً الذكاء الاقتصادي كمنهج لاستشراف المستقبل القائم على الروابط، التي تجمع شبكات المؤسسات والمتعاملين الاقتصاديين في اجتماع مجلس الحكومة بتاريخ 20 ديسمبر 2006، في إطار تطوير الصناعة حيث تم في هذا الاجتماع دراسة ملف الاستراتيجية وسياسة الاقلاع والتطوير الصناعي، الذي يحتوي على عناصر من بينها الذكاء الاقتصادي، وفي نفس الاجتماع تم تحديد تعريف للذكاء الاقتصادي بحيث اعتبرته جمع وتحليل ومعالجة ونشر المعلومة المتعلقة بالموضوع والدافعة التي تساهم في إنتاج المعارف اللازمة، لأخذ القرار وقيادة المؤسسات المشكلة للنسيج الصناعي الوطني، ولقد حدد مجلس الحكومة أهداف الذكاء الاقتصادي، في النقاط التالية⁷⁰:

✓ نشر ثقافة الذكاء الاقتصادي في مختلف أوساط الحياة الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، والتي يمكن أن تحفز وتطور السلوكيات الفردية والجماعية، لمختلف الفاعلين الاقتصاديين للقطاعين العام والخاص، وذلك في إطار نظرة جماعية متعددة الأبعاد.

✓ إنشاء تعاضد بين القطاع العام والخاص، وتطويره نظرة جيدة لعلاقتهما، والتي يجب أن تتبنى على الثقة المتبادلة للنهوض بالصناعة الوطنية.

✓ ضمان أمن التراث التكنولوجي والصناعي والوطني، عن طريق وضع جهاز اليقظة لمواجهة تحديات انفتاح السوق الوطنية على المنافسة.

✓ تطوير وظيفة الاستشراف وجعلها نظام في المؤسسات العامة والخاصة والجامعات ومراكز البحث، لخصر التطورات وإدراكها وتصميم الأعمال الاستراتيجية على المدى المتوسط والطويل للنهوض بالصناعة الوطنية.

فهذه الأهداف التي وضعتها الحكومة للذكاء الاقتصادي ضمن استراتيجية صناعة وطنية، والملاحظ أنه لم تحدد ميزانية أو رزنامة لتحقيق هذه الأهداف، وإنما التركيز على الاستراتيجية الصناعية، وحتى في الجلسات الوطنية التي انعقدت في أبريل 2007، لم ينل الذكاء الاقتصادي من المناقشة إلا الجزء القليل، فالوثيقة الخاصة بالاستراتيجية الصناعية الوطنية، لم تتضمن سوى صفحتين فقط، التي تناولتا موضوع الذكاء الاقتصادي، فكان الاهتمام بالذكاء

⁷⁰ لزر علمي، أهمية الذكاء الاقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر، 2017، ص

الاقتصادي اهتمام ثانوي ضمن استراتيجية الصناعية الوطنية⁷¹، وفي 25 مارس 2008، صدر المرسوم التنفيذي رقم 08-100 المحدد لصلاحيات وزير الصناعة وترقية الاستثمار، حيث ووفقا للمادة السادسة من هذا المرسوم، يتولى الوزير الصلاحيات التالية⁷²:

✓ يسهر على تكوين بنك للمعطيات، وجدول بياني حول التدفقات والاتجاهات في مجال الاستثمار والتطوير التكنولوجي، وكذلك الخاص بالمؤسسات.

✓ يسهر على نشر المعلومات الضرورية، لاتخاذ القرار على مستوى هيكل الوزارة والادارات والمتعاملين الاقتصاديين.

✓ يتأكد من وضع كل جهاز خاص بالمواكبة التكنولوجية في مجال النشاطات الصناعية.

✓ يقترح كل إجراء من شأنه أن يسهل ويسمح للمتعاملين الحصول على التكنولوجيات الجديدة.

✓ يضمن متابعة الأسواق الصناعية على المستويات الوطنية والاقليمية والعالمية.

كما صدر المرسوم التنفيذي رقم 08-101 المؤرخ في 25 مارس 2008، والذي تضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الصناعة وترقية الاستثمارات سابقا، حيث تم إنشاء المديرية العامة لليقظة الاقتصادية والدراسات والاستشراف، والتي قسمت إلى قسمين، القسم الأول هو قسم المواكبة التكنولوجية واليقظة الاقتصادية، أما القسم الثاني فهو قسم الدراسات والاستشراف⁷³.

وفي 28 ماي 2010، حصل تعديل وزارى حيث تم بموجبه دمج وزارة الصناعة وترقية الاستثمارات مع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عن طريق المرسوم التنفيذي 11-16 المؤرخ في 25 جانفي 2011، والذي أعاد النظر في صلاحيات وزارة الصناعة، حيث أصبحت تتكفل بمجال اليقظة الاستراتيجية، وتعمل على ترقية اليقظة التكنولوجية على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة إلى الصلاحيات التي حولت لها، بموجب المرسومين 08-100 و 08-101 المؤرخين في 25 مارس 2008، وتم تغيير تسمية المديرية العامة لليقظة الاقتصادية والدراسات والاستشراف، إلى المديرية العامة لليقظة الاستراتيجية والدراسات والاقتصاديات⁷⁴، وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-17 المؤرخ في 25 جانفي 2011، وتنقسم هذه المديرية إلى ثلاثة أقسام، قسم اليقظة الاستراتيجية والمعلومة الاقتصادية، قسم الدراسات الاقتصادية وقسم الاحصائيات والتحقيقات والتقييم⁷⁵.

⁷¹لزهر علمي، مرجع سبق ذكره، ص 274.

⁷²الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 17، السنة 45، 30 مارس 2008، ص 7.

⁷³الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، السنة 48، 26 جانفي 2011، ص 09.

⁷⁴لزهر علمي، مرجع سبق ذكره، ص 275.

⁷⁵الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، مرجع سبق ذكره، ص 18.

فقسم على اليقظة الاستراتيجية والمعلومة الاقتصادية، ويكلف على الخصوص بما يأتي⁷⁶:

- تكوين بنك معطيات خاص بالمعلومة المتعلقة الميادين الاقتصادية والصناعية والتكنولوجية والأسواق.
- ضمان اليقظة الاستراتيجية وترقيتها في القطاع الصناعي.
- إقامة شبكة تبادل للمعلومات مع الهيئات والمنظمات المكلفة بالمعلومة الاقتصادية والصناعية.
- تحليل ومعالجة المعطيات المتعلقة بالعلوم والتكنولوجيا التي لها آثار على الصناعة والاستثمار وضمان حمايتها ونشرها.

ويدير القسم رئيس قسم، ويلحق بالقسم مديرا (2) دراسات، يكلفان بما يأتي⁷⁷:

✓ المبادرة بإقامة جهاز يقظة تكنولوجية وذكاء اقتصادي في ميدان النشاطات الصناعية لصالح المتعاملين الاقتصاديين.

✓ المبادرة بإقامة جهاز يقظة استراتيجية في ميدان الأسواق الداخلية والدولية.

✓ السهر على نشر المعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات من هياكل الوزارة والإدارات والمتعاملين الاقتصاديين.

✓ إنشاء وتطوير شبكات ترقية الذكاء الاقتصادي، بالاتصال مع الهيئات والتنظيمات والفاعلين الاقتصاديين.

يساعد كل مدير دراسات رئيسا (2) دراسات.

أما قسم الدراسات الاقتصادية فيكلف بالآتي⁷⁸:

✓ إجراء كل دراسة حول الأسواق الداخلية والدولية ذات الصلة بتطوير النشاطات الصناعية.

✓ المبادرة بكل دراسة خاصة بالقطاع الصناعي.

✓ المبادرة بكل دراسة استشرافية مرتبطة بأنشطة الفروع المختلفة.

✓ إنجاز تقييمات دورية للسياسات المنفذة من طرف القطاع.

يدير القسم رئيس قسم، ويلحق بالقسم مديرا (2) دراسات، يكلفان بالآتي⁷⁹:

✓ السهر على ترقية ونشر المعلومة ذات الطابع الصناعي والاقتصادي والمهني والتكنولوجي المتعلقة بالقطاع الصناعي.

✓ متابعة تدفقات الاستثمارات وتطور القطاع الصناعي على المستويين الجهوي والدولي.

⁷⁶<http://www.mdipi.gov.dz/?%D9%82%D8%B3%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%82%D8%B8%D8%A9>.

⁷⁷الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، مرجع سبق ذكره، ص 18

⁷⁸الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، مرجع سبق ذكره، ص 19.

⁷⁹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، مرجع سبق ذكره، ص 19.

- ✓ تحليل واستغلال كل التقارير والدراسات والمذكرات الدورية المتعلقة بالوضع الاقتصادية والاجتماعية.
 - ✓ إحصاء الدراسات المتعلقة بمجالات أنشطة القطاع واستغلالها وتقييمها ونشرها.
 - ✓ القيام بأشغال ودراسات للتعرف على التحويلات الكبيرة القادرة على التأثير على القطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وفي الخارج.
 - ✓ إعداد دراسات استشرافية على المديين المتوسط والبعيد، حول تطوير القطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاتصال مع الهيئات الوطنية المعنية.
 - ✓ الشروع في دراسة الأسواق الوطنية، وتشخيص توجهات تطورها، واقتراح كل تدبير يمكن من تكيف أفضل للقطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - ✓ ضمان التنسيق والمتابعة في تنفيذ مخططات التنمية للقطاع، بالاتصال مع المؤسسات والهيئات المعنية.
 - ✓ إعداد استراتيجيات تنمية القطاعين الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المديين المتوسط والبعيد، ومتابعة التنفيذ وإعداد حصائل التنفيذ المرتبطة بها بالاتصال مع الهياكل المعنية.
- ويساعد كل مدير دراسات رئيسا (2) دراسات.
- أما بخصوص قسم الاحصائيات والتحقيقات والتقييم، فيكلف بما يأتي⁸⁰:
- ✓ إنشاء بنك للمعطيات خاص بالقطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، بالاتصال مع الهيئات المعنية.
 - ✓ إعداد وضعيات دورية وظرفية حول القطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار.
 - ✓ جمع ونشر المعطيات الاحصائية الخاصة بإنتاج وتسويق المنتوجات الصناعية، وكذا تلك الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - ✓ إنجاز تحقيقات دورية حول القطاعات الصناعية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي لها علاقة عند الاقتضاء مع الهيئات المعنية.
 - ✓ إعداد نشرة إحصائية ظرفية، تتضمن وضعية وتطور القطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار.

ويدير القسم رئيس قسم، ويساعد كل مدير دراسات رئيسا (2) دراسات يكلفان بما يأتي⁸¹:

⁸⁰الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، مرجع سبق ذكره، ص 19.

⁸¹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، مرجع سبق ذكره، ص 19.

- ✓ السهر على جمع المعلومات الاحصائية الضرورية، لهياكل الوزارة والإدارات والمتعاملين الاقتصاديين وتحليلها وطبعها ونشرها.
- ✓ إنجاز وتعيين خارطة تموقع نشاطات المؤسسات ذات الطابع الصناعي.
- ✓ تنسيق عمليات إنجاز التحقيقات الاحصائية، لدى المؤسسات الصناعية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع الهياكل المعنية.
- ✓ إعداد تقارير تقييم برامج القطاع للتطور الصناعي، وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، بالاتصال مع الهياكل المعنية للوزارة، والهيئات تحت الوصاية والهيئات الوطنية المعنية.
- ✓ إعداد مذكرة ظرفية دورية حول وضعية وتطور القطاع الصناعي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة،
- ✓ تنظيم معالجة ملفات إعادة هيكلة المؤسسات العمومية الاقتصادية وتطهيرها، وتنسيقها والمشاركة فيها عند الاقتضاء.

ويساعد كل مدير دراسات رئيسا (2) دراسات.

هذه السيرورة تهدف على المستوى القصير والمتوسط إلى⁸²:

- ✓ تشجيع إنتاجية المؤسسات وخلق وظائف إستراتيجية جديدة في الصناعات (الادارة، أنظمة المعلومات التكنولوجية، الإمداد، التسويق الدولي، الجودة، تسيير الخطار والأزمات، اليقظة الاستراتيجية...).
- ✓ الاعتماد على مشاريع مبتكرة مصدرها البحث العلمي وجعلها في متناول امؤسسات بهدف تطور منتجات تتلاءم والخصوصيات المحلية والبحث لاحقا عن أسواق جديدة.
- لهذا تبنت الوزارة والمديرية العامة وضع المعالم الكبرى للذكاء الاقتصادي من خلال محاوره الثلاث: التنافسية، اليقظة، التأثير والأمن الاقتصادي وهذا بإتباع الاجراءات التالية⁸³:
- ✓ تأمين أنظمة المعلومات بدل جعلها منغلقة على نفسها (الانفتاح على التأمين من الخروقات الالكترونية)، ولذا فيتعين على المؤسسات إنشاء أنظمة معلومات تشاركية، مؤمنة وذكية، وهذا صعب نوعا ما بالنظر إلى الصعوبات التي تواجهها المؤسسات وحتى الادارات المحلية في توفير نظام معلومات تفاعلي خاص بها، (40% من المؤسسات لا تملك نظاما معلومات محاسبيا واضح المعالم).
- ✓ الاعتماد على البحث والتحليل الاستراتيجي ومعالجة المعلومات بكل درجات أهميتها، وهذا بتنصيب خلايا يقظة دائمة العمل، ومن هنا فإنه على المؤسسات لزاما التعاون بشكل تصاعدي مع التنظيمات المهنية

⁸² وسام داي، الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الاقاليم، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علوم التسيير، جامعة باتنة 1، غير منشورة، الجزائر، 2016، ص 188

⁸³ وسام داي، مرجع سبق ذكره، ص 188.

وغرف الصناعة والتجارة المنتشرة عبر الولايات، على غرار خلايا الرصد، التي من شأنها أن تسمح لها بجمع واستغلال المعلومات الاقتصادية بشكل أحسن، وفي هذا الصدد قامت المديرية العامة للذكاء الاقتصادي والدراسات والاستشراف التابع للوزارة بإنشاء مشروع عمومي يتمثل في برنامج مرافقة يمس 19 مؤسسة عمومية تنشط في مجال الصناعة الصيدلانية، الميكانيك والالكترونيك، وصناعة الاسمنت، ومحضر المرافقة هذا يقضي بخلق شراكة بين المديرية العامة للذكاء وتلك المؤسسات، بغرض تمكينها من إنشاء خلايا للمتابعة والاستشراف مهمتها الأساسية، تحضير تلك المؤسسات لدخول المنافسة عبر الحصول على جميع المعلومات الضرورية، والتي تمكنها من التحكم أكثر في المعلومة الاقتصادية، وفي تطورات المنتج الذي تقدمه، ومن ثم التموقع الجيد تحسبا لمنافسة أي منتج خاصة إذا كان مستوردا، وهذه الخلايا أيضا مسؤولة عن أسواق جديدة والتحكم في التشريعات ذات الصلة بنشاطها، وكذا في التكنولوجيات الحديثة، وبالتالي فمهمة تلك الخلايا هي تمكين تلك المؤسسات من استغلال الفرص كافة المتاحة لها في السوق الوطنية وحتى الخارجية.

✓ إنشاء ودعم شبكات للتأثير والضغط وتفعيل دور الملحقين الاقتصاديين على مستوى السفارات، وهذا استجابة لاحتياجات المؤسسات الوطنية ذات الطابع التصديري خاصة الصناعية منها. وقد تم بالفعل التوقيع على ثلاثة اتفاقيات تعاون مع جامعة التعليم المتواصل UFC، جامعة الحاج الأخضر في باتنة والغرفة الجزائرية للتجارة CACI، واتفاقية رابعة يجري تنفيذها مع ALGEX لتعزيز إمكانات تصدير المؤسسات الصناعية، وستكون هناك اتفاقيات أخرى أيضا مع المؤسسات الكبيرة. لنا النهج هو قبل كل شيء تعاونية وتشاركية لأننا نريد ببساطة أنه مفيد ودائم.⁸⁴

كما ستساعد الاتفاقية الموقعة بين الوزارة و CACI على استغلال شبكة المعارف والعلاقات لغرف الصناعة والتجارة الجهوية، من أجل ترقية الذكاء الاقتصادي الإقليمي في القطاع الصناعي من خلال إنشاء خلايا يقظة، تضم ممثلين عن الوزارات والمؤسسات المتركرة في الأقاليم فيما يتعلق بالتنمية الاقتصادية الإقليمية، والبحث في كيفية سبل رصد واقع التنمية المكانية وكيفية تفعيل السياسات الإقليمية لكافة المكونات الاقتصادية والاجتماعية للإقليم.⁸⁵

⁸⁴ Mohamed Bacha, **Les aspects stratégiques relatifs à l'intelligence économique dans le cadre de la mise en œuvre de la politique de relance du Ministère de l'Industrie et de la promotion des Investissements**, journée d'information sur l'intelligence économique et la veille stratégique en direction des cadres des institutions, siège d'ALGEX Alger, le 19 octobre 2009, p ;22.

⁸⁵ وسام داي، مرجع سبق ذكره، ص189.

سنحاول في المطلب الموالي تحليل SWOT في الجزائر، سوف نحاول معرفة نقاط الضعف والتهديدات التي تواجه الجزائر في مجال الذكاء الاقتصادي، وما إذا كانت الجزائر لديها إمكانية لأحياء الآلة الاقتصادية ذات الصلة، فعالة وذات كفاءة. الا

3.5.4. تحليل SWOT لواقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر

إن تحليل SWOT (نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات) يهدف إلى تشخيص الموقع العام للذكاء الاقتصادي في الجزائر لكي يمكننا معرفة قدراتها الحالية حوله.

أولاً: نقاط القوة: وتتمثل في:

أ. الالتزام الكامل للحكومة الجزائرية: وزير الصناعة وترقية الاستثمار الجزائري صرح في الندوة الدولية حول حوكمة الشركات والذكاء الاقتصادي التي نظمت في العاصمة في جوان 2008، أن مفهوم الذكاء الاقتصادي قد اعتمد بالفعل على مستوى الحكومة ولكن دون أي قرار فيما يخص تنظيمه⁸⁶، وهكذا دعا إلى إنشاء المجلس الأعلى للذكاء الاقتصادي والذي يمكن أن يمثل ويعبر عن هذا المفهوم وقد يكون أيضا المسؤول عن تنظيم الذكاء الاقتصادي في الجزائر⁸⁷، حيث أن نجاح العملية التسييرية يقتضي امتلاك المعلومات الاستراتيجية والقدرة على التحكم فيها وحسن استغلالها، لأنها سلاح استراتيجي للمؤسسات في مواجهة التنافسية المتقدمة في ظل توجه المؤسسات الجزائرية إلى اقتصاد السوق، وهذا ما يوفره الذكاء الاقتصادي، حيث أصبحت المعلومة أساس نجاح كل مهام ووظائف المؤسسة، وهو الأداة التي تحقق التنسيق والاتصال الفعال بين مختلف أجزائها، وعليه أصبح الذكاء الاقتصادي أداة ضرورية لاتخاذ المؤسسات للقرارات الاستراتيجية وإيجاد السيناريوهات المناسبة لمواجهة المنافسة⁸⁸.

ب. إطلاق دورة تدريبية في مجال الذكاء الاقتصادي: إن جامعة التكوين المتواصل بالعاصمة كانت قد أطلقت مطلع العام 2007 دراسات عليا في تخصص الذكاء الاقتصادي، هذا التخصص قد سمح بتكوين وتحسين كفاءة إطارات المؤسسات ومراكز البحث⁸⁹.

⁸⁶ Hayat Kendel, **L'Intelligence économique peut elle contribuer à la relance de l'industrie algerienne**, journée d'information sur l'intelligence économique et la veille stratégique en direction des cadres des institutions, siège d'ALGEX Alger, le 19 octobre 2009, p : 48.

⁸⁷ Hayat Kendel, OP, cit, p:48.

⁸⁸ صباح بلقيدوم، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، اطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، غير منشورة، الجزائر، 2013، ص 253.

⁸⁹ Hayat Kendel, OP, cit, p:51.

ج. تغطية إعلامية واسعة لمفهوم الذكاء الاقتصادي وأهميته الاستراتيجية: العديد من الملتقيات قد نظمت، ابتداءً من الملتقى الدولي الأول حول الذكاء الاقتصادي الذي احتضنته العاصمة في مطلع سنة 2002، هذه التظاهرات قد تم تغطيتها من قبل الصحافة المحلية، والتي سمحت بالانتشار الواسع للمفهوم، ووعي مختلف القطاعات لأهميته في السياق الحالي للانعاش الاقتصادي⁹⁰.

د. وجود المجلس الاقتصادي والاجتماعي والمجلس الوطني للإحصاء: لقد تم إنشاء المجلس الاقتصادي والاجتماعي CNES سنة 1993، وقد نظر إليه كونه مؤسسة مهمة في الجزائر، في مجال التحليل والدراسات الاستراتيجية، أما المجلس الوطني للإحصاء CNS تأسس في أوت 2008، يمكن أن تنتج المدخلات ذات الصلة لتطوير احتياجات التخطيط للعمل، وتوفير المعلومات الإحصائية والموثوقة اقتصاديا واجتماعيا.⁹¹

ثانياً: نقاط الضعف: إن مفهوم الذكاء الاقتصادي هو مفهوم ظهر حديثاً في الجزائر، والأکید أن تنفيذه سوف يواجه العديد من العقبات نوجزها في العناصر التالية:

أ. العدد المحدود لبرامج التكوين في مجال الذكاء الاقتصادي: لا يزال عدد الدورات والتكوينات في مجال الذكاء الاقتصادي منخفض جداً، لأنه لا يوجد لحد الآن سوى وحدة تدريب واحدة متخصصة، بالإضافة إلى وجود نية في إضافة بعض المقاييس الخاصة بالذكاء الاقتصادي في بعض المدارس والمعاهد الوطنية، وعلاوة على ذلك، فإنه لا وجود حتى الآن في الجزائر لمستودع تدريب للذكاء الاقتصادي. والهدف من هذا الإطار هو تحديد المعارف والمهارات التي سيتم شراؤها من قبل طالب في اتصال مع التدريب في الذكاء الاقتصادي (ماستر مهني، ماستر أكاديمي)⁹².

ب. انخفاض اتقان تدفقات المعلومات الاقتصادية: وزير الصناعة الجزائري قد صرح في جوان 2008 بأن الجزائر في تأخر، وذلك يرجع إلى عدم القدرة في معالجة المعلومات الاقتصادية وتسييرها، مما يجعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية حسب تصريح الوزير غير قادرة على منافسة غيرها من المؤسسات، الوضع الذي يؤدي إلى عزلها وإضعاف موقفها الاستراتيجي والتنافسي⁹³.

⁹⁰ Ibid, p:51.

⁹¹ Ibid, p :51.

⁹² Hayat Kendel, OP, cit, p:51.

⁹³ Ibid, p :51.

ج. انخفاض عدد الأقطاب التكنولوجية: هناك وجود عدد محدود من الاقطاب والمجمعات التكنولوجية في الجزائر، ومن بين أهم الاقطاب الموجودة نجد القطب التكنولوجي CYBER PARC لسيدى عبد الله، والذي فتح سنة 2009، والذي يبعد عن العاصمة ببعض الكيلومترات، ويوجد فيه العشرات من الشباب في محاولة لإطلاق مشاريعهم ذات الصلة بالتكنولوجيات الجديدة وإنشاء الأعمال التجارية، كل هذا، تحت إشراف وتدريب من قبل المتخصصين⁹⁴.

د. عدم تعميم استخدام اليقظة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: وأظهرت دراسة أجراها مركز البحث في الاقتصاد التطبيقي من أجل التنمية في اليوم حول المؤسسات في الجزائر، أعطى التقرير نتائج مثيرة للقلق، ووفقا لهذه الدراسة فإن هذه المؤسسات لديها القليل من الممارسة في الذكاء الاقتصادي، بسبب جهلهم لهذه المفاهيم أو عدم وجود وعي أهميتها في الأداء والقدرة التنافسية للمؤسسات، ووفقا لذلك، فإن المؤسسات الجزائرية لا تملك رؤية شاملة أو استراتيجية لكسب حصة أكبر من السوق في الخارج، هذا الوضع تشارك حتى في فقدان حصتها من السوق المحلية، لعدم الدفاع، في مقابل شراسة المنافسة الخارجية⁹⁵.

هـ. هجرة الأدمغة نحو الخارج: ظاهرة هجرة الدمغة الجزائرية بدأت منذ سنوات الثمانينات واستمرت لحد الان، ومست هذه الهجرة بصورة خاصة الاطارات والباحثين الذين غادرو البلاد بإمكانياتهم الخاصة، وهي خسارة تخص الجانب المعرفي والبحثي وخبرة هؤلاء، وذلك في ظل غياب اقتصاد المعرفة عن المؤسسات الجزائرية، التي فشلت في اكتساب الاستفادة واستيعاب أصول المعرفة المكتسبة⁹⁶.

ثالثا: الفرص: هناك العديد من الفرص الموجودة في الجزائر، بعضها كما يلي⁹⁷:

أ. خلق اقطاب تنافسية: الجزائر تملك من الامكانيات ما يخول لها إنشاء العديد من التجمعات العلمية والتكنولوجية، حيث ينبغي أن تستفيد من الخبرات الأجنبية في هذا المجال، لتطوير الاقطاب التكنولوجية التي لديها، فإضافة إلى القطب التكنولوجي الموجود في سيدى عبد الله هناك أقطاب أخرى علمية وتكنولوجية، كالتى توجد في سطيف، سيدى بلعباس، قسنطينة... الخ.

⁹⁴ الاطلاع <http://www.rfi.fr/emission/20150412-algerie-cyber-parc-sidi-abdellah-nouvelles-technologies> تاريخ 2017/04/29

⁹⁵ Hayat Kendel, OP, cit, p:52.

⁹⁶ Hayat Kendel, OP, cit, p:52.

⁹⁷ عمر شريف وبعولج بولعيد، مجلة العلوم الإنسانية، ماي 2013، ص408.

ب. إنشاء شبكات للتواصل مع المهارات الجزائرية في الخارج: وتوجد العديد من الخبراء والعلماء الجزائريين في البلدان المضيفة لهؤلاء المهاجرين، توسيع هذه الشبكات يمكن أن تتيح لهم شريكا أفضل مع البحث في الجزائر، والمساهمة مع معارفهم للاستفادة من خبراتهم.

رابعا: التهديدات: بدلا من الفرص، قد توجد تهديدات من بينها يمكن أن نذكر:

أ. **تزايد خطر سحق الإنتاج المحلي من الواردات:** أدت العولمة إلى ظهور مخاطر جديدة والتي يمكن أن تكشف نقاط الضعف في الشركات الجزائرية (على سبيل المثال من خلال حملات التوظيف الكاذبة أو دمج القوائم الكاذبة)، أو ببساطة عن طريق استخدام مهارات نهب منظم (في بعض الأحيان لعزل وحرمان صاحب العمل من قيمة الفائض فقط)، كما أن العولمة أيضا فتحت الباب أمام التهديدات الجديدة، مثل هذه المعلومات الخاطئة (عبر شبكات إعلامية مضللة)، ولذلك فإن مخاطر انخفاض القدرة التنافسية للشركات الجزائرية هي حقيقية جدا، ويمكن أن يكون نظام الانتاج الوطني قصير الأجل، التي يهيمن عليها المستوردون، لإبقاء الجزائر في موقعها كمصدر وحيد للنفط والغاز⁹⁸.

ب. **الخلط بين الذكاء الاقتصادي مع الجمع الوثائقي البسيط:** لذا فالجزائر يجب أن تتفطن لهذا الأمر، وتتحكم في أساسيات الذكاء الاقتصادي، وطرق تحليل المعلومة سواء المتاحة أو المخفية⁹⁹.

4.5.4. مؤسسات الدولة الجزائرية

نشرت المديرية العامة للذكاء الاقتصادي في عام 2010، وثيقة بعنوان "وثيقة التسجيل 2010 التدريب في الذكاء الاقتصادي في الجزائر"، للتحميل من موقع وزارة الوصاية والتي هي وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمارات، هذه الوثيقة المرجعية، والتي هي في نسختها الأولى، تعكس الرغبة في المساهمة في تأطير أنشطة التدريب في مجال جديد يتطلب لترويجها للتدريب كبير من الشركات¹⁰⁰.

التجربة الأولى من نوعها التي تقوم بها الوزارة، هذه الوثيقة المرجعية تستند على دراسة أجرتها شركة استشارية جزائرية (veil tech) نيابة عن الوزارة، عن طريق مسح ثلاثين مؤسسة صناعية تابعة لمختلف القطاعات، والتي تعكس تنوع الصناعة المحلية من حيث الموظفين والصفقات، هذه الوثيقة الغرض الوحيد منها هو مساعدة رواد الأعمال على الحصول على صورة واضحة وملموسة حول الذكاء الاقتصادي.

⁹⁸ Hayat Kendel, OP, cit, p:51.

⁹⁹ عمر شريف وبلوج بولعيد، مرجع سبق ذكره، ص 12.

¹⁰⁰ David Raymond et Autres, OP , cit, p :8.

النتيجة الأولى هي أن تعريف الذكاء الاقتصادي الموجود في هذا المستند تعني بأنه مجموعة من الإجراءات لرصد البيئة الوطنية والدولية من أجل جمع ومعالجة وتحليل وتوزيع معلومات مفيدة للفاعليات الاقتصادية، وهو يتضمن الحماية (الأمن) المعلومات، وبالتالي إنتاجها واستخدامها في أعمال النفوذ والضغط، إذا كان هذا التعريف لديه ميزة فلكونه أكثر وضوحاً من خلال تجميع الوظائف الثلاث للذكاء الاقتصادي (حسب Martre). تمت معالجة عنصر المعلومات (مفيدة ومفتوحة) في هذه الوثيقة، لكننا لم نعثر على تحقيقها في برامج التدريب المقترحة.

المنهجية التي اقترحها هذا الدليل يتبع منطق الوظائف الكلاسيكية الثلاثة: الاستعداد، الأمن والتأثير، ووظيفة إضافية هي التنظيم والتنسيق، ويقترح لتغطية وظائفها، الصفقات المقابلة: الحارس، محللون، مدير الذكاء الاقتصادي، جماعات الضغط ومسؤول أمن، ويمكن تلخيص ذلك في الجدول الموالي:

الجدول رقم (17.4): وظائف الذكاء الاقتصادي والاعمال ذات الصلة

les fonctions de l'intelligence économique	Les métiers de l'intelligence économique
Les fonctions des veille	Veilleurs
Les fonctions de sécurité	Analystes
Les fonctions de lobbyiste	Responsables de l'intelligence économique
Les fonctions d'organisation et de coordination	Responsable de la sécurité

Source : Hayat Kendel, **L'Intelligence économique peut elle contribuer à la relance de l'industrie algérienne**, journée d'information sur l'intelligence économique et la veille stratégique en direction des cadres des institutions, siège d'ALGEX Alger, le 19 octobre 2009,p : 48.

تأسيساً على الجدول السابق، يمكن للمرء أن يجد تصنيف لوظائف ومهن الذكاء الاقتصادي إلى ثلاث عائلات وذلك كالتالي:

- الوظائف المتعلقة باليقظة (الحارس، محلل، ...).
- الوظائف المتعلقة بالحماية (مدير الأمن).
- الأعمال المتعلقة بالاستراتيجية (جماعات الضغط).

فقط مع هذا المنطق يقوم على هذه الوظائف الثلاث حيث اقترحت المديرية لمحات مفصلة للوصف الوظيفي والمهام والمهارات الضرورية، يليها اقتراح برامج التدريب المقابلة لكل ملف.

5.5.4.5.5.4 الاجراءات اللازمة لتثمين الذكاء الاقتصادي في الجزائر

قد أوصى المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي في تقريره بجملة من الاقتراحات، تضمنت تامين مقومات الذكاء الاقتصادي في الجزائر، وإتاحة الفرصة لباقي الأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين للمشاركة في صياغة استراتيجية وطنية لإرساء عمليات الذكاء الاقتصادي والدراسات الاستراتيجية، ومن بين جملة هذه الاقتراحات نذكر ما يلي¹⁰¹:

أولاً: دعم الهياكلية والنهر: على الادارات العامة والمؤسسات الاقتصادية معالجة كمية البيانات الهائلة المتوفرة لديها معالجة ذكية، واستخراج مختلف المعارف الخفية التي تميز الظواهر والسلوكيات، ومن واجب هذه الهيئات العمل على نشر المعلومات التي تخص الجمهور، بمختلف شرائحه بصفة هادفة واقتصادية، وتشجيع التعاون بين المؤسسات.

ثانياً: تطوير البرامج البيداغوجية: من واجب مؤسسات التعليم العالي والتكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجية وتحسينها، وفقاً لما يتطلبه محيط المؤسسات، ويراعي في ذلك انفتاح هذه البرامج البيداغوجية وتحسينها، وفقاً لما هو جار به العمل في البلدان من حيث الكفاءة.

ثالثاً: تفعيل دور الغرف التجارية والمصالح الاقتصادية للدولة والجمعيات المهنية والنقابية: تحوز هذه الهيئات على كميات هامة من المعلومات ووسائل التكوين، تمكنها من لعب دور فعال في تحسين المردودية والنوعية، وإعادة تأهيل أفرادها، ووضعها في دورها كحلقة أساسية في سلسلة الاستثمار والمقاولة في مصب اهتمام طالبي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية.

رابعاً: هياكل دعم وتنمية الاستثمار: والتي تعتبر دليلاً للمستثمرين من حيث توفير المعلومات الحاسمة حول فرص الاستثمار والمزايا التنافسية، وتقع على عاتقها مهمة تقديم وإرشاد المستثمرين، بأستخدام كافة المعلومات ذات الطابع المحلي والدولي.

خامساً: التكوين في الذكاء الاقتصادي: فأساس تطبيق الذكاء الاقتصادي هو العامل البشري، وبالتالي يعتبر تكوين الموارد البشرية مسألة جد حساسة، حيث تكثفت البحوث والدراسات حوله، مما له من مردودية وأداء على جميع الأصعدة، لا سيما الاقتصادية منها، وقد توصل الخبراء أن التكوين ليس قصة فرد واحد، بل مجموعة من الأفراد متعددي الاهتمامات، مما ينشئ نوعاً من التلاحم والتفاعل بينهم من منظور الذكاء الجماعي، بهدف خلق ثقافة تنمية الكفاءات وفقاً للحاجات.

¹⁰¹ زليخة تفرقيت، تفاعل إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي لتحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة دراسة حالة شركة سوناطراك، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2015، ص143.

خلاصة الفصل

لقد مر تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بعدة مراحل مختلفة، بالنظر إلى اختلاف الوضع الإقتصادي للبلد من بلد إشتراكى سنوات السبعينيات والثمانينات، إلى بلد يسير نحو إقتصاد السوق الحر خلال الفترة الراهنة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد المشرع الجزائري قد وضع هو الآخر تعريفا لهذه المؤسسات، إستنادا إلى التعريف الأوروبي الموضوع سنة 1996، ومما لا شك فيه، فإن منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحظى بأهمية كبيرة في الجزائر لما لها من دور فعال وكبير في إحداث التنمية الإقتصادية المنشودة، فقد خصصت الدولة الجزائرية لهذه المؤسسات وزارة خاصة بها، كما عملت على إنشاء بعض الهيئات الخاصة والتي هدفها الأساسي دعم هذا القطاع، بسبب خاصية هيكله، وبالرغم من ذلك فلا يخفى على الجميع جملة المشاكل الكبيرة التي يعاني منها، والتي حاولت من خلالها الجزائر محاولة إيجاد حلول له.

إن الذكاء الإقتصادي بمفهومه الحديث المبني على البحث عن المعلومة، والتي حاولت العديد من الدول تطبيقه، بسبب أهميته البالغة سواء على المستوى الكلي أو على المستوى الجزئي، فالجزائر كمثلها من دول العالم أدركت هي الأخرى الدور الهام الذي يلعبه الذكاء الإقتصادي، هذا المفهوم الذي بدأ يدخل شيئا فشيئا إلى المنظومة المؤسسية في الجزائر، والذي عقدت العديد من الملتقيات، التي حاولت التعرّيج على أهميته، ضف إلى ذلك تبني بعض الجامعات لهذا المفهوم كتخصص علمي يدرس على مستوى الجامعات في طور الماستر، دون نسيان أن الذكاء الإقتصادي يعاني من بعض التحديات الهامة المستوجب مواجهتها بغية الحفاظ عليه وإستمراره.

الفصل الخامس

الدراسة الإحصائية على عينة من المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة بولاية قالمة

تمهيد

بعد التطرق في الفصول الأربعة السابقة، لأهم الأسس النظرية لموضوع الدراسة والمتعلقة بالذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سنتناول في هذا الفصل منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية، من خلال تحديد دور الذكاء الإقتصادي كمدخل استراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قلمة، وهذا بالاعتماد على تحليل وتفسير محاور الاستبيان، المستخدم كأداة رئيسية لجمع البيانات وتفسير النتائج، وفقا لفرضيات الدراسة.

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى خمسة مباحث، خصص الأول منه لدراسة واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، بينما حاولنا في المبحث الثاني التعرض للمنهج العلمي المعتمد وإجراءات الدراسة الميدانية التي اتبعتها الباحثة، حيث تناول منهج الدراسة المعتمد، وطرق جمع البيانات من مصادر ثانوية وأولية، وتحديد مجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى شرح أساليب المعالجة الإحصائية للدراسة، والمتمثلة في الاستبيان، الذي وزع على أفراد العينة المختارة، وقياس ثبات وصدق هذا الاستبيان من أجل التأكد من سلامة ووضوح فقراته، بما يعزز الثقة والدقة في النتائج، والتي سيتم التوصل إليها.

ويتطرق المبحث الثالث إلى قياس صدق وثبات وإعتدالية توزيع الدراسة، من خلال التطرق إلى ثبات الدراسة من خلال المطلب الأول، بينما نعالج في المطلب الثاني عنصر صدق الاستبيان، أما المطلب الأخير فسنحاول فيه قياس إعتدالية توزيع الدراسة.

أما المبحث الرابع فيتناول تحليل أجوبة الاستبيان، حيث خصص لعرض تحليل خصائص عينة الدراسة من البيانات الشخصية العشر من خلال عرض المطلب الأول، بينما المطلب الثاني نتطرق فيه إلى الإحصائيات الوصفية الخاصة بالمحور الأول، والمطلب الثالث نكمل الإحصائيات الوصفية الخاصة بالمحور الثاني، ليأتي المبحث الخامس، حيث سنلقي الضوء على إختبار فرضيات الدراسة الأربع الموضوعة.

1.5. واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قلمة

لقد أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السنوات الأخيرة تحتل مكانة بارزة في الاقتصاد الجزائري، وولاية قلمة من بين 48 ولاية جزائرية تحوي إمكانات وموارد طبيعية وبشرية هائلة، هيئته لها الموقع الإستراتيجي الذي تقع فيه الشيء الذي تقع فيه، مما يفسح المجال أمام هذا القطاع ليلعب دورا بارزا في الاقتصاد المحلي للولاية، ضف إلى ذلك مختلف البرامج والظروف المواتية التي توفرت لتناسب قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحلي،

لهذا سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى تعداد هذه المؤسسات، والدور الذي تلعبه في إقتصاد الولاية، وأهم التحديات التي يواجهها.

1.1.5. تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قالمة

شهدت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اهتماما كبيرا من قبل السلطات المحلية على مستوى ولاية قالمة، ويتجلى ذلك في إنشاء مديرية الصناعة والمناجم (مديرية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية سابقا) سنة 2005، والتي تهدف في مجملها إلى دراسة التدابير المتعلقة بدعم وتشجيع إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة، وكذا جمع المعلومات والمعطيات الإقتصادية الخاصة بها، يمكن تخيص واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قالمة بداية في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1.5): تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة لولاية قالمة للفترة 2005-2016

السنة	عدد المؤسسات	قيمة التغير	نسبة التغير
2005	2651	-	-
2006	2990	339	12.78
2007	3304	314	10.50
2008	3657	353	10.68
2009	4065	408	11.15
2010	4538	473	11.63
2011	4840	302	06.65
2012	5215	375	07.74
2013	5595	380	07.28
2014	6117	522	12.03
2015	5734	383-	10.23-
2016	6122	388	5.36

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على احصائيات مديرية الصناعة والمناجم لولاية قالمة

نستخلص من الجدول اعلاه بعض النقاط الأساسية، فإن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة الموجودة في الولاية في تزايد مستمر طيلة الفترة (2005-2016)، فمن العدد 2651 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، إلى 2990 مؤسسة صغيرة ومتوسطة سنة 2006، لتصل إلى 6122 مؤسسة صغيرة ومتوسطة سنة 2016.

الجدول رقم (2.5): تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الملكية

2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
6122	5734	6117	5589	5209	4840	4538	المؤسسات الخاصة
05	06	06	06	06	06	06	المؤسسات العامة
6127	5740	6123	5595	5215	4846	4544	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات مديرية الصناعة والمناجم لولاية قلمة.

نستنتج من الجدول السابق، أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للقطاع الخاص هي المؤسسات الغالبة الكبيرة، مقارنة بوجود محتشم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للقطاع العام.

2.1.5. أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الإقتصاد المحلي لولاية قلمة

بالنظر إلى العدد المعترف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قلمة فإن الأکید أن هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورا بارزا في النشاط الاقتصادي المحلي للولاية.

أولاً: والنسبة لمناصب الشغل: يمكن تبيان عدد مناصب الشغل التي توفرها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى ولاية قلمة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (3.5): عدد مناصب الشغل التي توفرها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الفلاحة والصيد	219	298	260	214	256	346	323
المياه والطاقة	32	32	61	30	30	33	32
الخروقات							0
خدمات الأشغال البتروولية	14	24	24	13	27	23	23
المناجم والمحاجر	419	542	630	369	347	433	449
الحديد والصلب	159	200	391	111	108	76	96
مواد البناء	728	728	870	663	669	649	619
البناء والأشغال العمومية	8028	9960	11446	8008	8204	7474	7067
كيمياء مطاط بلاستيك	108	106	63	62	92	268	301
الصناعة الغذائية	774	824	1290	1162	1236	1236	1710
صناعة النسيج	38	52	123	213	273	261	235
صناعة الجلود	6	6	6	8	13	20	33
صناعة الخشب والفلين والورق	247	297	325	190	183	144	147
صناعة مختلفة	137	166	211	111	142	115	129
النقل والمواصلات	1372	1528	1061	1275	1353	1237	1422
التجارة	1596	2263	2713	1693	2011	1843	2171
الفندقة والاطعام	372	491	803	470	594	626	821
خدمات مقدمة للمؤسسات	958	1848	2391	2028	2654	2394	3264
خدمات للعائلات	687	679	1067	983	1052	1017	1110
مؤسسات مالية	40	61	69	56	78	81	73
أعمال عقارية	20	24	12	11	21	24	15
خدمات للمرافق الجماعية	0	0	0	0	0	0	0
مناصب الشغل	15954	20429	23816	17677	19343	18300	20040

المصدر: مديرية الصناعة والمناجم لولاية قالة

نستنتج من الجدول السابق، أن مناصب الشغل التي توفرها هذه المؤسسات معتبر جدا ولو أن العدد يتصف بالحشمة قليلا، نتيجة للظروف والإمكانات القليلة التي تتمتع بها هذه المؤسسات، فالعدد في زيادة

متذبذبة من 15954 منصب شغل في سنة 2010 إلى 20429 عامل سنة 2011، ومن 23816 عامل سنة 2012 أنخفض العدد إلى 20040 عامل في سنة 2016.

الجدول رقم (4.5): توزيع عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص ومناصب الشغل حسب طبيعة المؤسسة لسنة 2016

طبيعة (حجم) المؤسسة	عدد المؤسسات ص م	%	مناصب الشغل	%
مؤسسة مصغرة (T,P,E) من 01 إلى 9	5860	95,72	12790	63,82
مؤسسة صغيرة (P,E) من 10 إلى 49	233	3,81	4466	22,29
مؤسسة متوسطة (M,E) من 50 إلى 250	29	0,47	2784	13,89
المجموع	6122	100,00	20040	100,00

المصدر: مديرية الصناعة والمناجم لولاية قلمة

تعليقا منا لمعطيات الجدول السابق، يمكن القول أن المؤسسات المصغرة هي المؤسسات التي تمثل النسبة الأكبر (95.72%) من اجمالي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بعدد يقدر 5860 مؤسسة مصغرة، وفي المقابل نجدها توفر حوالي 12790 منصب شغل ونسبة تقدر بـ 63.82%، في حين نجد المؤسسات الصغيرة تأتي في المرتبة الثانية بـ 233 مؤسسة صغيرة ونسبة تصل إلى 3.81%، وتوفر هذه المؤسسات ما يعادل 4466 منصب شغل بنسبة تقدر بـ 22.29%، في حين أن نجد أن المؤسسات المتوسطة يصل عددها إلى 29 مؤسسة متوسطة، تمثل ما نسبته 0.47% وتوفر 2784 منصب شغل، وتعقبا لهذه الاحصائيات، نجد أن هذا القطاع لا يلعب الدور الأساسي المنوط به، ألا وهو تحقيق تنمية محلية فعالية في الولاية، فالمؤسسات المتوسطة والتي يمكن أن تساهم بشكل فعال في التنمية وتوفر مناصب شغل كثيرة لطالبيها عددها قليلا، بينما نجد المؤسسات المصغرة والتي غالبيتها مؤسسات خدمية بالدرجة الأولى وليست إنتاجية تمثل غالبية النسيج المؤسساتي في الولاية.

ثانياً: التوزيع حسب قطاعات النشاط: تتوزع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة على مجموعة من القطاعات المهمة، والأکید أن لها دور أساسي في دفع عجلة التنمية المنشودة في ولاية قلمة.

الجدول رقم (5.5): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط

مجموعات فروع النشاط	مناصب الشغل	عدد مؤسسات القطاع العام	عدد مناصب الشغل	%	مناصب الشغل	%	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص
الفلاحة والصيد البحري				1,61	323	1,14	70
المحروقات، الطاقة والمناجم	158	1		2,40	481	0,57	35
البناء و الأشغال العمومية				35,26	7067	31,85	1950
الصناعات التحويلية	455	4	1245	16,32	3270	10,11	619
الخدمات				44,41	8899	56,32	3448
المجموع	613	5	1245	100,00	20040	100,00	6122

المصدر: مديرية الصناعة والمناجم لولاية قلمة

تأسيساً على ما سبق، يمكن أن نستخلص أن قطاع الخدمات هو القطاع المستحوذ على النسبة الكبيرة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص، وذلك بـ 3448 مؤسسة صغيرة ومتوسطة وبنسبة مئوية تقدر بـ 56,32%، وبعاملة تقدر بـ 8899 عامل، وبنسبة مئوية تقدر بـ 44,41% ليأتي قطاع البناء والأشغال العمومية بحوالي 1950 مؤسسة صغيرة ومتوسطة وبنسبة مئوية تقدر بـ 31,85% وبعاملة تقدر بحوالي 7067 عامل، وتمثل حوالي 35,26%، ثم يأتي قطاع الصناعات التحويلية بعدد إجمالي يقدر بـ 619 مؤسسة صغيرة ومتوسطة تشغل ما يقرب 455 عامل، ويليهما قطاع الفلاحة والصيد البحري بـ 70 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، وقطاع المحروقات والطاقة والمناجم بحوالي 35 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، وهي تعتبر مشاركة محتشمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع المحروقات والطاقة والمناجم، خاصة إذا تحدثنا عن الثروات التي تحظى بها الولاية لا سيما فيما يخص الطاقة والمناجم، أو حتى سهولة الحصول على المواد الأولية اللازمة لهذا القطاع من الولايات المجاورة.

أما فيما يخص عدد المؤسسات الكبيرة للقطاع الخاص فعددها محتشم جدا، حيث إننا نتحدث عن وجود مؤسستين إثنين فقط تنشطان في مجال الصناعات التحويلية، وتشغل ما يقارب 1245 عامل، بينما المؤسسات الكبيرة التابعة للقطاع العام، فعددها هو خمس مؤسسات فقط، أربع مؤسسات تشغل لديها حوالي 455 في قطاع الصناعات التحويلية، وحوالي 158 في قطاع المحروقات والطاقة والمناجم في مؤسسة كبيرة واحدة فقط.

الجدول رقم (6.5): تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب النشاط

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الفلاحة والصيد	46	48	50	58	68	72	70
المياه والطاقة	1	1	1	1	1	1	1
المحروقات	0	0	0	0	0	0	0
خدمات الأشغال البترولية	1	1	1	1	2	1	1
المناجم والمحاجر	28	30	31	32	33	31	34
الحديد والصلب	29	32	39	42	44	40	50
مواد البناء	52	49	55	61	67	64	71
البناء والأشغال العمومية	1762	1935	2037	2090	2199	1976	1950
كيمياء مطاط بلاستيك	9	8	9	10	10	11	12
الصناعة الغذائية	155	161	176	195	219	206	227
صناعة النسيج	13	14	36	62	79	84	79
صناعة الجلود	3	3	4	6	7	8	13
صناعة الخشب والفلين والورق	107	110	106	113	117	97	103
صناعة مختلفة	49	166	211	65	76	59	64
النقل والمواصلات	706	708	738	767	806	771	829
التجارة	561	584	619	672	745	720	811
الفندقة والاطعام	151	157	194	225	241	234	303
خدمات مقدمة للمؤسسات	484	545	631	749	859	812	914
خدمات للعائلات	361	380	410	470	516	520	563
مؤسسات مالية	13	13	14	15	19	20	18
أعمال عقارية	7	7	8	8	9	7	9
خدمات للمرافق الجماعية	0	0	0	2	0	0	0
عدد المؤسسات	4538	4840	5215	5644	6117	5734	6122

المصدر: مديرية الصناعة والمناجم لولاية قالمه.

استقراء المعطيات الجدول أعلاه، نلاحظ أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشمل جميع القطاعات تقريبا في الولاية، وهناك بعض النقاط الأساسية التي يجب ذكرها تباعا كالتالي:

- العدد الاجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجده في ارتفاع مستمر.

- النشاطات الغالبة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة هي: البناء والأسغال العمومية، النقل والمواصلات، خدمات للعائلات، التجارة، خدمات مقدمة، وذلك على مر الفترة المختارة.
- النشاطات التي دخلها قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصورة محتشمة هي: أعمال عقارية، مؤسسات مالية، صناعة الجلود، صناعة النسيج، كيمياء بلاستيك مطاط، خدمات الأشغال البترولية، المياه والطاقة، المناجم والمحاجر، الحديد والصلب.
- هناك بعض النشاطات التي اشتغلتها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصورة متوسطة مثل صناعة مختلفة، الصناعات الغذائية، صناعة الخشب والورق والفلين، الفندقية والاطعام، مواد البناء، الفلاحة والصيد.
- أما قطاع المحروقات فهو غائب تماما عن النشاطات التي تقوم بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة، ويمكن تفسير ذلك بالطبيعة الجغرافية للولاية، فهي ولاية ذات طابع فلاحي بالدرجة الأولى.

2.5. المنهج العلمي المعتمد وإجراءات الدراسة الميدانية

الأکید أن لكل بحث علمي منهج معين على الباحث أن يتبعه، والغاية من ذلك هو إحداث إنسجام بين فصول البحث، وبين متغيرات الدراسة، للتوصل إلى معرفة العلاقة الموجودة بين هذه المتغيرات، وأیضا لإمكانية إثبات تلك العلاقة ميدانيا، الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعد منهجا يحاول الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة للوصول إلى فهم أفضل وأدق، أو وضع السياسات والاجراءات المستقبلية الخاصة بها، وهنا لمعرفة تفاصيل أكثر حول الموضوع أو الظاهرة، ويهدف هذا المنهج إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث لتفسيرها والوقوف على دلالاتها،

1.2.5. المنهج العلمي المعتمد

سنحاول من خلال هذا المطلب التعرف على المنهج العلمي المستخدم في الدراسة:

أولاً: المنهج التاريخي: إن كثير من الدراسات للظواهر الاجتماعية لا تكفي الملاحظة والدراسة الميدانية لفهمها بل يحتاج الأمر لدراسة تطور تلك الظواهر وتاريخها ليكتمل فهمها، وهو ما احتجنا إليه عند قيامنا بهذا البحث، حيث كان لزاما علينا التعرض إلى التطور التاريخي لمفهوم الذكاء الاقتصادي، سواءا علميا أو على مستوى الجزائر، وضمف إلى ذلك معرفة المسار التاريخي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر منذ الاستقلال إلى غاية اليوم، دونما نسيان أيضا دراسة التنافسية عبر مراحل زمنية مختلفة، وكل ذلك بهدف معرفة التغيرات والتطورات التي لحقت بالمتغيرات محل الدراسة.

ثانياً: المنهج الوصفي التحليلي: هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ويهدف المنهج الوصفي إلى وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع، وتبرز أهمية استخدامه في الجانب النظري للدراسة، من خلال التطرق إلى مفهوم كل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والذكاء الاقتصادي والتنافسية، كمفاهيم أساسية ومتغيرات خاصة بموضوع البحث، دونما التغيير في مجرياتها، لأننا بصدد وصفها فقط، على اعتبار أن هذا المنهج من أكثر المناهج استخداماً عند دراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية، كما استعانت الباحثة بالاستبيان كأداة لجمع وتحليل البيانات وإختبار الفرضيات، وقد تم فيما بعد تحليل وعرض البيانات التي جمعت باستخدام حزمة SPSS الإحصائية.

2.2.5. طرق جمع البيانات

تم اعتماد مصدرين أساسيين للحصول على البيانات ذات العلاقة بالدراسة هما:

أولاً: المصادر الثانوية: أو الدراسة المكتبية، وتشمل جمع المادة العلمية من الكتب والمراجع والمقالات العربية والأجنبية، والأبحاث والدراسات السابقة ذات العلاقة، إضافة إلى الوثائق الرسمية والمعلومات المتوفرة في شبكة المعلومات العالمية (الانترنت)، من أجل توضيح المفاهيم الأساسية للموضوع.

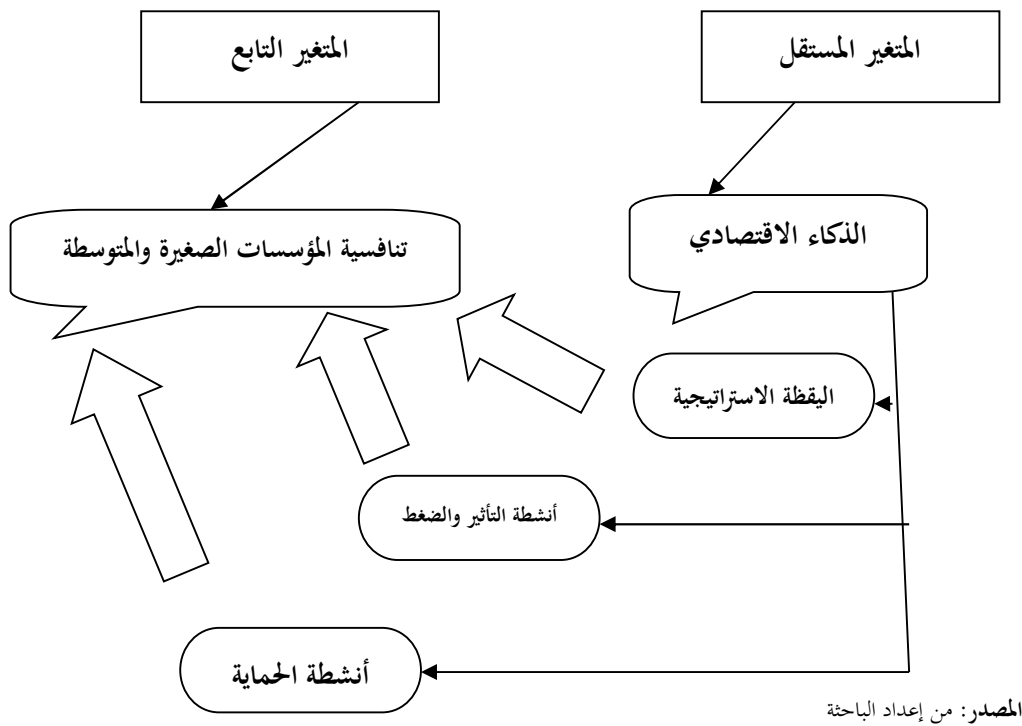
ثانياً: المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث، لجأت الباحثة إلى جمع البيانات بواسطة استبيان تم إعداده وتوزيعه لتغطية الجانب الميداني للدراسة، كون الاستبيان هو الأداة الرئيسية لهذه الدراسة الميدانية، حيث صممت على وفق ما جاء في الجانب النظري الخاص بموضوع البحث والأدبيات المتعلقة.

3.2.5. مجتمع وعينة الدراسة

انسجاماً مع المتغيرات الحالية والتي قوامها الأساسي هو قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بات من الضروري تسليط الضوء على هذا القطاع لما له من دور هام ومهم في مختلف المناحي الاقتصادية والاجتماعية، خاصة في ظل جو المنافسة الشديد الموجود والذي يفرض عليها البقاء والاستمرارية، الأمر الذي يحتم عليها اتباع استراتيجيات للتحكم في السوق واتخاذ القرار، ولعل في الذكاء الاقتصادي أنجع طريقة لذلك، وانطلاقاً من ذلك جاءت الدراسة الميدانية للبحث، فمجتمع الدراسة مكون من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مختلف القطاعات الاقتصادية، والموجودة على مستوى ولاية قالمه، أخذنا منه عينة، حيث تم الاتصال بأكثر من مؤسسة صغيرة ومتوسطة، والمكونة في الأساس من جميع الإطارات الإدارية من مدراء، رؤساء أقسام ومصالح، والتي بإمكانها إدراك موضوع الدراسة، باعتباره يخص هذه الفئة أكثر على وجه التحديد، حيث قمنا باعتماد أسلوب المسح الميداني الشامل في جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة من خلال توزيع الإستبانات عليهم، حيث بلغ عدد الإستبانات

120 استبانة، تم استرجاع 75 استبانة، وتم استثناء 5 استبيانات بسبب عدم اكتمال أو عدم دقة الإجابة، وفي النهاية بلغ عدد الاستبيانات 70 استبانة صالحة للتحليل، بمعدل استجابة بلغ 66.67%، فالهدف الأساسي من عينة الدراسة هو تعميم النتائج التي تم التوصل إليها من دراسة العينة على أفراد المجتمع المأخوذة منه، لذا وجب إختيار العينة بشكل دقيق، بحيث تأتي ممثلة لمجتمعها أكثر ما يمكن، لكي تكون صالحة من الناحيتين العلمية والإحصائية، فضلا عن أن أسلوب العينة يكون له دور في تخفيض الجهد والوقت والتكلفة والدقة في تحصيل النتائج والسرعة في جمع البيانات، وفيما يلي نموذج مبسط للدراسة:

الشكل رقم (1.5): نموذج مبسط للدراسة



4.2.5. أساليب المعالجة الإحصائية للاستبيانات

تمت الإستعانة بمجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل الإجابة على تساؤلات البحث وإختبار فروض البحث، وتم استخدام الاختبارات المعلمية، لأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، وذلك بهدف وصف وتشخيص عينة البحث ومتغيراته، وقد قمنا باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي كالتكرارات والنسب المئوية لوصف مجتمع الدراسة وتحديد استجاباتهم.

- المتوسط الحسابي لمعرفة مدى موافقة إجابات أفراد العينة عن كل فقرة من فقرات محاور الدراسة، وتحديد مستوى كل متغير.
 - الانحراف المعياري لحساب قيمة معامل الإختلاف لمعرفة مستوى كل متغير ودرجة التشتت في القيم عن وسطها الحسابي.
- وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي statistique package For Sciences والمعروف باختصار SPSS، قصد تحقيق أهداف الدراسة، إختبار فرضياتها، تحليل البيانات التي تم تجميعها، وتوضيح العلاقة بين متغيرات الدراسة، ويمكن ذكر هذه الأساليب:
- إختبار ألفا كرونباغ لمعرفة ثبات فقرات استمارة الاستبيان.
 - معامل الإرتباط بيرسون لقياس صدق فقرات الاستبيان، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.
 - إختبار كولومنجروف سمرنوف لمعرفة معلمية التوزيع الإحتمالي أي ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.
 - إختبار t-test لمتوسط عينة واحدة لمعرفة الفرق بين متوسط الفقرة والمتوسط الحيادي.
 - تحليل التباين الأحادي لقياس درجة معنوية الفروق بين ثلاث متوسطات فأكثر.
- وحتى يكون مستوى الدلالة الإحصائية هو المحك، سوف نحدد مستوى الدلالة المعنوية عند نسبة 5% فأقل، باعتباره أقصى احتمال يسمح به للوقوع في الخطأ من النوع الأول في مثل هذه الدراسات.

5.2.5. بناء الاستبيان

هناك العديد من الأساليب التي تستخدم لجمع المعلومات والتحضير لإجراء إحصائيات سواء أكانت كمية أو كيفية، ومن بين الطرق المستخدمة قمنا وبالإستناد إلى الإطار النظري للأطروحة، بإعداد الاستبيان كخيار ملائم لإختبار جملة من الفرضيات المرتبطة بموضوع الدراسة، وبغية معرفة أهمية ودور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قالة، جاءت استمارة الاستبيان متضمنة لـ 36 سؤال، حيث كانت من نوع الأسئلة المغلقة، التي تحتمل إجابة واحدة، وقد تم الإعتماد على هذا النوع من الأسئلة في إعداد وتصميم استمارة الاستبيان، لضمان السهولة والدقة في الإجابة بالنسبة لكل المستجوبين على اختلاف مستوياتهم التعليمية والمهنية، حيث كانت الأسئلة سهلة ومحددة تساعد على تسهيل الدراسة، وفيما يخص الأسئلة التي تضمنها الإستبيان، فقد تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور كما يلي:

المحور الأول: تضم البيانات الشخصية الخاصة بالمستجوب؛ وذلك فيما يخص كلا من الجنس، السن، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، نوع المؤسسة، طبيعة ملكية المؤسسة، نوع النشاط،

بالإضافة إلى طرح أسئلة فيما يخص طرق التمويل الموجودة في المؤسسات محل الدراسة، وفيما يتمثل سوقها أيضا، وقد إشتمل هذا المحور على 10 أسئلة، وذلك بنسبة 27.78%.

المحور الثاني: اشتمل على أسئلة تعلقت بأبعاد الذكاء الاقتصادي، وذلك لمعرفة مدى فهم المستجوبين لمفهوم الذكاء الاقتصادي، ومدى وعيهم بأهميته في المؤسسة، وهل أن الذكاء الاقتصادي لديه من الخصائص التي تجعله يلائم لاتخاذ القرارات السليمة في هذه المؤسسات، كما أردنا معرفة هل مفهوم هذا المصطلح متداول لدى المستجوبين، وكذلك معرفة الأهداف التي ترمي إليها المؤسسة من وراء تبنيها للذكاء الاقتصادي، وقد إشتمل هذا المحور على 15 فقرة، بنسبة 41.67%.

المحور الثالث: خصص للتساؤل عن تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بهدف معرفة هل للمؤسسة منافسين محليين أو أجنبية، وكذا معرفة حجم الحصة السوقية لها، وهل تقوم المؤسسة بدراسة نقاط القوة والضعف، وقد بلغ عدد فقرات المحور الثالث 11 فقرة، بنسبة مئوية وصلت إلى 30.55%.

الجدول رقم (7.5): محاور الإستبيان ونسبة فقرات كل محور

الرقم	اسم المحور	أرقام الفقرات	عدد الفقرات	النسبة %
01	البيانات الشخصية	10-01	10	27.78%
02	أبعاد الذكاء الاقتصادي	15-01	15	41.67%
03	تنافسية المؤ.ص.م	11-01	11	30.55%
المجموع				100

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على بيانات الإستبيان

وقد صمم الاستبيان وفقا لمقياس ليكرت الخماسي، إذ يقابل العبارات الموجودة خمس خيارات مختلفة (موافق تماما، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق تماما)، لقياس استجابات المستقيصين لفقرات الاستبيان المندرجة تحت 3 محاور رئيسية، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (8.5): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	05	04	03	02	01

بما أن المتغير الذي يعبر عن الخيارات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) مقياس ترتيبي، والأرقام التي تدخل في البرنامج وهي (موافق بشدة = 5، موافق = 4، محايد = 3.....) ثم Weights تعبر عن الأوزان نحسب بعد ذلك المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح)، ويتم ذلك بحساب طول الفترة

أولاً، وهي عبارة عن حاصل قسمة 4 على 5، حيث 4 تمثل عدد المسافات (من 1 إلى 2 مسافة أولى، ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية، ومن 3 إلى 4 مسافة ثالثة، ومن 4 إلى 5 مسافة رابعة)، 5 تمثل عدد الاختيارات، وعند قسمة 4 على 5 ينتج طول الفترة ويساوي 0.80 ويصبح التوزيع حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (9.5): المتوسط المرجح

من 1	إلى 1.79	لا أوافق بشدة
من 1.80	إلى 2.59	لا أوافق
من 2.60	إلى 3.39	محايد
من 3.40	إلى 4.19	أوافق
من 4.20	إلى 5	أوافق بشدة

وقد قامت الباحثة عند إعدادها للإستبيان بعرضه على الأستاذ المشرف، حيث قام هذا الأخير بوضع بعض التعديلات التي رآها مناسبة، ثم عرض الإستبيان على مجموعة من المحكمين، والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد، وتعديل بعض العبارات الموجودة في محاور الإستبيان من حذف وإضافة.

3.5. قياس صدق وثبات أداة الدراسة

أن المقصود بصدق الإستبيان في البحث العلمي هو مدى دقة البحث على قياس الغرض المصمم من أجله، أي إلى أي درجة تزودنا أداة البحث بمعلومات تتعلق بمشكلة البحث من مجتمع الدراسة نفسه، وهذا يعني مدى شمولية الإستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل، ومدى وضوح فقراتها ومفرداتها، أما فيما يخص ثبات الإستبيان فهو المدى الذي يصل إليه المقياس في إعطاء قراءات متقاربة عند كل مرة يتم استخدامه فيها، أي أن الإجابات ستكون واحدة بالتقريب لو تكرر تطبيقها على نفس الأشخاص في أوقات مختلفة، ويتم قياس ثبات البحث العلمي بطرق متعددة ومختلفة، إلا أن أشهر هذه الطرق هو حساب معامل ألفا كرونباخ.

1.3.5. ثبات الدراسة

يقصد بثبات الاستبيان هو أن يعطي الاستبيان نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية، ويدل الثبات على اتساق النتائج، بمعنى إذا كرّر الباحث القياس وتحصل على نفس النتائج، فهذا هو الثبات وقد استخدمنا معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبيان، والنتائج مبينة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (10.5): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	الصدق
المحور الأول: أبعاد الذكاء الاقتصادي	15	0.962	0.980
المحور الثاني: تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	11	0.519	0.720
جميع الفقرات	26	0.831	0.911

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

تأسيسا على ما ورد في الجدول السابق، نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ لكل محاور الإستبيان تتراوح بين (0.519-0.962)، وهي معاملات مرتفعة، وكذلك معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الإستبيان قد بلغ 0.831، وهذا يدل على أن قيمة الثبات مرتفعة، وكذلك قيمة الصدق والذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الإستبيان تتراوح بين (0.720-0.980)، في حين بلغت قيمة الصدق لجميع محاور الإستبيان بلغت 0.911 وهي قيمة عالية جدا، تدل على أن أداة الدراسة ذات ثبات كبير، مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الإستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة وإختبار فرضياتها.

كما يجب التنويه على أن معامل ألفا كرونباخ قيمته تتراوح ما بين الصفر والواحد الصحيح، وكلما إقتربت قيمته من الواحد كلما دل ذلك على وجود ثبات عال، والعكس من ذلك صحيح.

2.3.5. صدق الاستبيان

يقصد بصدق الاستبيان أن تقيس أسئلة الاستبيان ما وضع لقياسه، بهدف تحقيق أغراض التحكيم والارتقاء بمستوى الاستبيان وضمان تحقيقه للأهداف التي وضعت من أجله.

● **الصدق الظاهري (صدق المحكمين):** يعتبر صدق المحكمين أو استطلاع آراء المحكمين الخبراء من أكثر طرق الصدق شيوعًا وسهولة، وأشهرها استخدامًا لدى الباحثين، ولذلك فقد تمت مراجعة الاستبيان وتحكيمها من قبل 10 محكمين في مجال الإدارة والاقتصاد والبحث العلمي، من أجل عمل اللازم لأسئلة الاستبيان، وترتيبها بشكل يسهل عملية إدخال البيانات وتحليلها، وبعد إعداد الاستبيان بشكله النهائي، قامت الباحثة بتوزيعها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قالمه مباشرة، مع توضيح أسئلة الاستبيان لهم والإجابة عن استفساراتهم حولها.

● **صدق الاتساق الداخلي لفقرات الإستبيان:** يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبيان مع المجال الذي ينتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للإستبيان، وذلك من خلال معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الاستبيان والدرجة

الكلية للمجال نفسه، والصدق ببساطة هو أن تقيس أسئلة الإستبانة ما وضعت لقياسه أي يقيس فعلا الوظيفة التي يفترض أنه يقيسها.

● **الصدق البنائي:** يقوم على تحليل مصفوفة الارتباط بين الاختبارات المختلفة، من أجل الوصول إلى العوامل التي أدت إلى وجود هذه المعاملات.

أولا: نتائج الإلتصاق الداخلي للمحور الأول: يوضح الجدول الموالي معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول أبعاد الذكاء الإقتصادي والدرجة الكلية للمحور الأول.

الجدول رقم (11.5): معامل الإرتباط لفقرات المحور الأول

القيمة الإحتمالية sig	معامل الارتباط بيرسون	العبارة	
0.000	**0.734	الذكاء الاقتصادي هو مراقبة ورصد المحيط.	1
0.000	**0.944	تداولون مفهوم الذكاء الاقتصادي في مؤسساتكم	2
0.000	**0.913	تطبق مؤسساتكم الذكاء الاقتصادي منذ وقت طويل	3
0.000	**0.937	هناك مصلحة محددة تتولى القيام بوظيفة الذكاء الاقتصادي.	4
0.000	**0.937	تقوم مؤسساتكم بوظيفة الذكاء الاقتصادي بصفة منقطعة.	5
0.000	**0.937	تهدف مؤسساتكم من تطبيق الذكاء الاقتصادي بعدم السماح بمعرفة أسرارها.	6
0.000	**0.859	ان تطبيق مؤسساتكم للذكاء الاقتصادي يعمل على تلبية احتياجات زبائنكم.	7
0.000	**0.937	تعلم مؤسساتكم من خلال الذكاء الاقتصادي على الوصول إلى المعلومة ومعالجتها.	8
0.000	**0.898	يعمل الذكاء الاقتصادي على مساعدة مؤسساتكم في اتخاذ القرار.	9
0.000	**0.937	يساعد الذكاء الاقتصادي مؤسساتكم على كسب حصة سوقية.	10
0.000	**0.832	تطبيق الذكاء الاقتصادي يعمل على خفض التكلفة وزيادة العائد.	11
0.000	**0.534	طبيعة المعلومات التي تركز عليها مؤسساتكم تخص الزبائن، الموردن، المنافسين والتكنولوجيا	12
0.000	**0.498	مصادر المعلومات التي تركز عليها مؤسساتكم تأتي من طرف الزبائن، الموردن، المنافسين، المؤتمرات والأخبار الاقتصادية، الانترنت والمشاركة في الصالونات والمهرجانات.	13
0.000	**0.757	التحدي الذي يواجه مؤسساتكم هو نقص خبرة العاملين لديكم حول الذكاء الاقتصادي.	14
0.000	**0.752	إن نقص وضعف وجود وسائل الذكاء الاقتصادي يعد مشكلا تواجهه مؤسساتكم.	15

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

** دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

من خلال معطيات الجدول السابق، يمكن إستخلاص أن قيم معامل إرتباط كل عبارة من العبارات مع المحور الأول دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01، مما يشير إلى إن جميع عبارات المحور الأول تتمتع بدرجة

كبيرة من الصدق، وهذا يؤكد قوة الارتباط الداخلي بين جميع عبارات المحور، وعليه يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

ثانيا: نتائج الإتساق الداخلي للمحور الثاني: إن الجدول الموالي يوضح معاملات الارتباط بيرسون، بين كل فقرة من فقرات المحور الأول، والمعنون بأبعاد الذكاء الإقتصادي، والمعدل الكلي لفقرات المحور الثاني.

الجدول رقم (12.5): معامل الارتباط لفقرات المحور الثاني

العبارة	معامل بيرسون	القيمة الإحتمالية Sig
1 هناك منافسين محليين وأجانب في مجال نشاطكم	**0.515	0.000
2 تمتلك مؤسستكم الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات (أجهزة الكترونية) بشكل كاف.	**0.625	0.000
3 تمتلك مؤسستكم الصغيرة والمتوسطة حصة سوقية معتبرة.	**0.672	0.000
4 تنافسية مؤسستكم الصغيرة والمتوسطة تعتمد على نظام معلومات فعال	**0.559	0.000
5 تقوم مؤسستكم الصغيرة والمتوسطة باستمرار بدراسة نقاط قوة وضعف منافسيها.	**0.376	0.000
6 تعتمد مؤسستكم على رغبات وأذواق المستهلكين او زبائنهم في تحسين منتجاتها	*0.305	0.000
7 تستطيع مؤسستكم الصغيرة والمتوسطة التأقلم مع الداخلين الجدد إلى السوق.	**0.473	0.000
8 تعاني مؤسستكم من نقص الخبرة والمهارات الفنية.	**0.742	0.000
9 تواجه مؤسستكم مشكلة التمويل بصورة كبيرة.	*0.250	0.000
10 تواجه مؤسستكم مشكلة الحصول على العقار الصناعي.	**0.490	0.000
11 مؤسستكم معرضة لمشكلة تعدد الوثائق وتعقد الاجراءات الادارية.	*0.130	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

** دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

* دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل.

من خلال معطيات الجدول السابق، يمكن إستخلاص أن قيم معامل إرتباط كل عبارة من العبارات مع المحور الأول دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01، مما يشير إلى إن جميع عبارات المحور الأول تتمتع بدرجة كبيرة من الصدق، وهذا يؤكد قوة الارتباط الداخلي بين جميع عبارات المحور، وعليه يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

4.5. تحليل أجوبة الإستبيان

من أجل إجراء التحليل الإحصائي، قام فريق البحث بترميز جميع الإجابات التي تم الحصول عليها من المستجيبين، ومن ثم إدخال هذه الإجابات إلى برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) خصائص عينة الدراسة من متغيرات ديموغرافية من خلال المطلب الأول، ثم التطرق إلى الإحصائيات الوصفية للمحور الأول من خلال المطلب الثاني، والإحصائيات الوصفية للمحور الثاني من خلال المحور الثاني.

1.4.5. تحليل خصائص عينة الدراسة

إن محور البيانات الشخصية قد تضمن طرح 10 أسئلة شخصية، تتعلق بالشخص المستجوب، وهدف هذه الأسئلة هو التعرف أكثر على بيانات مفردات العينة المدروسة. **أولاً: الجنس:** يوضح الجدول الموالي جنس فئة الاستقصاء كما ورد في الإستبيان. **الجدول رقم (13.5): جنس فئة الاستقصاء**

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	65	92.9%
	أنثى	5	7.1%
	المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

تأسيساً على ماسبق، يمكن القول بأن غالبية العينة المدروسة هي من الذكور وذلك بنسبة 92.9%، في حين بلغت نسبة الإناث 7.1%، وبعدهد إجمالي قدر بـ 5 مفردات. **ثانياً: الفئة العمرية:** يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.

الجدول رقم (14.5): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
الفئة العمرية	ما بين 20-30 سنة	12	17.1%
	ما بين 30-40 سنة	50	71.4%
	ما بين 40-50 سنة	8	11.4%
	أكبر من 50 سنة	0	0%
المجموع		70	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

يلاحظ من الجدول السابق، أن نصف أفراد العينة من الفئة العمرية (30-40 سنة)، حيث بلغ عددهم 50 فردا، ونسبة مقدارها 71.4%، ثم تليها الفئة العمرية (20-30 سنة)، والبالغ عددهم 12 فردا بنسبة قدرت بـ 17.1%، أما الفئة العمرية فهي تشكل الفئة الثالثة ما بين (40-50 سنة) حيث قدر عددها بـ 8 أفراد وبنسبة مئوية بلغت 11.4%، في حين لم يشكل الأشخاص الذي هم من الفئة العمرية (أكبر من 50 سنة) ولا فرد.

ثالثا: المسمى الوظيفي: يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة وفقا للمسمى الوظيفي.

الجدول رقم (15.5): توزيع أفراد العينة وفقا للمسمى الوظيفي

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
المسمى الوظيفي	مدير	10	14.3%
	مساعد مدير	3	4.3%
	رئيس قسم	6	8.6%
	عون إدارة	51	72.9%
المجموع		70	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

يتضح من الجدول أعلاه، أن النسبة الأكبر من أفراد العينة وفقا للمسمى الوظيفي كانت عون إدارة حيث بلغ عددهم 51 فردا، بنسبة مئوية بلغت 72.9%، أما منصب المدير فبلغ عددهم 10 أفراد، ونسبتهم 14.3%، ثم تأتي وظيفة رئيس قسم، بعدد بلغ 6 أفراد ونسبة مئوية قدرت بـ 8.6%، أما وظيفة مساعد مدير فبلغ عددهم 3 أفراد، وقدرت نسبتهم المئوية بـ 4.3%.

رابعا: المؤهل العلمي: يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة وفقا للمؤهل العلمي.

الجدول رقم (16.5): توزيع أفراد العينة وفقا للمؤهل العلمي

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	ثانوي	10	14.3%
	جامعي	53	75.7%
	دراسات عليا	7	10.0%
	المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

يتضح من الجدول أعلاه، أن النسبة الأكبر من أفراد العينة وفقا للمؤهل العلمي كانت تحمل شهادات جامعية حيث بلغ عددهم 53 فرد، بنسبة مئوية بلغت 75.7%، أما أفراد العينة الذين هم ثانويين فبلغ عددهم 10 فرد، ونسبتهم قدرت بـ 14.3%، أما المؤهل العلمي دراسات عليا، فبلغ عددهم 7 أفراد وبنسبة مئوية قدرت بـ 10.0%.

خامسا: حدد سنوات الخبرة: يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة.

الجدول رقم (17.5): توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
عدد سنوات الخبرة	10 سنوات فما أقل	34	48.6%
	11-30 سنة	36	51.4%
	أكثر من 30 سنة	0	0%
	المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

يلاحظ من الجدول السابق، أن معظم أفراد العينة والذين لديهم من الخبرة أقل من 10 سنوات، فقد بلغ عددهم 34 فردا، وبنسبة مقدارها 48.6%، ثم يأتي الأفراد الذين تتراوح خبرتهم ما بين (11-30 سنة) والبالغ عددهم 36 فردا بنسبة قدرت بـ 51.4%، وهي الفئة الغالبة، أما الأفراد الذين لديهم من الخبرة أكثر من 30 سنة، فقد خلت عينة الدراسة من هؤلاء الأفراد.

سادسا: نوع المؤسسة: يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة.

الجدول رقم (18.5): توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
نوع المؤسسة	مصغرة (1-9 عمال)	42	60%
	صغيرة (10-49 عامل)	28	40%
	متوسطة (50-250 عامل)	0	0%
	المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

إنطلاقاً من الجدول السابق، نجد أن عينة الدراسة قد توزعت على مؤسسات مصغرة، صغيرة ومتوسطة، فبلغ عدد المصغرة منها 42 مؤسسة، بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، أما المؤسسات الصغيرة فبلغ عددها 28 مؤسسة، ونسبة قدرت بـ 40%، فيما حلت عينة الدراسة من المؤسسات المتوسطة. **سابعاً: الملكية:** يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة حسب الملكية.

الجدول رقم (19.5): توزيع أفراد العينة وفقاً لطبيعة الملكية

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
طبيعة الملكية	عامة	0	0
	خاصة	70	100%
	مختلطة	0	0
	المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

تأسيساً على ما ورد في الجدول السابق، نجد أن عينة الدراسة قد إشتملت فقط على مؤسسات صغيرة ومتوسطة تعود ملكيتها بصورة تامة إلى القطاع الخاص. **ثامناً: النشاط:** فيما يلي الجدول الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع النشاط.

الجدول رقم (20.5): توزيع أفراد العينة حسب نوع النشاط

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
نوع النشاط	إنتاجية	66	94.3%
	خدمية	4	5.7%
	المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

بناء على الجدول السابق، وجدنا أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي نشاطها إنتاجي قد بلغ عددها 66 مؤسسة وبنسبة مئوية بلغت 94.3%، في حين أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي نشاطها خدمي فقد بلغ عددها 4 مؤسسات، بنسبة مئوية بلغت 5.7%، وهي نسبة ضئيلة جدا، وهي ما يفسر النواجد المحتشم لهذا النوع من الأنشطة على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تاسعا: طريقة التمويل: الجدول الموالي يقدم توزيع أفراد العينة وفقا لطريقة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الجدول رقم (21.5): توزيع أفراد العينة وفقا لطريقة التمويل

الوصف	التحليل الإحصائي	التكرار	النسبة المئوية
طرق التمويل	تمويل ذاتي	30	42.9%
	قروض بنكية	11	15.7%
	شراكة	10	14.3%
	مؤسسات الدعم	19	27.1%
	المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج Spss

نلاحظ من الجدول السابق، نجد أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي تعتمد في تمويل مشاريعها على التمويل الذاتي قد بلغ عددها 30 مؤسسة، بنسبة مئوية قدرت بـ 42.9%، وهي النسبة الغالبة، أما بخصوص المؤسسات التي تمول نفسها عن طريق مؤسسات الدعم فنجد عددها 19 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، بنسبة مئوية قدرت بـ 27.1%، في حين بلغ عدد المؤسسات التي تمول نفسها عن طريق القروض البنكية 11 مؤسسة، وقدرت نسبتها المئوية حوالي 15.7%، أما المؤسسات التي تعتمد على الشراكة لتمويل مشاريعها فقد وصل عددها إلى 10 مؤسسات بنسبة مئوية بلغت 14.3%.

عاشرا: سوق المؤسسة: سنحاول من خلال هذا الجدول عرض سوق نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية قلمة.

الجدول رقم (22.5): توزيع أفراد العينة وفقا لسوق المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	التحليل الإحصائي	الوصف
68.6%	48	على مستوى ولاية قلمة	سوق مؤسستكم
0%	0	على مستوى جهوي	
31.4%	22	على مستوى وطني	
0	0	على مستوى دولي	
100%	70	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراء لمعطيات الجدول السابق، يمكن القول بأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة هي مؤسسات سوقها الإنتاجي مرتكز بدرجة كبيرة على مستوى ولاية قلمة، بنسبة تقدر بـ 68.6%، وبنسبة 31.4% تركز على مستوى وطني، ويمكن تفسير ذلك لكون عينة الدراسة في الأساس مكونة وبدرجة كبيرة من مؤسسات مصغرة بنسبة 60%، ونسبة المؤسسات الصغيرة بلغ 40%، لهذا وجدنا هذا التباين في السوق.

2.4.5. الإحصائيات الوصفية للمحور الأول

سنقدم في هذا الجدول نتائج تحليل فقرات المحور الأول لأداة الدراسة والمكونة من 15 سؤالاً، من خلال حساب المتوسط الجسبي والانحراف المعياري، وهذا بهدف معرفة إتجاه الإجابات لأفراد عينة الدراسة، ومدى فهمهم لأبعاد الذكاء الإقتصادي.

الجدول رقم (23.5): الإحصائيات الوصفية للمحور الأول

العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه
س1	التكرار	13	12	44	1	2.4857	0.84687	غ موافق
	%	18.6	17.1	62.9	1.4			
س2	التكرار	13	17	40	0	2.3857	0.78561	غ موافق
	%	18.6	24.3	57.1	0			
س3	التكرار	14	11	45	0	2.4429	0.81000	غ موافق
	%	20.0	15.7	64.3	0			
س4	التكرار	14	17	39	0	2.3571	0.79920	غ موافق
	%	20	24.3	55.7	0			
س5	التكرار	14	17	39	0	2.3571	0.79920	غ موافق
	%	20	24.3	55.7	0			
س6	التكرار	14	17	39	0	2.2714	0.79920	غ موافق
	%	20	24.3	55.7	0			
س7	التكرار	20	11	39	0	2.3571	0.88336	غ موافق
	%	28.6	15.7	55.7	0			
س8	التكرار	14	17	39	0	2.3571	0.79920	غ موافق
	%	20.0	24.3	55.7	0			
س9	التكرار	15	17	38	0	2.3286	0.81154	غ موافق
	%	21.4	24.3	54.3	0			
س10	التكرار	14	17	39	0	2.3571	0.79920	غ موافق
	%	20.0	24.3	55.7	0			
س11	التكرار	13	16	34	7	2.5000	0.91287	غ موافق
	%	18.6	22.9	48.6	10.0			
س12	التكرار	7	0	14	41	3.6143	1.03969	موافق
	%	10.0	0	20.0	58.6			
س13	التكرار	7	0	20	29	3.6143	1.12021	موافق
	%	10.0	0	28.6	41.4			
س14	التكرار	12	10	46	0	2.5714	0.87760	غ موافق
	%	17.1	14.3	65.7	0			
س15	التكرار	12	10	40	6	2.6571	0.96137	محايد
	%	17.1	14.3	57.1	8.6			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

من خلال الجدول (23.5)، سنحاول معرفة الآراء وتحليلها بالترتيب حسب المتوسط الحسابي .

أحتلت الفقرة 12 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.6143 وإنحراف معياري 1.03969، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن طبيعة المعلومات التي تركز عليها مؤسستكم تخص الزبائن، الموردين، المنافسين والتكنولوجيا.

أحتلت الفقرة 13 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3.6143 وإنحراف معياري 1.12021، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن مصادر المعلومات التي تركز عليها مؤسستهم تأتي من طرف الزبائن، الموردين والمنافسين، المؤتمرات والأخبار الإقتصادية، الإنترنت والمشاركة في الصالونات والمهرجانات.

أما الفقرة 15 فترتيبها هو الثالث بمتوسط حسابي قدره 2.6571 وإنحراف معياري 0.96137، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة لم يبدووا رأيهم وأكتفوا بالحياد حول ما إذا كان نقص وضعف وجود وسائل الذكاء الإقتصادي يعد مشكلا تواجهه مؤسستهم.

وكانت المرتبة الرابعة من نصيب الفقرة 14 بمتوسط حسابي قدره 2.5714 وإنحراف معياري 0.87760، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين فيما إذا كان التحدي الذي يواجهه مؤسستهم هو نقص خبرة العاملين لديهم حول الذكاء الإقتصادي.

فيما جاءت الفقرة 11 في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره 2.5000 وإنحراف معياري 0.91287، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين فيما إذا كان تطبيق الذكاء الإقتصادي يعمل على خفض التكلفة وزيادة العائد.

بينما إحتلت الفقرة 1 المرتبة السادسة بمتوسط حسابي قدره 2.4857 وإنحراف معياري 0.84867، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين فيما يخص أن الذكاء الإقتصادي هو مراقبة ورصد المحيط.

وأحتلت الفقرة 3 المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره 2.4429 وإنحراف معياري 0.81000، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين على أن مؤسستهم تطبق الذكاء الإقتصادي منذ وقت طويل.

أما المرتبة الثامنة فاحتلتها الفقرة 2 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.3857 وإنحراف معياري 0.78561، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين حول ما إذا كانت مؤسستهم تتداول مفهوم الذكاء الإقتصادي.

وأحتلت الفقرة 5 المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قدره 2.3571 وإنحراف معياري 0.799920، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين حول ما إذا كانت مؤسستهم تقوم بوظيفة الذكاء الإقتصادي بصفة متقطعة.

وأحتلت الفقرة 4 المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي قدره 2.3571 وإنحراف معياري 0.799920، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين حول ما إذا كانت هناك مصلحة محددة تتولى القيام بوظيفة الذكاء الإقتصادي.

أما الفقرة 7 فجاءت في المرتبة الحادي عشر بمتوسط حسابي قدره 2.3571 وإنحراف معياري 0.88336، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين فيما يخص أن تطبيق الذكاء الإقتصادي من طرف مؤسستهم سيعمل على تلبية إحتياجات زبائنهم.

لتأتي الفقرة 8 محتلة المرتبة الثانية عشر بمتوسط حسابي قدره 2.3571 وإنحراف معياري 0.799920، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين فيما يخص أن مؤسستهم تعمل من خلال الذكاء الإقتصادي على الوصول إلى المعلومة ومعالجتها.

أما بخصوص الفقرة 10 فقد جاءت في المرتبة الثالثة عشر بمتوسط حسابي قدره 2.3571 وإنحراف معياري 0.799920، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين حول ما إذا كان الذكاء الإقتصادي يساعد على كسب حصة سوقية.

أما الفقرة 9 فقد احتلت المرتبة الرابعة عشر بمتوسط حسابي قدره 2.3286 وإنحراف معياري 0.81154، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين حول ما إذا كان الذكاء الإقتصادي يساعد مؤسستهم في إتخاذ القرار.

وجاءت الفقرة 6 في المرتبة الخامسة عشر بمتوسط حسابي قدره 2.2714 وإنحراف معياري 0.799920، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير موافقين على كون مؤسستهم تهدف من تطبيق الذكاء الإقتصادي بعدم السماح بمعرفة أسرارها.

3.4.5. الإحصائيات الوصفية للمحور الثاني

سنقدم في هذا الجدول نتائج تحليل فقرات المحور الثاني لأداة الدراسة والمكونة من 11 سؤالاً، من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وهذا بهدف معرفة اتجاه الإجابات لأفراد عينة الدراسة، ومدى فهمهم لخصائص تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الجدول رقم (24.5): الإحصائيات الوصفية للمحور الثاني

العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه
س1	التكرار	0	0	10	20	4.4286	0.73369	موافق
	%	0	0	14.3	28.6			بشدة
س2	التكرار	0	22	7	21	3.5571	1.21149	موافق
	%	0	31.4	10.0	30.0			
س3	التكرار	0	11	0	34	4.0429	0.99907	موافق
	%	0	15.7	0	48.6			
س4	التكرار	0	18	15	19	3.5286	1.13854	موافق
	%	0	25.7	21.4	27.1			
س5	التكرار	0	0	0	33	4.5286	0.50279	موافق
	%	0	0	0	47.1			بشدة
س6	التكرار	0	0	0	37	4.4714	0.50279	موافق
	%	0	0	0	52.9			بشدة
س7	التكرار	2	0	6	43	4.1000	0.78297	موافق
	%	2.9	0	8.6	61.4			
س8	التكرار	1	1	2	47	4.7429	4.43205	موافق
	%	1.4	1.4	2.9	67.1			بشدة
س9	التكرار	7	0	1	19	4.4000	0.93870	موافق
	%	10.0	0	1.4	27.1			بشدة
س10	التكرار	0	1	12	2	4.5857	0.82520	موافق
	%	0	1.4	17.1	2.9			بشدة
س11	التكرار	0	0	0	2	4.9714	0.16780	موافق
	%	0	0	0	2.9			بشدة

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

من خلال الجدول (24.5)، سنحاول معرفة الآراء وتحليلها بالترتيب حسب المتوسط الحسابي.

أحتلت الفقرة 11 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.9714 وإنحراف معياري 0.16780، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون وبشدة على أن مؤسستهم معرضة لمشكلة تعدد الوثائق وتعقد الإجراءات الإدارية.

أحتلت الفقرة 8 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 4.7429 وإنحراف معياري 4.43205، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون وبشدة لكون مؤسستهم تعاني من نقص الخبرة والمهارات الفنية.

أما الفقرة 10 فترتيبها هو الثالث بمتوسط حسابي قدره 4.5857 وإنحراف معياري 0.82520، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين وبشدة في كون مؤسستهم تواجه مشكلة الحصول على العقار الصناعي.

وكانت المرتبة الرابعة من نصيب الفقرة 5 بمتوسط حسابي قدره 4.5286 وإنحراف معياري 0.50279، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين بشدة على أن مؤسستهم تقوم بإستمرار بدراسة نقاط قوة وضعف منافسيها.

فيما جاءت الفقرة 6 في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره 4.4714 وإنحراف معياري 0.50279، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين بشدة على أن مؤسستهم تعتمد على رغبات وأذواق المستهلكين أو زبائنها في تحسين منتجاتها.

بينما إحتلت الفقرة 1 المرتبة السادسة بمتوسط حسابي قدره 4.4286 وإنحراف معياري 0.73369، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين بشدة على أن هناك منافسين محليين وأجانب في مجال نشاط مؤسستهم الصغيرة والمتوسطة.

وأحتلت الفقرة 9 المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره 4.4000 وإنحراف معياري 0.78297، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين بشدة على أن مؤسستهم تعاني من مشكلة التمويل بصورة كبيرة.

أما المرتبة الثامنة فإحتلتها الفقرة 7 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.1000 وإنحراف معياري 0.78297، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين حول ما إذا كانت مؤسستهم تستطيع التأقلم مع الداخلين الجدد إلى السوق.

وأحتلت الفقرة 3 المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قدره 4.0429 وانحراف معياري 0.99907، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين حول ما إذا كانت مؤسستهم تملك حصة سوقية معتبرة.

وأحتلت الفقرة 2 المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي قدره 3.5571 وانحراف معياري 1.21149، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين حول ما إذا كانت مؤسستهم تمتلك لتكنولوجيا المعلومات من اجهزة إلكترونية بشكل كاف.

أما الفقرة 4 فجاءت في المرتبة الحادي عشر بمتوسط حسابي قدره 3.5286 وانحراف معياري 1.13854، وبلغت القيمة الإحتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة موافقين فيما يخص أن تنافسية مؤسستهم الصغيرة والمتوسطة يعتمد على نظام معلومات فعال.

5.5. إختبار فرضيات الدراسة الميدانية

بعد توضيح الجانب المنهجي للدراسة، والذي إعتمدت فيه الباحثة على الإستبيان لجمع المعلومات اللازمة، وتوزيعها على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، وبعدها قمنا بتوضيح مجتمع وعينة الدراسة، والتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة، بإعتبارها من الأساسيات التي تستلزم التأكد من جودة البيانات ومدى قدرتها على إختبار صحة الفرضيات بموضوعية تامة، سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى إختبار فرضيات الدراسة، عن طريق إسقاط ذلك على إجابات المستجوبين من أفراد عينة الدراسة، للوصول إلى إجابة عن أسئلة الإستبيان، لنخلص في الأخير إلى تفسير وإستخلاص النتائج، ولما لا وضع حتى بعض الإقتراحات.

1.5.5. إختبار الفرضية الأولى

الفرضية الأولى من دراستنا تنص على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة لا تطبق منهج الذكاء الإقتصادي، ولإختبارها سيتم إستخدام إختبار T مجموعة واحدة، حيث أن هذا الإختبار يعتمد فقط على فرضين وهما الفرض الإبتدائي والفرض البديل، وتكون هذه الفروض غالبا حول متوسط مجتمع أو تباين مجتمع، والجدول الآتي سيوضح نتائج الإختبار.

الفرضية الصفرية H_0 لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منهج الذكاء الإقتصادي.

الفرضية البديلة H_1 تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منهج الذكاء الإقتصادي.

الجدول رقم (25.5): نتائج إختبار T لإختبار الفرضية الرئيسية الأولى

قيمة T	الأخلاف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	الحد الأعلى	الحد الأدنى		
-5.009	0.75823	2.3796	166.57	3.00	1.00	70	البعد الأول للمحور الأول
-6.846	0.79539	2.3476	164.33	3.00	1.00	70	البعد الثاني للمحور الأول
-6.862	0.83968	3.2429	227.00	4.33	1.00	70	البعد الثالث للمحور الأول
-3.548	0.90958	2.6143	183.00	5.00	1.00	70	البعد الرابع للمحور الأول
-0.812	0.70548	2.6461	185.23	3.25	1.00	70	المحور الأول

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

تم إستعمال إختبار T Test بناء على قيمة الوسط الحسابي للمتغير والتي تساوي 2.6461، كما هو موضح في الجدول السابق،

2.5.5. إختبار الفرضية الثانية

تنص الفرضية الرئيسية الثانية على أنه لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

الفرضية الصفرية H_0 لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

الفرضية البديلة H_1 توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

لإختبار الفرضية الثانية لدراستنا وفرضياتها الفرعية سيتم اللجوء الى تحليل الارتباط بين متغيرين، بإستخدام إجراء إرتباط الذي يمكن الباحث بإستخدام طريقة لقياس الإرتباط المستقيم أو الخطي بين متغيرين أو أكثر، وينتج عن هذه العملية قيمة إحصائية توضح قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتعرف هذه القيمة بإسم معامل الإرتباط ويحتوي برنامج SPSS على طريقتين لحساب هذه العلاقة يتم قياس العلاقة بين المتغيرات بطرائق عديدة ومختلفة، ومنها :

- **معامل ارتباط بيرسون** : ونستخدمه لقياس الارتباط بين متغيرين نفسيين كميين، وهو اختبار بارامتري، نستخدمه غالباً عندما يكون عدد أفراد العينات كبير، و القياس متصل.

- **معامل ارتباط سبيرمان للرتب** : ويهدف إلى قياس التغير الاقتراني القائم بين ترتيب الأفراد أو الأشياء بالنسبة لصفة أخرى، وهو اختبار لا بارامترى، ونستخدمه غالباً عندما يكون عدد أفراد العينات صغير، و القياس منفصل (تذكر/ أن من شروط استخدامه أن حجم العينة لا يتجاوز 30).

لهذا سنستخدم في هذه الفرضية معامل الارتباط بيرسون

الجدول رقم (26.5): نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة		المتغير التابع y
القيم الاحتمالية Sig	معامل الارتباط	المتغير المستقل x
0.138	0.179	الذكاء الاقتصادي
N=70	درجة الثقة 99%	

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

إذا كانت القيمة الاحتمالية Sig أكبر من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يعني أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدراسة، والعكس صحيح في حالة كانت القيمة الاحتمالية أقل من مستوى الدلالة، فهنا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدراسة، وإذا كانت قيمة R المحسوبة أكبر من قيمة R الجدولية، فإن هناك علاقة معنوية بين متغيرين من متغيرات الدراسة، أو ما بين متغيرات الدراسة، مع العلم بأن قيمة R الجدولية تقدر بـ 0.325 عند درجة حرية $N-1=69$ ومستوى دلالة عند 0.01.

ومن خلال بيانات الجدول السابق، نجد أن معامل الارتباط الخطي R يساوي 0.179، وهي نسبة منخفضة جداً، كما أن نتائج الجدول تعطي لنا القيمة الاحتمالية Sig والتي تساوي 0.373، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، ومن هنا يمكن إستنتاج عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية ما بين متغيري الدراسة (الذكاء الاقتصادي كمتغير مستقل وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمتغير تابع)، هذه النتائج تشير تستوجب قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

إن الفرضية الرئيسية الثانية يتفرع منها مجموعة من الفرضيات الفرعية والتي سنحاول إختبارها كالتالي:

أولاً: نتائج إختبار الفرضية الفرعية الأولى: والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

الفرضية الصفرية H_0 لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز تنافسية

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى معنوية 1%.

الفرضية البديلة H_1 توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز تنافسية

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى معنوية 1%.

الجدول رقم (27.5): نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالم

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالم		المتغير التابع y
القيم الإحصائية Sig	معامل الارتباط	المتغير المستقل X
0.132	0.182	اليقظة الإستراتيجية
N=70	درجة الثقة 99%	

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

ومن خلال بيانات الجدول السابق، نجد أن معامل الارتباط الخطي R يساوي 0.182، وهي نسبة منخفضة جداً، كما أن نتائج الجدول تعطي لنا القيمة الإحصائية Sig والتي تساوي 0.132، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، ومن هنا يمكن إستنتاج عدم وجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية ما بين متغيري الدراسة (اليقظة الإستراتيجية كأحد أبعاد المتغير المستقل وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمتغير تابع)، هذه النتائج تشير تستوجب قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

ثانياً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على أنه لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الحماية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالم.

الفرضية الصفرية H₀ لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالم، عند مستوى معنوية 1%.

الفرضية البديلة H₁ توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الحماية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالم، عند مستوى معنوية 1%.

الجدول رقم (28.5): نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين أنشطة الحماية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالم

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالم		المتغير التابع y
القيم الإحصائية Sig	معامل الارتباط	المتغير المستقل X
0.088	0.205	أنشطة الحماية
N=70	درجة الثقة 99%	

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

ومن خلال بيانات الجدول السابق، نجد أن معامل الارتباط الخطي R يساوي 0.205، وهي نسبة منخفضة جداً، كما أن نتائج الجدول تعطي لنا القيمة الإحصائية Sig والتي تساوي 0.088، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، ومن هنا يمكن إستنتاج عدم وجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية ما بين متغيري الدراسة (أنشطة الحماية كأحد أبعاد المتغير المستقل وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمتغير تابع)، هذه النتائج تشير تستوجب قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

ثالثاً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التأثير وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.
 الفرضية الصفرية H_0 لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التأثير وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى معنوية 1%.
 الفرضية البديلة H_1 توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التأثير وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى معنوية 1%.

الجدول رقم (29.5): نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين التأثير وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة		المتغير التابع y
القيم الاحتمالية Sig	معامل الارتباط	المتغير المستقل x
0.399	0.102	التأثير
N=70	درجة الثقة 99%	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

ومن خلال بيانات الجدول السابق، نجد أن معامل الارتباط الخطي R يساوي 0.102، وهي نسبة منخفضة جداً، كما أن نتائج الجدول تعطي لنا القيمة الاحتمالية Sig والتي تساوي 0.399، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، ومن هنا يمكن إستنتاج عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية ما بين متغيري الدراسة (التأثير كأحد أبعاد المتغير المستقل وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمتغير تابع)، هذه النتائج تشير تستوجب قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

رابعاً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الضغط وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.
 الفرضية الصفرية H_0 لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الضغط وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى معنوية 1%.
 الفرضية البديلة H_1 توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الضغط وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى معنوية 1%.

الجدول رقم (30.5): نتائج تحليل الارتباط الخطي البسيط بين أنشطة الضغط وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قلمة		المتغير التابع y
القيم الاحتمالية Sig	معامل الارتباط	المتغير المستقل x
0555	0.072	أنشطة الضغط
N=70	درجة الثقة 99%	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

ومن خلال بيانات الجدول السابق، نجد أن معامل الارتباط الخطي R يساوي 0.072، وهي نسبة منخفضة جداً، كما أن نتائج الجدول تعطي لنا القيمة الاحتمالية Sig والتي تساوي 0.555، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، ومن هنا يمكن إستنتاج عدم وجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية ما بين متغيري الدراسة (أنشطة الضغط كأحد أبعاد المتغير المستقل وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمتغير تابع)، هذه النتائج تشير تستوجب قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

3.5.5. إختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

تهدف الفرضية الثالثة لدراستنا لتبيان وجود تأثير ذو علاقة معنوية ما بين الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وهذا ما سيتم إختباره فيما يلي:

الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية للذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.

هدف اختبار الفرضية الأساسية الثالثة نلجأ الى اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي يعد من الأساليب الإحصائية المتقدمة والتي تضمن دقة الاستدلال من أجل تحسين نتائج البحث عن طريق الاستخدام الأمثل للبيانات في إيجاد علاقات سببية بين الظواهر موضع الدراسة، حيث أن الهدف من اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط التنبؤ بالتغيرات الحاصلة في المتغير التابع الناتجة عن أثر متغير مستقل واحد، و لذل فإن المعادلة التي تمثل العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع تكون على الشكل التالي¹:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \epsilon_i$$

حيث

Y_i: قيمة متغير الاستجابة - المتغير التابع - في التكرار i.

X_i: ثابت معلوم و هو قيمة المتغير المستقل في التكرار i.

β₀ و **β₁**: معلمتان مجهولتان نقوم بتقديرهما.

ε_i: حد خطأ عشوائي متوسطه يساوي الصفر و تباينه δ²، و تكون حدود الخطأ في التكرارات المختلفة غير مرتبطة.

يقال لنموذج الانحدار السابق بأنه بسيط، وخطي المعالم وخطي في المتغير المستقل، فهو بسيط لأنه يستخدم متغير واحدا فقط، وخطي المعالم لأنه لا تظهر أي معلمة كأس أو مضروبة بمعلمة أخرى، وخطي في المتغير المستقل لأن هذا المتغير لا يظهر إلا مرفوعاً للأس الواحد.

¹نسرين مغولي، مرجع سبق ذكره، ص 325.

إن تحليل الانحدار يستعمل لثلاثة أغراض رئيسية وهي الوصف، السيطرة والتنبؤ، ولكي نقوم بإيجاد نموذج انحدار وتحليله نحتاج لتقدير معالم الانحدار المجهولة β_0 و β_1 حيث:

β_1 : هي التغير في متوسط التوزيع الاحتمالي للمتغير التابع Y لكل وحدة زيادة في المتغير المستقل X ، وفي رسم دالة الانحدار تمثل الميل لهذه الدالة.

β_0 : ليس لها أي تفسير خاص بما كحد مستقل في نموذج الانحدار، لكنها بيانياً تمثل الجزء الذي يقطعه خط الانحدار من محور الصادات.

فيما يلي سنقوم بإجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط باستخدام برنامج SPSS قصد اختبار الفرضية الأساسية الثالثة لدراستنا، و نتائج الاختبار توضحها الجداول التالية:

الجدول رقم (31.5): تحليل التباين للانحدار الخطي البسيط لتأثير الذكاء الإقتصادي على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالمه.

Durbin-Watson	تقدير الخطأ	R مربع المعدل	R مربع	النموذج R
1.838	0.64001	0.18	0.32	1.179a

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراءاً لبيانات الجدول السابق، نجد أن تحليل الانحدار الخطي البسيط يظهر لنا بأن معامل التحديد R مربع قد بلغ 0.32 ، وهي قيمة متوسطة على العموم، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل المتمثل في الذكاء الإقتصادي من تغيرات قد تطرأ على المتغير التابع، أي أن نسبة تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع، وبعبارة أخرى فإن نسبة 32% من التباين في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه، تم تفسيرها بالتغير في المتغير المستقل (الذكاء الإقتصادي)، من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية، قد ترجع إلى عوامل أخرى قد تعمل على التأثير في المتغير التابع.

كما يمكن القول بأن الذكاء الإقتصادي يقوم بتفسير 32% من النموذج، وهي نسبة صغيرة، تدل على أن الذكاء الإقتصادي لم يعتمد بصورة كبيرة ومطلقة في هذه المؤسسات محل الدراسة، وأن خطأ التقدير قيمته 0.64001 ، وكلما كانت قيمته قريبة من الصفر كان ذلك أفضل.

الجدول رقم (32.5): تحليل Anova.

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع	F	Sig
الإندثار	0.924	1	0.924	2.256	0.138b
البواقي	27.853	68	0.410		
المجموع	28.777	69			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

بناء على ما ورد في الجدول السابق، يمكن القول أن تحليل الإندثار الموضحة فيه تظهر بأن معامل التحديد 0.18، وهي قيمة منخفضة جدا، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما تفسره المتغيرات المستقلة من تغيرات تطراً على المتغير التابع، أي بعبارة أخرى نسبة تفسير المتغيرات المستقلة للمتغير التابع، أي أن نسبة 18% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة) تم تفسيره بالتغير في المتغيرات المستقلة (اليقظة الإستراتيجية، أنشطة الحماية، التأثير وأنشطة الضغط)، من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية 82% وهي نسبة كبيرة يعزى تفسيرها إلى عوامل أخرى محيطة ببيئة هذه المؤسسات، ولم تؤخذ بعين الاعتبار في هيكل دراستنا.

نلاحظ أيضا من بيانات هذا الجدول، أن قيمة F المحسوبة تساوي 2.256 وهي أقل من قيمة F الجدولية البالغة 2.718 عند مستوى دلالة 0.01، وهذا يدل على عدم وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية قالمة والمتغيرات المستقلة الخاصة بالذكاء الإقتصادي من يقظة إستراتيجية، أنشطة الحماية، التأثير وأنشطة الضغط، مما يؤدي بقبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

الجدول رقم (33.5): المعاملات

النموذج	معاملات غير معيارية		معاملات معيارية	T	Sig
	B	درجة الخطأ			
ثابت	3.883	0.291	-	13.328	0.000
T1	0.164	0.109	0.179	1.502	0.138

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراء معطيات السابق، وبأستخدام نموذج الإندثار النهائي، تبين أن تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي المتغير التابع، لا تتأثر بصورة جوهرية وذات دلالة إحصائية بالمتغير المستقل والمتمثل في الذكاء الإقتصادي، ويمكن الإستدلال بالقيمة الإحتمالية sig للذكاء الإقتصادي والتي بلغت 0.138 وهي أكبر من

مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على ثبوت معامل الإنحدار للذكاء الإقتصادي البالغ 0.164 عند مستوى المعنوية المذكور، وهذا طبعاً يثبت صحة الفرضية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية للذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى دلالة 0.01.

حيث يمكن صياغة نموذج الإنحدار البسيط في المعادلة الرياضية التالية"

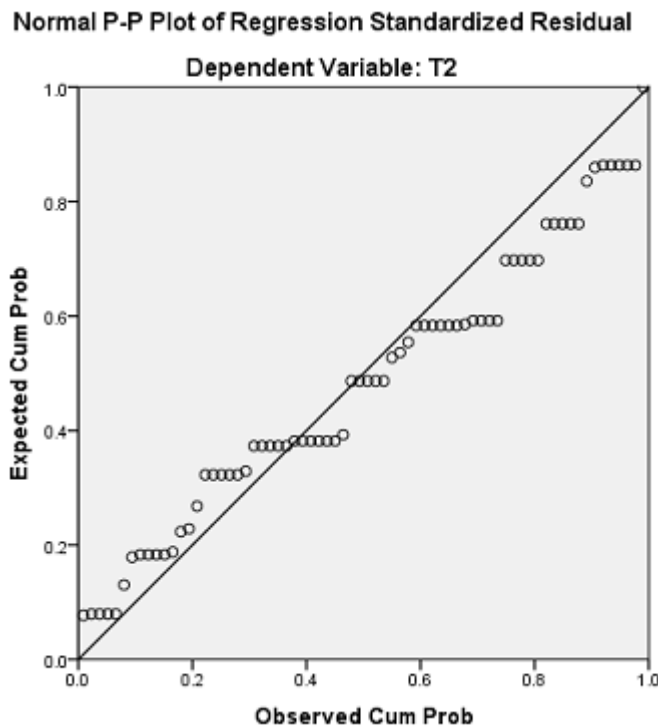
$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1}$$

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة = 0.164 + 3.883 الذكاء الإقتصادي

$$\beta_0 = 3.883 \text{ حيث}$$

$$\beta_1 = 0.164$$

الشكل رقم (1.5): منحنى الإنحدار الخطي البسيط



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

الشيء الملاحظ فعلاً من الشكل السابق، هو أن النقاط تقريبا ليست على خط واحد أي أنها متشتتة، وهذا غير ملائم للإنحدار، وهو دليل قاطع على عدم وجود علاقة تأثير قوية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

أولاً: إختبار الفرضية الفرضية الأولى: والتي مفادها ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، عند مستوى معنوية 0.01.

الجدول رقم (34.5): تحليل التباين للأنحدار الخطي البسيط لتأثير اليقظة الإستراتيجية على تنافسية المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة لولاية قالمة.

Durbin-Watson	تقدير الخطأ	R مربع المعدل	R مربع	النموذج R
1.811	0.63967	0.019	0.033	1.182a

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراء لبيانات الجدول السابق، نجد أن تحليل الإنحدار الخطي البسيط يظهر لنا بأن معامل التحديد R مربع قد بلغ 0.033، وهي قيمة ضعيفة جداً، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل المتمثل في اليقظة الإستراتيجية من تغيرات قد تطرأ على المتغير التابع، أي أن نسبة تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع، وبعبارة أخرى فإن نسبة 3.3% من التباين في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، تم تفسيرها بالتغير في المتغير المستقل (اليقظة الإستراتيجية)، من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية والتي هي نسبة كبيرة جداً، قد ترجع إلى عوامل أخرى قد تعمل على التأثير في المتغير التابع.

كما يمكن القول بأن اليقظة الإستراتيجية تساهم في تفسير 3.3% من هذا النموذج، وهي نسبة صغيرة، تدل على أن اليقظة الإستراتيجية كبعد من أبعاد المتغير المستقل لم يعتمد بصورة كبيرة ومطلقة في هذه المؤسسات محل الدراسة، وأن خطأ التقدير قيمته 0.63967، وكلما كانت قيمته قريبة من الصفر كان ذلك أفضل.

الجدول رقم (35.5): تحليل Anova.

Sig	F	مربع	درجات الحرية	مجموع المربعات	النموذج
0.132b	2.330	0.954	1	0.954	الإنحدار
		409.	68	27.824	البواقي
			69	28.777	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

بناء على ما ورد في الجدول السابق، يمكن القول أن تحليل الإنحدار الموضحة فيه تظهر بأن معامل التحديد 0.019، وهي قيمة منخفضة جداً، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل اليقظة الإستراتيجية من تغيرات تطرأ على المتغير التابع، أي بعبارة أخرى نسبة تفسير المتغيرات المستقلة للمتغير التابع، أي أن نسبة 1.9% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية

قلمة) تم تفسيره بالتغير في اليقظة الإستراتيجية من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية 98% وهي نسبة كبيرة يعزى تفسيرها إلى عوامل أخرى محيطية بيئة هذه المؤسسات، ولم تؤخذ بعين الإعتبار في هيكل دراستنا.

نلاحظ أيضا من بيانات هذا الجدول، أن قيمة F المحسوبة تساوي 2.330 وهي أقل من قيمة F الجدولية البالغة 2.718 عند مستوى دلالة 0.01، وهذا يدل على عدم وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بن تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية قلمة واليقظة الإستراتيجية، مما يؤدي بقبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

الجدول رقم (36.5): المعاملات

Sig	T	معاملات معيارية	معاملات غير معيارية		النموذج
			B	درجة الخطأ	
0.000	15.529	-	3.936	0.253	ثابت
0.132	1.527	0.182	0.156	0.102	اليقظة الإستراتيجية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراء لمعطيات السابق، وبأستخدام نموذج الإنحدار النهائي، تبين أن تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي المتغير التابع، لا تتأثر بصورة جوهرية وذات دلالة إحصائية بالمتغير المستقل والمتمثل في اليقظة الإستراتيجية كأحد أبعاد الذكاء الإقتصادي، ويمكن الإستدلال بالقيمة الإحتمالية sig للذكاء الإقتصادي والتي بلغت 0.132 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على ثبوت معامل الإنحدار للذكاء الإقتصادي البالغ 0.156 عند مستوى المعنوية المذكور، وهذا طبعا يثبت صحة الفرضية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لبعده اليقظة الإستراتيجية وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى دلالة 0.01.

حيث يمكن صياغة نموذج الإنحدار البسيط في المعادلة الرياضية التالية"

$$Y_{\wedge i} = \beta^{\wedge 0} + \beta^{\wedge 1} X_{i1}$$

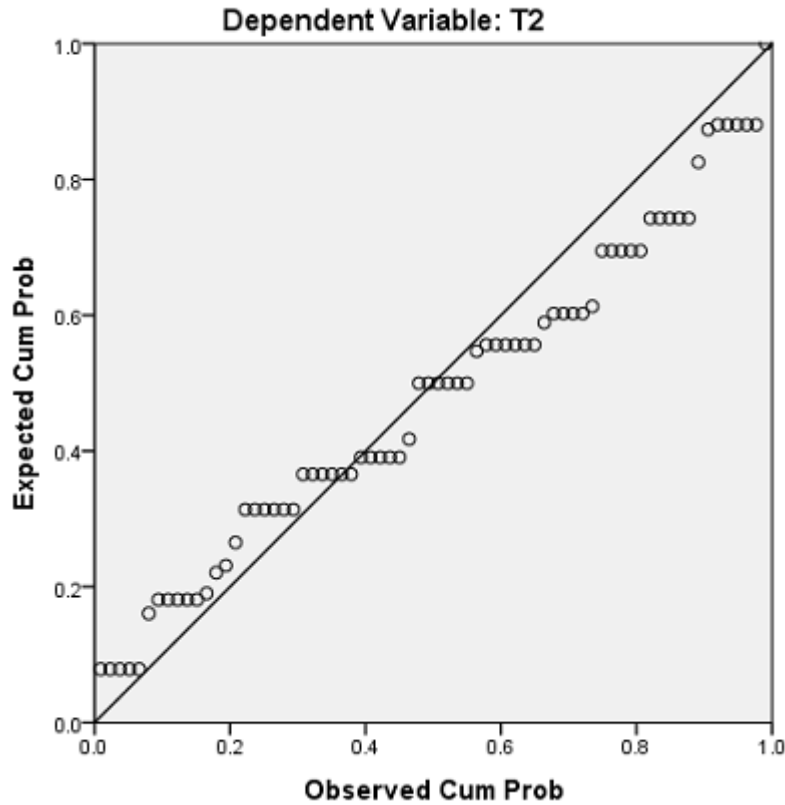
تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة = 3.936 + 0.156 بعد اليقظة الإستراتيجية

$$\text{حيث } \beta^{\wedge 0} = 3.936$$

$$\beta^{\wedge 1} = 0.156$$

الشكل رقم (2.5): منحنى الأنحدار الخطي البسيط

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

الشيء الملاحظ فعلا من الشكل السابق، هو أن النقاط تقريبا ليست على خط واحد أي أنها متشتتة، وهذا غير ملائم للإنحدار، وهو دليل قاطع على عدم وجود علاقة تأثير قوية بين المتغير المستقل والمتغير التابع. ثانيا: إختبار الفرضية الفرضية الثانية: والتي مفادها ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لأنشطة الحماية في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، عند مستوى معنوية 0.01.

الجدول رقم (37.5): تحليل التباين للأنحدار الخطي البسيط لتأثير أنشطة الحماية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالمة.

النموذج	R	R مربع	R المعدل	تقدير الخطأ	Durbin-Watson
1	0.205a	0.042	0.028	0.63670	1.780

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراء لبيانات الجدول السابق، نجد أن تحليل الإنحدار الخطي البسيط يظهر لنا بأن معامل التحديد R مربع قد بلغ 0.042، وهي قيمة ضعيفة جدا، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل المتمثل

في أنشطة الحماية من تغيرات قد تطرأ على المتغير التابع، أي أن نسبة تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع، وبعبارة أخرى فإن نسبة 4.2% من التباين في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، تم تفسيرها بالتغير في بعد المتغير المستقل (أنشطة الحماية)، من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية والتي هي نسبة كبيرة جدا، قد ترجع إلى عوامل أخرى قد تعمل على التأثير في المتغير التابع.

كما يمكن القول بأن أنشطة الحماية تساهم في تفسير 4.2% من هذا النموذج، وهي نسبة صغيرة، تدل على أن أنشطة الحماية كبعد من أبعاد المتغير المستقل لم يعتمد بصورة كبيرة ومطلقة في هذه المؤسسات محل الدراسة، وأن خطأ التقدير قيمته 0.63670، وكلما كانت قيمته قريبة من الصفر كان ذلك أفضل.

الجدول رقم (38.5): تحليل Anova.

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع	F	Sig
الإنحدار	1.211	1	1.211	2.987	0.088b
البواقي	27.566	68	0.405		
المجموع	28.777	69			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

بناء على ما ورد في الجدول السابق، يمكن القول أن تحليل الإنحدار الموضحة فيه تظهر بأن معامل التحديد 0.028، وهي قيمة منخفضة جدا، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل أنشطة الحماية من تغيرات تطرأ على المتغير التابع، أي بعبارة أخرى نسبة تفسير المتغيرات المستقلة للمتغير التابع، أي أن نسبة 2.8% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة) تم تفسيره بالتغير في أنشطة الحماية من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية 97% وهي نسبة كبيرة يعزى تفسيرها إلى عوامل أخرى محيطة ببيئة هذه المؤسسات، ولم تؤخذ بعين الاعتبار في هيكل دراستنا.

نلاحظ أيضا من بيانات هذا الجدول، أن قيمة F المحسوبة تساوي 2.987 وهي أكبر من قيمة F الجدولية البالغة 2.718 عند مستوى دلالة 0.01، وهذا يدل على وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية قالمة واليقظة الإستراتيجية، مما يؤدي برفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة.

الجدول رقم (39.5): المعاملات

Sig	T	معاملات معيارية	معاملات غير معيارية		النموذج
			درجة الخطأ	B	
0.000	16.399	-	0.239	3.914	ثابت
0.088	1.728	0.205	0.096	0.167	أنشطة الحماية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراءا لمعطيات السابق، وبأستخدام نموذج الإنحدار النهائي، تبين أن تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي المتغير التابع، لا تتأثر بصورة جوهرية وذات دلالة إحصائية بالمتغير المستقل والمتمثل في أنشطة الحماية كأحد أبعد الذكاء الإقتصادي، ويمكن الإستدلال بالقيمة الإحتمالية sig للذكاء الإقتصادي والتي بلغت 0.088 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على ثبوت معامل الإنحدار للذكاء الإقتصادي البالغ 0.167 عند مستوى المعنوية المذكور، وهذا طبعا يثبت صحة الفرضية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لبعدها أنشطة الحماية وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى دلالة 0.01.

حيث يمكن صياغة نموذج الإنحدار البسيط في المعادلة الرياضية التالية"

$$Y_{i1} = \beta^0 + \beta^1 X_{i1}$$

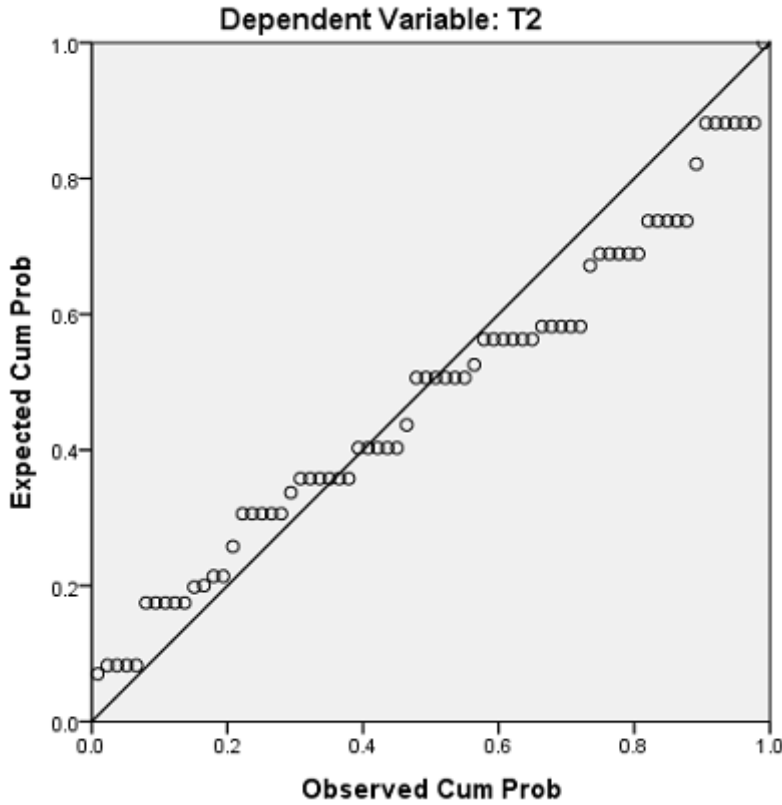
تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة = 3.914 + 0.167 بعد أنشطة الحماية

$$\text{حيث } \beta^0 = 3.914$$

$$\beta^1 = 0.167$$

الشكل رقم (3.5): منحنى الأنحدار الخطي البسيط

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

الشيء الملحوظ فعلا من الشكل السابق، هو أن النقاط تقريبا ليست على خط واحد أي أنها متشتتة، وهذا غير ملائم للإنحدار، وهو دليل قاطع على عدم وجود علاقة تأثير قوية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

ثالثا: إختبار الفرضية الفرضية الثالثة: والتي مفادها ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية للتأثير في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، عند مستوى معنوية 0.01.

الجدول رقم (40.5): تحليل التباين للأنحدار الخطي البسيط لتأثير أنشطة التأثير على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالمة.

المصدر	R	R مربع	R المعدل	تقدير الخطأ	Durbin-Watson
1	0.102a	0.010	-0.004	0.64712	1.904

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراء لبيانات الجدول السابق، نجد أن تحليل الإنحدار الخطي البسيط يظهر لنا بأن معامل التحديد R مربع قد بلغ 0.010، وهي قيمة ضعيفة جدا، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل المتمثل في التأثير من تغيرات قد تطرأ على المتغير التابع، أي أن نسبة تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع، وبعبارة أخرى فإن نسبة 1% من التباين في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، تم تفسيرها بالتغير في بعد المتغير المستقل (التأثير)، من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية والتي هي نسبة كبيرة جدا، قد ترجع إلى عوامل أخرى قد تعمل على التأثير في المتغير التابع.

كما يمكن القول بأن التأثير تساهم في تفسير 1% من هذا النموذج، وهي نسبة صغيرة، تدل على أن التأثير كبعد من أبعاد المتغير المستقل لم يعتمد بصورة كبيرة ومطلقة في هذه المؤسسات محل الدراسة، وأن خطأ التقدير قيمته 0.64712، وكلما كانت قيمته قريبة من الصفر كان ذلك أفضل.

الجدول رقم (41.5): تحليل Anova.

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	R مربع	F	Sig
الإنحدار	0.302	1	0.302	0.720	0.399b
البواقي	28.476	68	0.419		
المجموع	28.777	69			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستهبان ومخرجات SPSS.

بناء على ما ورد في الجدول السابق، يمكن القول أن تحليل الإنحدار الموضحة فيه تظهر بأن معامل التحديد R مربع المعدل قد بلغ -0.004، وهي قيمة سالبة، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل أنشطة الحماية من تغيرات تطرأ على المتغير التابع، أي بعبارة أخرى نسبة تفسير المتغيرات المستقلة للمتغير التابع، أي أن نسبة 0.4% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة) تم تفسيره بالتغير العكسي في التأثير من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية وهي نسبة كبيرة يعزى تفسيرها إلى عوامل أخرى محيطية ببيئة هذه المؤسسات، ولم تؤخذ بعين الإعتبار في هيكل دراستنا.

نلاحظ أيضا من بيانات هذا الجدول، أن قيمة F المحسوبة تساوي 0.720 وهي أقل من قيمة F الجدولية البالغة 2.718 عند مستوى دلالة 0.01، وهذا يدل على عدم وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية قالمة والتأثير، مما يؤدي بقبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

الجدول رقم (42.5): المعاملات

Sig	T	معاملات معيارية	معاملات غير معيارية		النموذج
			درجة الخطأ	B	
0.000	17.371	-	0.237	4.115	ثابت
0.399	0.849	0.102	0.086	0.073	التأثير

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراءا لمعطيات السابق، وبأستخدام نموذج الإنحدار النهائي، تبين أن تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي المتغير التابع، لا تتأثر بصورة جوهرية وذات دلالة إحصائية ببعده المتغير المستقل والمتمثل في التأثير كأحد أبعاد الذكاء الإقتصادي، ويمكن الإستدلال بالقيمة الإحتمالية sig للذكاء الإقتصادي والتي بلغت 0.399 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على ثبوت معامل الإنحدار للذكاء الإقتصادي البالغ 0.073 عند مستوى المعنوية المذكور، وهذا طبعاً يثبت صحة الفرضية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لبعده أنشطة الحماية وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، عند مستوى دلالة 0.01.

حيث يمكن صياغة نموذج الإنحدار البسيط في المعادلة الرياضية التالية"

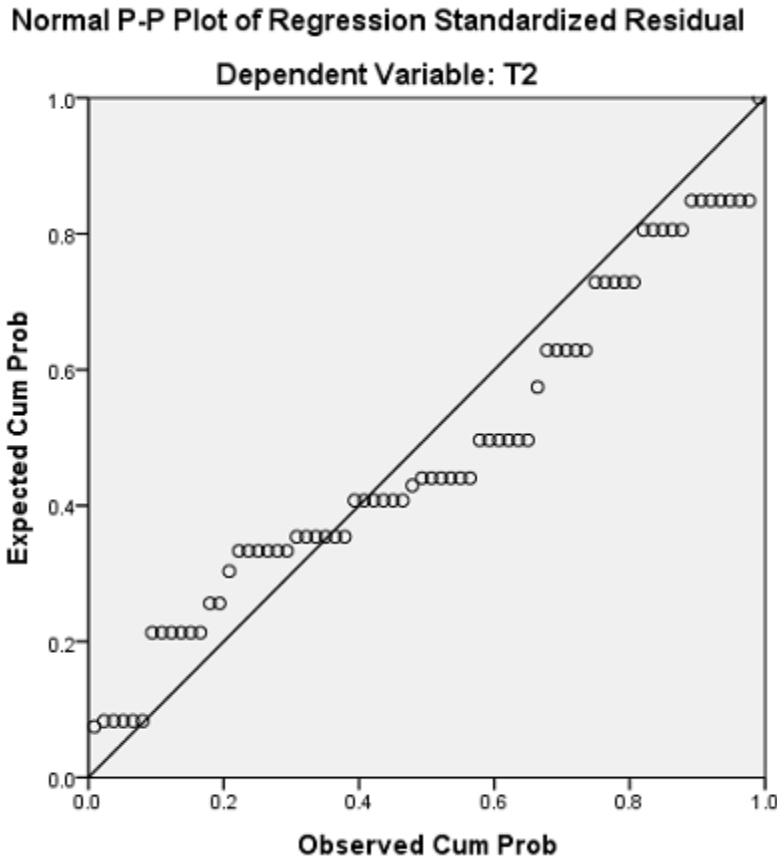
$$Y_i = \beta^0 + \beta^1 X_{i1}$$

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة = 4.115 + 0.073 بعد أنشطة الحماية

$$4.115 = \beta^0 \text{ حيث}$$

$$0.073 = \beta^1$$

الشكل رقم (4.5): منحني الأنحدار الخطي البسيط



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

الشيء الملاحظ فعلا من الشكل السابق، هو أن النقاط تقريبا ليست على خط واحد أي أنها متشتتة، وهذا غير ملائم للإنحدار، وهو دليل قاطع على عدم وجود علاقة تأثير قوية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

رابعا: إختبار الفرضية الفرضية الرابعة: والتي مفادها ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لأنشطة الضغط في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالة، عند مستوى معنوية 0.01.

الجدول رقم (4.5): تحليل التباين للأنحدار الخطي البسيط لتأثير أنشطة الضغط على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية قالة.

النموذج	R	R مربع	R مربع المعدل	تقدير الخطأ	Durbin-Watson
1	0.072a	0.005	-0.009	0.64886	1.878

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراء لبيانات الجدول السابق، نجد أن تحليل الإنحدار الخطي البسيط يظهر لنا بأن معامل التحديد R مربع قد بلغ 0.072، وهي قيمة ضعيفة جدا، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل المتمثل في أنشطة الضغط من تغيرات قد تطرأ على المتغير التابع، أي أن نسبة تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع، وبعبارة أخرى فإن نسبة 7.2% من التباين في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه، تم تفسيرها بالتغير في بعد المتغير المستقل (أنشطة الضغط)، من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية والتي هي نسبة كبيرة جدا، قد ترجع إلى عوامل أخرى قد تعمل على التأثير في المتغير التابع.

كما يمكن القول بأن التأثير تساهم في تفسير 7.2% من هذا النموذج، وهي نسبة صغيرة، تدل على أن التأثير كبعد من أبعاد المتغير المستقل لم يعتمد بصورة كبيرة ومطلقة في هذه المؤسسات محل الدراسة، وأن خطأ التقدير قيمته 0.64886، وكلما كانت قيمته قريبة من الصفر كان ذلك أفضل.

الجدول رقم (44.5): تحليل Anova.

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	R مربع	F	Sig
الإنحدار	0.148	1	0.148	0.351	0.555b
البواقي	28.630	68	0.421		
المجموع	28.777	69			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

بناء على ما ورد في الجدول السابق، يمكن القول أن تحليل الإنحدار الموضحة فيه تظهر بأن معامل التحديد R مربع المعدل قد بلغ -0.009، وهي قيمة سالبة، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل أنشطة الحماية من تغيرات تطرأ على المتغير التابع، أي بعبارة أخرى نسبة تفسير المتغيرات المستقلة للمتغير التابع، أي أن نسبة 0.9% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه) تم تفسيره بالتغير العكسي في أنشطة الضغط من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية وهي نسبة كبيرة يعزى تفسيرها إلى عوامل أخرى محيطية ببيئة هذه المؤسسات، ولم تؤخذ بعين الإعتبار في هيكل دراستنا.

نلاحظ أيضا من بيانات هذا الجدول، أن قيمة F المحسوبة تساوي 0.351 وهي أقل من قيمة F الجدولية البالغة 2.718 عند مستوى دلالة 0.01، وهذا يدل على عدم وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية قالمه وأنشطة الضغط، مما يؤدي بقبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

الجدول رقم (45.5): المعاملات

Sig	T	معاملات معيارية	معاملات غير معيارية		النموذج
			درجة الخطأ	B	
0.000	13.720	-	0.301	4.133	ثابت
0.555	0.593	0.072	0.100	0.059	التأثير

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

إستقراءا لمعطيات السابق، وبأستخدام نموذج الإنحدار النهائي، تبين أن تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي المتغير التابع، لا تتأثر بصورة جوهرية وذات دلالة إحصائية ببعده المتغير المستقل والمتمثل في أنشطة الضغط كأحد أبعاد الذكاء الإقتصادي، ويمكن الإستدلال بالقيمة الإحتمالية sig للذكاء الإقتصادي والتي بلغت 0.555 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على ثبوت معامل الإنحدار للذكاء الإقتصادي البالغ 0.059 عند مستوى المعنوية المذكور، وهذا طبعا يثبت صحة الفرضية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لبعده أنشطة الضغط وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، عند مستوى دلالة 0.01.

حيث يمكن صياغة نموذج الإنحدار البسيط في المعادلة الرياضية التالية"

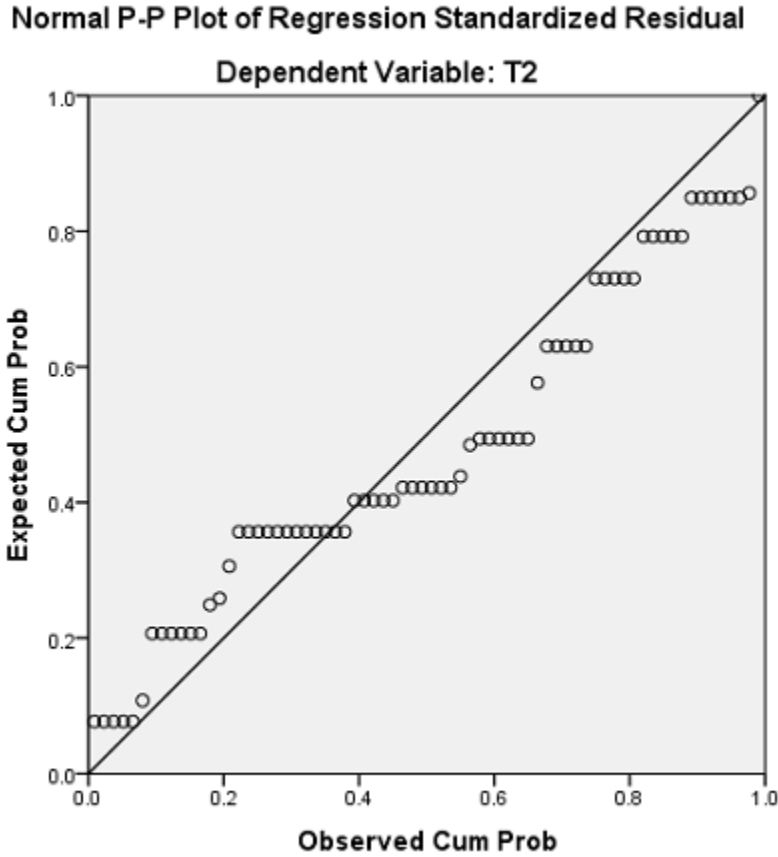
$$Y_{i1} = \beta^0 + \beta^1 X_{i1}$$

تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة = 4.133 + 0.059 بعد أنشطة الضغط

$$\text{حيث } \beta^0 = 4.133$$

$$\beta^1 = 0.059$$

الشكل رقم (5.5): منحنى الأنحدار الخطي البسيط



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

الشيء الملاحظ فعلا من الشكل السابق، هو أن النقاط تقريبا ليست على خط واحد أي أنها متشتتة، وهذا غير ملائم للإنحدار، وهو دليل قاطع على عدم وجود علاقة تأثير قوية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

4.5.5. إختبار الفرضية الرئيسية الرابعة

إن الفرضية الرئيسية الرابعة مضمونها أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى للخصائص الديموغرافية (الجنس، السن، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، الخبرة)، وتنبثق من هذه الفرضية الرئيسية الرابعة جملة من الفرضيات الفرعية الآتية:

- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس.

- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير السن.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الخبرة.

أولاً: تحليل الفرضية الفرعية الأولى: التي تنص على أن لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس، ولإختبار هذه الفرضية تم إستخدام إختبار t للفرق بين متوسطي آراء أفراد العينة حول محاور الدراسة، حيث سيتم دراسة الفروق التي تعزى إلى متغير الجنس، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (46.5): إختبار العينات المستقل

إختبار t للمساواة بين الوسائل			إختبار ليفين للمساواة في الفروق		
Sig	Df	T	Sig	F	
0.453	68	0.755	0.998	0.000	افتراض الفروق المتساوية للمتغير المستقل
0.541	4.465	0.661			افتراض الفروق غير المتساوية للمتغير المستقل
0.008	68	-2.749	0.000	26.093	افتراض الفروق المتساوية للمتغير التابع
0.392	4.036	-0.958			افتراض الفروق غير المتساوية للمتغير التابع

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول السابق، أن قيمة t المحسوبة بالنسبة للمحور الأول (أبعاد الذكاء الإقتصادي) بلغت 0.755 وهي أقل من قيمة t الجدولية المقدره بـ 2.660، وأن القيمة الإحتمالية sig بلغت 0.998، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث).

أن قيمة t المحسوبة بالنسبة للمحور الثاني (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) بلغت -2.749 وهي أقل من قيمة t الجدولية المقدره ب 2.660 ، وأن القيمة الإحتمالية sig بلغت 0.008 ، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.01 ، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الرابعة.

ثانياً: إختبار الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير السن، ولإختبار هذه الفرضية تم إستخدام F للفرق بين متوسطي آراء أفراد العينة حول محاور الدراسة، عند مستوى دلالة 0.01 ، والنتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (47.5): إختبار Anova

Sig	F	المربع	درجة الحرية	مجموع المربعات	بين المجموعات	المحور
0.076	2.675	1.273	2	5.545	بين المجموعات	الأول
		0.476	67	31.880	داخل المجموعات	
			69	34.426	المجموع	
0.02	6.763	2.417	2	4.834	بين المجموعات	الثاني
		0.357	67	23.944	داخل المجموعات	
			69	28.777	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستهبيان ومخرجات SPSS.

تأسيساً على ماسبق، وبإستخدام إختبار Anova وهو إختبار تحليل التباين الأحادي، وتبين بعد مقارنة المتوسطات عن طريق إختبار F لجميع متغيرات الدراسة الخاصة بالمحورين الأول والثاني المحسوبة وهي أكبر من قيمة F الجدولية وأن القيمة الإحتمالية sig وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01 ، ومن ثم فإنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين للدراسة حول هذه المتغيرات تعزى لمتغير السن، مما يعني أنه يوجد إختلاف، وهذا يثبت الفرضية الفرعية الثانية القائلة بأنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير السن، عند مستوى معنوية 0.01 ، والجدول الموالي يوضح لصالح من هذه الفروق.

الجدول رقم (48.5): الفروقات في المحور الثاني

فرق المتوسط (i-j)	السن (j)	السن (i)
0.53424-	ما بين 30-40	ما بين 20-30
0.10985-	ما بين 40-50	ما بين 20-30
053424.-	ما بين 20-30	ما بين 30-40
064409.-	ما بين 40-50	ما بين 30-40
0.10985	ما بين 20-30	ما بين 40-50
0.64409	ما بين 30-40	ما بين 40-50

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

ثالثاً: إختبار الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على أن لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المسمى الوظيفي (مدير، مساعد مدير، رئيس قسم وعون إدارة)، عند مستوى دلالة 0.01، والجدول الموالي يوضح نتائج ذلك:

الجدول رقم (49.5): إختبار Anova

Sig	F	المربع	درجة الحرية	مجموع المربعات	بين المجموعات	المحور
0.266	1.349	0.663	3	1.989	بين المجموعات	الأول
		0.491	66	32.237	داخل المجموعات	
			69	34.426	المجموع	
0.009	4.202	1.538	3	4.615	بين المجموعات	الثاني
		0.366	66	24.162	داخل المجموعات	
			69	28.777	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

تأسيسا على ماسبق، وباستخدام إختبار Anova وهو إختبار تحليل التباين الأحادي، وتبين بعد مقارنة المتوسطات عن طريق إختبار F لجميع متغيرات الدراسة الخاصة بالمحورين الأول والثاني المحسوبة وهي أكبر من قيمة F الجدولية وأن القيمة الإحتمالية sig وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، ومن ثم فإنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين للدراسة حول هذه المتغيرات تعزى لمتغير السن، مما يعني أنه يوجد إختلاف، وهذا يثبت الفرضية الفرعية الثالثة القائلة بأنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات

المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المسمى الوظيفي (مدير، مساعد مدير، رئيس قسم وعون إدارة)، عند مستوى معنوية 0.01، والجدول الموالي يوضح لصالح من هذه الفروق.

الجدول رقم (50.5): الفروقات في المحور الثاني

المتغير التابع	الوظيفة (i)	الوظيفة (j)	فرق المتوسط (i-j)
المحور الثاني	مدير	مساعد مدير	0.87879
		رئيس قسم	0.89394
		عون إدارة	0.67201
مساعد مدير	مدير	مدير	0.87879-
		رئيس قسم	0.01515-
		عون إدارة	0.20677-
رئيس قسم	رئيس قسم	مدير	0.89394-
		مساعد مدير	0.01515-
		عون إدارة	0.22193-
عون إدارة	مدير	مدير	0.20677-
		مساعد مدير	0.20677
		رئيس قسم	0.22193-

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول السابق، ان الفروق بين وظيفتين مساعد مدير ورئيس قسم ولصالح رئيس قسم، وبين الوظيفتين رئيس قسم وعون إدارة ولصالح رئيس قسم، وبين الوظيفتين مدير وعون إدارة ولصالح عون إدارة، وهذا يعني أن أفراد العينة بوظيفة رئيس قسم وعون إدارة لا يوافقون على المحور الثاني تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل يفوق ما يعتقد أفراد العينة بوظيفة مدير ومساعد مدير.

رابعا: إختبار الفرضية الفرعية الرابعة: والتي تنص على أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، عند مستوى دلالة 0.01، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (51.5): إختبار Anova

Sig	F	المربع	درجة الحرية	مجموع المربعات		
0.306	1.206	0.598	2	1.196	بين المجموعات	المحور الأول
		0.496	67	33.230	داخل المجموعات	
			69	34.426	المجموع	
0.189	1.709	0.698	2	1.397	بين المجموعات	المحور الثاني
		0.409	67	27.381	داخل المجموعات	
			69	28.777	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الاستبيان ومخرجات SPSS.

تأسيسا على ماسبق، وباستخدام إختبار Anova وهو إختبار تحليل التباين الأحادي، وتبين بعد مقارنة المتوسطات عن طريق إختبار F لجميع متغيرات الدراسة الخاصة بالمحورين الأول والثاني المحسوبة وهي أكبر من قيمة F الجدولية وأن القيمة الإحتمالية sig ب وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، ومن ثم فإنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين للدراسة حول هذه المتغيرات تعزى لمتغير السن، مما يعني أنه يوجد إختلاف، وهذا يثبت الفرضية الفرعية الرابعة القائلة بأنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، عند مستوى معنوية 0.01.

خامسا: إختبار الفرضية الفرعية الخامسة: والتي تنص على أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الخبرة، ولإختبار هذه الفرضية تم استخدام إختبار t للفرق بين متوسطي آراء أفراد العينة حول محاور الدراسة، حيث سيتم دراسة الفروق التي تعزى إلى متغير الخبرة، وعند مستوى معنوية 0.01، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (52.5): إختبار العينات المستقلة

اختبار t للمساواة بين الوسائل			اختبار ليفين للمساواة في الفروق		
Sig	Df	T	Sig	F	
0.028	68	2.245	0.000	22.138	افتراض الفروق المتساوية للمتغير المستقل
0.027	54.256	2.281			افتراض الفروق غير المتساوية للمتغير المستقل
0.092	68	1.711-	0.684	0.167	افتراض الفروق المتساوية للمتغير التابع
0.099	47.396	1.681-			افتراض الفروق غير المتساوية للمتغير التابع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الإستبيان ومخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول السابق، أن قيمة t المحسوبة بالنسبة للمحور الأول (أبعاد الذكاء الإقتصادي) بلغت 2.245 وهي أقل من قيمة t الجدولية المقدره بـ 2.660، وأن القيمة الإحتمالية sig بلغت 0.028، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الخبرة، وأن قيمة t المحسوبة بالنسبة للمحور الثاني (تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) بلغت 1.711 وهي أقل من قيمة t الجدولية المقدره بـ 2.660، وأن القيمة الإحتمالية sig بلغت 0.092، وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.01، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الخبرة، وهو ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية لدور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة تعزى لمتغير الخبرة.

ساحدا: ملخص لأختبار صحة فرضيات الدراسة: سنعرض في الجدول الموالي ملخص تفصيلي لفرضيات الدراسة الرئيسية الخمس التي قمنا بوضعها مع فرضياتها الفرعية:

الجدول رقم (53.5): ملخص إختبار فرضيات الدراسة

الفرضية	القبول/الرفض
الفرضية الرئيسية الأولى	
لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة منهج الذكاء الاقتصادي	قبول
الفرضيات الفرعية التابعة للفرضية الرئيسية الأولى	
لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد اليقظة الإستراتيجية.	قبول
لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد أنشطة الحماية.	قبول
لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد التأثير.	قبول
لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة بعد أنشطة الضغط.	
الفرضية الرئيسية الثانية	
لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة	قبول
الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية	
لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.	قبول
لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الحماية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.	قبول
لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين التأثير وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.	قبول
الفرضية الرئيسية الثالثة	
لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية للذكاء الإقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة	قبول
الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثالثة	
ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لليقظة الإستراتيجية في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.	قبول
ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لأنشطة الحماية في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.	قبول
ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية للتأثير في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.	قبول
ليس هناك تأثير ذا دلالة إحصائية لأنشطة الضغط في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة.	قبول
الفرضية الرئيسية الرابعة	
لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات المبحوثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز	قبول

	تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى للخصائص الديموغرافية (الجنس، السن، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، الخبرة).
	الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الرابعة
قبول	لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس.
قبول	لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير السن.
قبول	لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.
قبول	لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي.
قبول	لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إستجابات الباحثين حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة محل الدراسة تعزى لمتغير الخبرة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما ورد من معطيات

5.5.5. حوصلة لنتائج الدراسة الإحصائية

سنحاول في هذه النقطة التطرق إلى مناقشة نتائج الدراسة الميدانية، وذلك إنطلاقاً من النتائج المتوصل إليها بإختبار برنامج Spss، وبعد تحليل فرضيات الدراسة الأربع الرئيسية مع فرضياتهم الفرعية، وتحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة، يمكن عرض حوصلة لأهم نتائجها في النقاط التالية:

- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة الباحثين عدم تطبيق أبعاد الذكاء الإقتصادي بشكل كبير من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وهذا يدل على عدم إتباع هذه المؤسسات لإستراتيجية فعالة تسمح لها بمعرفة بيئتها الداخلية والخارجية، وبالتالي عدم وضوح رؤيتها للأسواق المحلية والدولية، مما يدل على صحة الفرضية الرئيسية الأولى القائلة بعدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة لمنهج الذكاء الاقتصادي، وهذا يعني أن هذه المؤسسات لم ترقى بعد إلى درجة كبيرة من التنافسية، والتي تستطيع من خلالها الإبقاء على مكانتها في السوق، ولما لا وحتى توسيعها.
- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة الباحثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة لبعد اليقظة الإستراتيجية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.

- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة لبعد أنشطة الحماية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.
- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة لبعد التأثير، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.
- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة لبعد أنشطة الضغط، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي مجتمعة ومنفردة وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الحماية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد التأثير الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الضغط وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي مجتمعة ومنفردة وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الحماية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد التأثير وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الضغط وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي مجتمعة ومنفردة وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، تعزى للخصائص الديموغرافية (الجنس، السن، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، الخبرة)، وذلك حسب إجابات أفراد العينة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، تعزى لمتغير الجنس، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، تعزى لمتغير السن، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، تعزى لمتغير المسمى

الوظيفي، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، تعزى المؤهل العلمي، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة، تعزى للخصائص لمتغير الخبرة وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الخامسة التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

خلاصة الفصل

لقد قمنا في هذا الفصل بمحاولة لأسقاط الجانب النظري من الدراسة حول دور الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر على ولاية قالمة، فبالرغم من الإمكانيات المعتبرة التي تتوفر عليها الولاية، والتعداد المعتبر لهذه المؤسسات على مستوى الولاية، الأمر الذي يسمح للولاية بأن تكون قطبا صناعيا وأرضية خصبة لإقامة المشروعات الاستثمارية بهدف النهوض بالولاية وبتنميتها المحلي، خاصة عندما نلاحظ المساهمة المعتبرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توفير مناصب شغل للعاطلين عن العمل، وتواجد هذه المؤسسات أيضا في مختلف القطاعات الإقتصادية، وهذا يعني أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تغطي بصورة كافية إحتياجات الولاية.

ومن خلال الدراسة الإحصائية التي قمنا بها، والتي حاولنا من خلالها التطرق إلى وضع ومكانة الذكاء الإقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة ومدى دورها في تعزيز تنافسيته، على إعتبار أن الذكاء الإقتصادي والذي يركز على المعلومة الإستراتيجية أصبحت هي التحدي الرئيسي الذي يواجه المؤسسات الإقتصادية بشكل عام سواء أكانت مؤسسات كبيرة أو مؤسسات صغيرة ومتوسطة، خاصة في ظل إحتدام المنافسة من جهة لكثرة عدد هذه المؤسسات بناء على الإحصائيات الواردة لنا من مديرية الصناعة

والمناجم، ومن جهة ثانية التطور السريع والتغيرات المتواصلة في بيئة العمل، ما يستوجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قالمة أن تكون يقظة وحذرة، لضمان بقائها وحفاظها على حصتها السوقية.

ولقد تبين لنا من خلال نتائج الدراسة الإحصائية أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمة لا تطبق مفهوم الذكاء الإقتصادي على مستواها، بل وحتى لا تعي هذا المفهوم، والذي يعتبر من المفاهيم المبهمة، والتي لم تدخل بعد إلى قاموسها، الأمر الذي يستوجب ضرورة التأكيد على أهمية هذا النظام، خاصة وكما أسلفنا سابقاً، فإن التحديات الراهنة تفرض عليها التأقلم ومجاراة الواقع وإلا كان مصيرها الزوال والفشل.

الخاتمة العامة

تمهيد

في خضم التغيرات الاقتصادية التي شهدتها العالم من ثورة معلوماتية وتكنولوجية هائلة، وتغيرات جوهرية اقتصادية وإجتماعية وسياسية وثقافية، تزايد الاهتمام بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتباره النواة الأولى لتكوين قاعدة اقتصادية متينة، والذي استطاع من خلال هذه التغيرات أن يبرهن على دوره الفعال في ترقية النشاط الاقتصادي، وهذا نظرا لقدرته على الجمع بين التنمية والنمو الاقتصادي والاجتماعي، مما جعل هذه المؤسسات تتبوأ مكانة مهمة في جميع دول العالم بغض النظر عن درجة تطورها وإختلاف أنظمتها ومفاهيمها الاقتصادية وتباين مراحل تحولها الإجتماعية.

ولكن هذه التغيرات المتشابكة الحالية، أصبحت تشكل في مجملها ضغوطا على هذه المؤسسات، فتهدد وجودها واستمرارها، مما دفع بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإعادة التفكير في طريقة أدائها لأعمالها، وطريقة إضافة القيمة لأصحاب المصالح، ولأن هذا العصر يتميز بأنه عصر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، والسعي إلى الحصول على الموارد الأكثر تطورا، انعكس ذلك على طبيعة الممارسات الإدارية والعلاقات التنظيمية، حيث بات من الضروري البحث عن الطرق الفعالة لبلوغ التفوق التنافسي، وظهور الحاجة إلى التنبؤ بالمستقبل الذي يتميز بعدم التأكد، وأصبح أكبر تحدي تواجهه هذه المؤسسات اليوم هو البحث عن المعلومة و التحكم في تسييرها التي تعتبر أساس إتخاذ القرارات في المؤسسة، على إعتبار أنها أهم مورد يمكن أن يساهم في خلق ميزة تنافسية لها.

ومن هنا فإن الأمر يستدعي ضرورة البحث عن أداة تحكم وتسيير للمعلومة، لذلك شكل الذكاء الإقتصادي هذه الوسيلة لتحقيق غايات هذه المؤسسات، وأهم نقاط القوة التي تمكنها من التنبؤ بالتغيرات وتطوير بيئتها الداخلية، والتكيف مع البيئة الخارجية وتحقيق أهدافها الإستراتيجية بكفاءة وفعالية قصوى، على إعتباره فلسفة ومنهجية عمل من خلال التحكم في المعلومة الإستراتيجية، وأداة في يدي متخذي القرار وهو ما يؤهلهم إلى العمل على إستغلال المعلومة لتجنب المضار وإستغلال الفرص.

وتعد آلية الذكاء الاقتصادي من أهم النظم الفعالة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي تم ابتكارها في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات لخصوصيتها وأهميتها في توفير المعلومات المفيدة باعتبارها تمثل موردا إستراتيجيتها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تزايد الاهتمام بتطويرها وتنميتها، لا سيما وأن هذه المؤسسات أصبحت تلعب دورا مهما وفعالاً في عملية النهوض بالتنمية الاقتصادية،

وواقع الذكاء الإقتصادي في الجزائر هو واقع أي مفهوم جديد يحاول أن يجد له طريقا وسبيلا لتطبيقه، خاصة مع ظهور بعض البوادر التي باتت تعطي إنطباعا إيجابيا عن بداية إهتمام الدولة بهذا المفهوم الحديث، والتي ترجمت في صورة بعض الملتقيات والندوات العلمية الوطنية والدولية، وكذا بعض المراسيم والقوانين الصادرة التي حاولت ترسيم

هذا المفهوم لدى المشرع الجزائري، بالإضافة إلى إدخال مفهوم الذكاء الإقتصادي كأحد الإختصاصات المدروسة في بعض جامعات الوطن، دونما نسيان إنشاء المجلس الأعلى للذكاء الإقتصادي والذي شكل خطوة مهمة في تطور تطبيق مفهوم الذكاء في الجزائر.

أولاً: نتائج الدراسة النظرية: يمكن إجمالها في النقاط التالية:

- إن اليقظة الإستراتيجية عبارة عن عملية أو مسار معلوماتي، يبدأ من البحث عن المعلومات، تحليلها، وصولاً إلى تفسيرها واستخدامها لإنشاء رؤية عن المحيط الذي تريد فيه المؤسسة فرض وإعلاء مكانتها، بينما يعتبر الذكاء الإقتصادي مجالاً معرفياً حديثاً كان ولا يزال محور العديد من الدراسات، فهو مجموعة من العمليات والإجراءات التي تبدأ من عملية جمع وتحليل ومعالجة ونشر المعلومات المفيدة، والتي تعمل على إتخاذ القرارات الإستراتيجية لمدرء المؤسسات.
- أن لمفهوم التنافسية إختلافات على ثلاث مستويات، فإن كنا ما نعنيه بالتنافسية على مستوى المؤسسة هو القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية، فإن التنافسية على مستوى الصناعة أو القطاع تعني بها قدرة مؤسسات قطاع صناعي معين في بلد ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الإعتماد على الدعم والحماية الدولية، بنما يكمن تعريف التنافسية على مستوى الدولة في مدى قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى دخل أفراده.
- من الصعب وضع تعريف محدد ودقيق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يخفي الإختلافات التي توجد بين أشكالها المختلفة، هذا التعريف الذي يثير إشكالات كبيرة من دولة لأخرى، وهذا راجع أولاً إلى إختلاف الدول من حيث نشاطها الإقتصادي ودرجة نموها، حيث غالباً ما تضع مختلف حكومات وهيئات هذه الدول تعريفات رسمية وإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حتى يسهل تمييزها عن المؤسسات الكبيرة هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد إختلاف الإتجاهات الموضوعية لتعريف هذه المؤسسات، فكل دولة تصنع الإتجاهات التي تجدها مناسبة لهيكلها الإقتصادي والإجتماعي، ما يخلق نوعاً من التباين الشديد في التعريف وبالتالي عدم الوصول إلى تعريف دقيق وشامل محدد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- إن منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحظى بأهمية كبيرة في الجزائر لما لها من دور فعال وكبير في إحداث التنمية الإقتصادية المنشودة، فقد خصصت الدولة الجزائرية لهذه المؤسسات وزارة خاصة بها، كما عملت على إنشاء بعض الهيئات الخاصة والتي هدفها الأساسي دعم هذا القطاع، بسبب خاصية هيكله.

- إن الجزائر كمثيلاتها من دول العالم أدركت هي الأخرى الدور الهام الذي يلعبه الذكاء الإقتصادي، هذا المفهوم الذي بدأ يدخل شيئاً فشيئاً إلى المنظومة المؤسسية في الجزائر، والذي عقدت العديد من المنتقيات، التي حاولت التعرّيج على أهميته، ضف إلى ذلك تبني بعض الجامعات لهذا المفهوم كتخصص علمي يدرس على مستوى الجامعات في طور الماستر، دون نسيان أن الذكاء الإقتصادي يعاني من بعض التحديات الهامة المستوجب مواجهتها بغية الحفاظ عليه وإستمراره في الجزائر.

ثانياً: نتائج الدراسة الإحصائية: من خلال الدراسة الإحصائية التي قمنا بها على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، والتي حاولنا فيها التعرض إلى محاولة معرفة مكانة الذكاء الإقتصادي في هذه المؤسسات والدور الذي يلعبه في تعزيز تنافسيتها، حيث قمنا بإعداد إستبيان وزع على هذه المؤسسات، وبعد القيام بتحليل بيانات الإستبيان المسترجعة، يمكن الخروج بالعديد من النتائج نلخصها كالتالي:

- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة لأبعاد الذكاء الإقتصادي، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية الأولى.
- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة لبعد اليقظة الإستراتيجية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.
- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلم لبعد أنشطة الحماية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.
- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلم لبعد التأثير، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.
- أفرزت إجابات أفراد عينة الدراسة المبحوثين عدم تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلم لبعد أنشطة الضغط، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الأولى.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الحماية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد التأثير الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الضغط وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الثانية.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الحماية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد التأثير وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين بعد أنشطة الضغط وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الثالثة.
- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قلمة، تعزى للخصائص

الديموغرافية (الجنس، السن، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، الخبرة)، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية الرابعة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه، تعزى لمتغير الجنس، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه، تعزى لمتغير السن، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثانية التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه، تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الثالثة التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه، تعزى المؤهل العلمي، وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

- بينت الدراسة الإحصائية عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد الذكاء الإقتصادي وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية قالمه، تعزى للخصائص لمتغير الخبرة وذلك حسب إجابات أفراد العينة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الخامسة التابعة للفرضية الرئيسية الرابعة.

ذاتًا: توصيات ومقترحات الدراسة: بناء على النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، وأيضاً وبناء على مضمون الجانب النظري للدراسة، يمكن تقديم جملة من التوصيات والمقترحات لأصحاب القرار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولما لا وحتى المؤسسات الكبيرة في الجزائر، يمكن إدراجها في النقاط التالية:

- وجوب اعتماد مؤسساتنا الصغيرة والمتوسطة على برامج البحث والتطوير العلمي.
- ضرورة اعتبار المعلومة بمثابة مورد أساسي من قبل أصحاب القرار، وإعطائها نفس قيمة المورد المالي.

- إقامة جملة من الندوات العلمية وبرامج التكوين التي تخص نظام الذكاء الاقتصادي، والتي تهدف إلى التعريف به، وإلزام أصحاب القرار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحضورها بغية الأمام بهذا الموضوع، ومعرفة الطريقة التي يعمل بها.
- ضرورة إنشاء بنك للمعلومات على مستوى الجزائر، تلبية لإحتياجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحتى المؤسسات الكبيرة.
- الإسراع في إنشاء أقطاب تكنولوجية ومجمعات في الجزائر، والهدف منها مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وخلق جو تنافسي يجعلها تستفيد من الخبرات الأجنبية في هذا المجال.
- محاولة تعميم مصطلح اليقظة الإستراتيجية على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، على إعتبار اليقظة من مراحل الذكاء الاقتصادي الأولى.

قائمة المراجع

1. المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب

1. أبو فحم زياد، دور المشاريع الصغيرة في مكافحة الفقر والبطالة في العالم العربي، ثقافة للنشر والتوزيع، الامارات، 2009.
2. أبو قحف عبد السلام، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2010.
3. أحمد مروة ونسيم برهم، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2007.
4. برنوطي سعاد نائف، إدارة الأعمال الصغيرة أبعاد للزيادة، دار وائل للنشر، الأردن، 2007.
5. بن التركي وليد، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، مصر، 2016.
6. بوران سميرة بن عامر، ادارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة، مركز الكتاب الاكاديمي، الاردن، 2016.
7. جبر غريب جبر، دراسة تحليلية للجوانب المالية والمحاسبية في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007.
8. جواد كمال كاظم وكاظم احمد البطاط، الصناعات الصغيرة ودور حاضنات الاعمال في دعمها وتطويرها، دار الايام للنشر والتوزيع، الاردن، 2016.
9. جواد نبيل، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائرية للكتاب ، الجزائر، بدون سنة نشر.
10. حسن صلاح، التطورات والمتغيرات الاقتصادية الدولية دعم وتنمية المشروعات الصغيرة لحل مشاكل البطالة والفقر، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013.
11. حسن صلاح، دعم وتنمية المشروعات الصغيرة لحل مشاكل البطالة والفقر، دار الكتاب الحديث، مصر، 2013.
12. الحسينية سليم إبراهيم، الإدارة بالإبداع، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2009.
13. الحسيني فلاح حسن، ادارة المشروعات الصغيرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2006.
14. الحناوي محمد صالح ومحمد فريد الصحن، مقدمة في المال والأعمال، الدار الجامعية، مصر، 1999.
15. خبابة عبد الله، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.
16. خوني رابع ورقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
17. الراجحي محسن عبد الله، الميزة التنافسية للنشاط السياحي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
18. رحومني أنيس، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في إحداث التنمية الشاملة في إحداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011.

19. رضوان مصطفى أحمد حامد، التنافسية كآلية من آليات العولمة الاقتصادية ودورها في دعم جهود النمو والتنمية في العالم، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2011.
20. زغدار أحمد، المنافسة التنافسية والبدائل الاستراتيجية، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011.
21. سلطاني محمد رشدي، الادارة الاستراتيجية في المنظمات الصغيرة والمتوسطة، دار جليس الزمان، الأردن، 2014.
22. سلمان ميساء حبيب وسمير العبادي، المشروعات الصغيرة وأثرها التنموي، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2015.
23. السلمي علي، ادارة الموارد البشرية والاستراتيجية، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
24. سمحان حسين محمد واحمد عارف العساف، تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة بين التمويل الاسلامي والتقليدي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
25. السيد اسماعيل محمد، نظم المعلومات الادارية لاتخاذ القرارات الإدارية، المكتب العربي الحديث، مصر، دون سنة نشر.
26. السيد سيد عبد القادر، سلسلة ادارة القدرة التنافسية (العولمة، التنافسية ودور الحكومات في الدول النامية)، الجزء الثاني، مطبعة العمرانية للاؤفست، مصر، يناير 1999.
27. الشراوي إسماعيل محمود، أسس دراسة المشروعات الصغيرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
28. الشيمي أشرف عبد الرحمن، إدارة المعرفة ورأس المال الفكري ثروة المنظمات الحقيقية، جامعة القاهرة، مصر، 2013.
29. الصيفي فاطمة عبد اللطيف وآخرون، ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2018.
30. طشطوش هايل عبد المولى، المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2012.
31. العاني مزهر شعبان وآخرون، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
32. عبده فتحي السيد، الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2005.
33. العساف أحمد عارف وآخرون، الأصول العلمية والعملية لإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
34. العطية ماجدة، إدارة المشروعات الصغيرة، الطبعة الخامسة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.
35. علام سمير، إدارة المشروعات الصناعية الصغيرة، مطبعة مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1993.
36. الغالي طاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي ادريس، الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007.
37. الغالي طاهر منصور، ادارة واستراتيجية منظمات الاعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر، الاردن، 2009.
38. غياد كريمة والعياشي زرزار، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
39. فياض محمود أحمد وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
40. قنديل علاء محمد سيد، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، دار الفكر، عمان، 2010.
41. القهيوي ليث عبد الله والوادي بلال محمود، المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

42. كاسب سيد وجمال كمال الدين، المشروعات الصغيرة الفرص والتحديات، مشروع الطرق المؤدية إلى التعليم العالي، جامعة القاهرة، القاهرة، 2000.
43. كاظم كمال وآخرون، المعايير البيئية والقدرة التنافسية للصادرات، دار الايام للنشر والتوزيع، الاردن، 2016.
44. كافي مصطفى يوسف، الابتكار والإبداع التسويقي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
45. كافي مصطفى يوسف، بيئة وتكنولوجية إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
46. كافي مصطفى يوسف، ريادة الاعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
47. كاكي عبد الكريم، الاستثمار الاجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مكتبة حسين العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2013.
48. المحتسب بثينة علي وطالب محمد عوض، التنافسية والتنمية، الجامعة الاردنية، الاردن، 2010.
49. مرسي نبيل محمد، الإدارة الاستراتيجية تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003.
50. النجار تامر فكري، الاقتصاد المعرفي ودوره في تعزيز القدرات التنافسية للصادرات المصرية تجارب عالمية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2017.
51. النجار فايز وعبد الستار محمد علي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
52. نجم نجم عبود، القيادة وإدارة الابتكار، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
53. وفا عبد الباسط، مؤسسات رأس مال المخاطر ودورها في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دار النهضة العربية، مصر، 2001.
54. يسري عبد الرحمان، تنمية الصناعات الصغيرة ومشكلات تمويلها، الدار الجامعية للنشر والطباعة والتوزيع، مصر، 1996.
55. الياسري أكرم محسن والشمري أحمد عبد الله، مفاهيم معاصرة في الادارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة، الجزء السادس، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
56. عنة هالة محمد لبيب، ادارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الادارية، مصر، 2002.

ثانيا: المجالات

1. آري محمد علي، نحو منظور متكامل لمعمارية تقناتية مقترحة لذكاء الأعمال في متاجر المفرد منظور جزئي، مجلة زانكو، المجلد 17، العدد 1، جامعة دهوك، العراق، 2014.
2. الأسرج حسين عبد المطلب، المشروعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التشغيل في الدول العربية، مجلة الباحث، العدد 8، 2010.
3. آل خليفة لبنى علي، التنافسية الدولية ومؤشرات قياسها دراسة حالة ممكلة البحرين، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والادارة، المجلد رقم 28، العدد 1، السعودية، 2014.

4. إيمان محمد احمد، النمط الحالي للصادرات الصناعية ذات القدرة التنافسية في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد38، ربيع 2007.
5. البارودي شيرين بدري توفيق، أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق متطلبات تنمية المشاريع الصغيرة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 39، العراق، 2014.
6. بخوش مديحة، الذكاء الإقتصادي وإدارة المعرفة أوجه العلاقة، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد الثالث، مارس 2016.
7. البدراني إيمان عبد محمد أحمد ، دور الذكاء الإستراتيجي في تحسين جودة الأداء المصرفي بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في عدد من المصارف الأهلية في مدينة الموصل، مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم، العدد 37، جامعة الرافدين للعلوم، العراق، 2016.
8. بدون مؤلف، القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي ومتطلبات الارتقاء، المنظمة الليبية للسياسات والاستراتيجيات، ليبيا، يونيو 2016.
9. بربيش السعيد، مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية-حالة الجزائر-، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني عشر، جامعة بسكرة، 2007.
10. بن حسين ناجي، آفاق الاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد الثاني، جامعة منتوري قسنطينة، 2004.
11. بن جليلي رياض، سياسات تطوير القدرة التنافسية، جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد 83، ماي 2009.
12. بن جواد مسعود وحمزة طيوان، المقاولاتية المستدامة بين إشكالية البقاء وحتمية الابتكار، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المجلد 01، العدد02، جوان 2017.
13. بن خديجة منصف وعبد الرحمن أولاد زاوي، دراسة تحليلية لممارسة الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، العدد السابع، جوان 2017.
14. بن عنتر عبد الرحمن وعبد الله بلوناس، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين تحدي المعوقات وضرورة دعم قدراتها التنافسية في ظل المنافسة الدولية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 14، العدد 1، العراق، 2012، ص 121.
15. بن عنتر عبد الرحمن، واقع مؤسساتنا الصغيرة والمتوسطة وآفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد الأول، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2000.
16. بوسهمين أحمد، الدور التنموي للاستثمار في المؤسسة المصغرة في الجزائر، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الاول، سورية، 2010.
17. الجرف محمد مكي بن سعدو، الصناعات الصغيرة وطرق تمويلها في الإقتصاد الإسلامي، مجلة آفاق جديدة، السنة العاشرة، العدد الثاني، جامعة المنوفية، مصر، أبريل 1998.
18. حسن زهراء محمد، المشروعات الصناعية الصغيرة في العراق وسبل النهوض بها للمدة (2000_2012)، مجلة الدنانير، العدد الثاني عشر، العراق، 2018.

19. حمداني محمد، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، الجزائر، 2012.
20. الخالدي نبيل عمران موسى، العائد الاجتماعي لسياسات تشغيل المرأة في المشروعات الصغيرة في العراق، بحث ميداني في مدينة الديوانية، جامعة القادسية، العراق، 2015.
21. خلف عواد موسى وسندس جاسم شعبيث، الدور الاقتصادي لبرامج دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 14 العدد 4، العراق، 2012.
22. خلفلاوي شمس ضيات، الذكاء الإقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد العاشر، الجزائر، مارس 2013.
23. خلوط عواطف وآخرون، دور الذكاء الإقتصادي في دعم إدارة الموارد البشرية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد السابع، جوان 2017.
24. دادن عبد الوهاب والعيد غربي، أثر تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تنافسية الاقتصاد الوطني خلال الفترة 1999-2015، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 12، جامعة الوادي، جوان 2017.
25. داود فضيلة سلمان وصادق راشد الشمري، التوجه الإستراتيجي للمصارف في إحتضان المشروعات الصغيرة والمتوسطة في العراق، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 94، العراق، 2013.
26. داودي الطيب ومراد محبوب، تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال تحقيق النجاح الاستراتيجي، مجلة العلوم الانسانية، العدد 12، جامعة بسكرة
27. داودي الطيب، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الواقع والمعوقات-حالة الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، جامعة سطيف، الجزائر، 2011.
28. دهش فاضل جواد، أهمية القروض الزراعية للمشروعات الصغيرة في زيادة الإنتاج الزراعي في العراق، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط، العراق، 2013.
29. راتول محمد وأسماء سي علي، دراسة تحليلية لأداء الجزائر في تقرير التنافسية العالمي 2014-2015، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الثالث عشر
30. رحمون رزيقة، مساهمة مستويات الابتكار ودورها في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية دراسة حالة مؤسسة جازي للإتصالات الجزائر، العدد الأول، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، جامعة سوهاج، مصر، 2016.
31. رملي حمزة، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، جامعة أم البواقي، ديسمبر 2014.
32. رملي حمزة، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، جامعة أم البواقي، ديسمبر 2014.
33. زايري بلقاسم، العناقيد الصناعية كإستراتيجية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 07، 2007.
34. زرزار العياشي ومحمد مداحي، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجها في البرامج التعليمية، مجلة آداب الكوفة، جامعة الكوفة، المجلد 01، العدد 24، العراق، 2015.

35. زرزاز العياشي ومداحي محمد، واقع الذكاء الإقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجها في البرامج التعليمية، مجلة آداب الكوفة، العدد 24، 2015.
36. زموري كمال وكمال مرداوي، منظومة البحث العلمي والتطوير والتكنولوجيا في الجزائر الوضع الراهن واستراتيجيات التطوير، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميله، العدد الخامس، جوان 2017.
37. سرور منال جبور، دور الذكاء التنافسي والهندسة العكسية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 19، العدد 70، جامعة بغداد، 2013.
38. شبانة أمينة زكي، دور الصناعات الصغيرة في الدول النامية مع إشارة خاصة لمصر، المجلة العلمية لكلية التجارة، العدد 19، جامعة الأزهر، مصر، ديسمبر 2001.
39. الشعافي نجيب محمد حمودة، تحليل وتقييم التنافسية العالمية للاقتصاد الليبي 2009-2011، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، العدد 12، سبتمبر 2013.
40. صالح صالحي، أساليب تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 03، 2004.
41. الطراونة محمد، الجودة الشاملة والقدرة التنافسية، مجلة العلوم الإدارية، المجلد 29، العدد 1، الأردن، 2002.
42. طرشي محمد، العناقيد الصناعية كمدخل لتعزيز مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 13، جانفي 2015.
43. عبد الرزاق معتز سلمان، إدارة المعرفة وصناعة الضيافة مسارات التحليل والعلاقة دراسة تحليلية، مجلة الدنانير، العدد الثاني عشر، الجامعة العراقية، العراق، 2018.
44. عبيدلي عبد القادر ومحمد لحسن علاوي، تقييم تطور القدرة التنافسية لاقتصادات الدول العربية، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 11، ديسمبر 2016.
45. عدنان وديع محمد، القدرة التنافسية وقياسها، مجلة جسر التنمية، العدد 24، المعهد العربي للتخطيط، 2003، الكويت.
46. عزيز سامية، مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 2، جامعة ورقلة، جوان 2011.
47. علوني عمار، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية المحلية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 10، 2010.
48. علي الجوهر كريمة وجمعة مطر خديجة، دور نظم المعلومات الحاسوبية في تعزيز الذكاء الإقتصادي دراسة تحليلية، مجلة الإدارة والاقتصاد، السنة التاسعة والثلاثون، العدد 107، العراق، 2016.
49. علي صابر محمد زهو، دراسة تحليلية للصناعات الصغيرة في العراق للمدة (1995_2014)، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 12، العدد 36، جامعة تكريت، العراق، 2016.
50. علي وهيب عبد الله صالح، دور المشروعات الصغيرة في زيادة الإنتاج الصناعي وإنعكاساتها لمعالجة مشكلة البطالة في العراق (دراسة تحليلية)، مجلة دنانير، العدد الثامن، الجامعة العراقية، العراق، 2017.
51. عيدان فريال مشرف، دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الحد من مشكلة البطالة بين الشباب العراقي، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 8 العدد 16، العراق، 2016.

52. العيسوي ابراهيم، دور التعاون العربي في تنمية القدرة التنافسية للمنشآت الانتاجية والخدمية العربية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد14، 1998.
53. غباط شريف ومحمد بوقموم، التجربة الجزائرية في تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد01، سورية، 2008.
54. غباط شريف ومحمد بوقموم، حاضنات الاعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الابداع والابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة البحوث الاقتصادية وإدارية، العدد6، جامعة بسكرة، 2009.
55. غباط شريف ومحي الدين مكاحلية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كآلية لتفعيل التنمية المحلية (ولاية تبسة نموذجاً)، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 37، فلسطين، 2015.
56. فزع عمر خلف، مشروعات الأعمال الصغيرة في العراق التوطن والتمويل، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، العراق، 2013.
57. قاشي خالد ودية رافع ، الذكاء الاقتصادي آلية لدعم إدارة العلاقة مع الزبون في منظمات الأعمال الحديثة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، العدد 01، 2015.
58. قدوري فائق مشعل، الصناعات الصغيرة: المحددات والآفاق التطويرية، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد2، العدد3، العراق، 2006.
59. قمان أنيسة وآخرون، دراسة السوق كأداة لتحقيق اليقظة الإستراتيجية، ، المجلة الجزائرية للأقتصاد والمالية، العدد 03، الجزائر، 2015.
60. كاريش صليحة، واقع تطبيق نظام اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة نفضال، مجلة المؤسسة، جامعة الجزائر3، العدد3، الجزائر، 2014.
61. كاظم سناء جواد، الاستراتيجيات التنافسية ودورها في تحديد الخيار الاستراتيجي دراسة مقارنة بين أداء مديري فرع دار السلام، جامعة الديوانية، العراق، 2005.
62. كربالي بغداد، نظرة عامة على التحولات الاقتصادية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثامن، جامعة بسكرة، الجزائر، جانفي 2005.
63. كنوش محمد، دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 13، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
64. لحول سامية، تحديد أحد ركائز الميزة التنافسية لصناعة الدواء في الجزائر باستخدام النموذج الماسي لبورتر، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد09، 2009.
65. لزه علمي، أهمية الذكاء الاقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، العدد الاقتصادي 20(1)، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2015.
66. محلب فايزة وبقة الشريف، تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريبيج وسطيف، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد02، الجزائر، جوان 2015.

67. محمد بوبكر، أثر مؤشرات التنافسية العالمية على نسبة تغطية الصادرات للواردات في الدول المغاربية. مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 6، العدد 11، 2016.
68. النداي خضير عباس، الصناعات الصغيرة في العراق بعد 2003 الواقع والتحديات، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 13 العدد3، العراق، 2011.
69. نزعى عز الدين، تقييم سياسة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في الجزائر لتحقيق الأهداف الاقتصادية الوطنية، مجلة مجاميع المعرفة، المركز الجامعي تندوف، العدد 4، الجزائر، أفريل 2017.
70. نوري منير، تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة الاقتصادية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد4، جوان 2006.
71. الوندوي نشأت مجيد حسن، أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية وسبل النهوض بها في العراق، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السادس، العدد الثالث، علمي، العراق، 2008.

ثالثا: الملتقيات

1. أودية ناصر، الذكاء الاستراتيجي من اليقظة الاستراتيجية إلى التخطيط الاستراتيجي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012.
2. برباش توفيق وأنيس كشاط، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بين الواقع والمأمول، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة (2001-2014)، جامعة سطيف1، يومي 12/11 مارس 2013.
3. برجى شهزاد وآخرون، الأهمية الإستراتيجية لمنظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، يومي 06_07 ديسمبر 2017.
4. بلوناس عبد الله وبوزيدي لمجد، دور الذكاء الإقتصادي في دعم المعلومة الإستراتيجية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال وإقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأدرنية، أيام 23-26 نيسان 2012.
5. بن علي بلعوز وفلاق صليحة، دور اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة وواقعها في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 2011.
6. بن محياوي سميحة ومنصري نجاح، الذكاء الاقتصادي كوسيلة لمكافحة التجسس الاقتصادي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الذكاء الاقتصادي ومتطلبات التنمية، جامعة عنابة، يومي 9 و10 ماي 2012.
7. بن محياوي سميحة ومنصري نجاح، الذكاء الاقتصادي كوسيلة لمكافحة التجسس الاقتصادي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الذكاء الاقتصادي ومتطلبات التنمية، جامعة عنابة، يومي 9 و10 ماي 2012.
8. بن نافلة قدور ، القياس المقارن بالافضل في خدمة الذكاء الاقتصادي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012.

9. بوخمخ عبد الفتاح وصالح محمد، الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الاردنية، 23-26 أفريل 2012.
10. بودرامه مصطفى، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، 23-26 أفريل 2012.
11. بوقوم محمد وزليخة كنيده، تنافسية الصناعات التحويلية في ظل الشراكة الأورو جزائرية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول: تنافسية الصناعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التغيرات الدولية والإقليمية، جامعة قلمة، يومي 27-28 نوفمبر 2017.
12. بومدين يوسف، آلية اليقظة والذكاء الإستراتيجي: أداة لمواجهة التحديات المستقبلية وأحد عوامل التنافسية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، نوفمبر 2011.
13. حديد رتيبة وحديد نوفيل، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 8/9 مارس 2005.
14. خليل عطا الله زراد، دور التنافسية في دعم قرارات اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة الى المؤتمر العلمي الدولي السنوي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونة، الاردن، 27-28 نيسان 2005.
15. خوالد أبو بكر، الذكاء الاقتصادي كمدخل لتفعيل وظيفة التسويق في المصارف، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 6/7 نوفمبر 2012.
16. دراجي زينات ونعيمة غلاب، العوامل التنافسية في التسويق، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، جامعة بسكرة، 29-30 أكتوبر 2002.
17. رحيم حسين ويحيى دريس، أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17-18 أفريل 2006.
18. رضوان لؤي محمد زكي، المنشآت الصغيرة والمتوسطة السعودية الواقع ومعوقات التطوير، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، يومي 18-22 يناير 2004.
19. روابح عبد الباقي ولزهر العابد، تشجيع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تجربة الإتحاد الأوروبي، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، جامعة سعد دحلب البليدة، يومي 18-19 ماي 2011.
20. زروخي فيروز وسكر فاطمة الزهراء، دور اليقظة الاستراتيجية في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 2011.

21. زيدان محمد وعبد القادر بريش، دور الحكومات في تدعيم التنافسية دراسة حالة الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 08-09 مارس 2005.
22. السامرائي سلوى أمين والعكيدي عبد الستار عبد الجبار، مستقبل ذكاء الأعمال في ظل ثورة الحوسبة السحابية، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الاردنية، أيام 23-26 نيسان 2012.
23. سحنون جمال الدين وبلهادية عبد الله، نحو تبني استراتيجية للذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا للبلدان العربية، جامعة الشلف، 2007.
24. سراج وهيبة، مثلث الذكاء التنافسي، التحالف الاستراتيجي والميزة التنافسية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 6/7 نوفمبر 2012.
25. سلطان عطية صلاح، الادارة الاستراتيجية ودعم القدرات التنافسية للمؤسسات العربية العامة والخاصة، ورقة بحثية مقدمة في ندوة تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقا لمعايير الأداء الاستراتيجي، القاهرة، يونيو 2007.
26. شيخي بلال وآخرون، برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر المأمول والواقع، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، يومي 06_07 ديسمبر 2017.
27. طبائية سليمة وساسية عناني، آثار البرامج الإستثمارية العامة على تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الإنفتاح الاقتصادي (2001_2014)، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول تقييم آثار برامج الإستثمارات العامة وإنعكاساتها على التشغيل والإستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة 2001_2014، جامعة سطيف، يومي 11_12 مارس 2013.
28. العابد شريفة، الذكاء الاقتصادي كآلية لتطوير وعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 6/7 نوفمبر 2012.
29. عبد السلام مصطفى محمود محمد عبد العال، دور العناقيد الصناعية في إدارة مخاطر المنشآت الصناعية الصغيرة والمتوسطة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن، 2004.
30. عبد الكريم سهام، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، 23-26 أفريل 2012.
31. عرابة رابع وعائشة عميش، أهمية القدرة التكنولوجية في تعزيز القدرة التنافسية لدى المؤسسات الصناعية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر، 2011.
32. العشماوي محمد عبد الفتاح، دور الصناعات الصغيرة في دعم التنمية الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة لندوة تطوير إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، القاهرة، 2006.

33. العشاوي محمد عبد الفتاح، واقع ومستقبل الصناعات الصغيرة، ورقة بحثية مقدمة لندوة تطوير إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، القاهرة، 2006.
34. علة مراد، الفكر الاستراتيجي والذكاء الاقتصادي: مقارنة مفاهيمية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012.
35. العلواني عديلة وآخرون، دور تحفيز الإنتاج في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، يومي 07_06 ديسمبر 2017.
36. العيداني الياس وضويفي حمزة، الذكاء الاستراتيجي كآلية لدعم وتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 8-9 نوفمبر 2010.
37. العيداني إلياس وضويفي حمزة، الذكاء الاستراتيجي كآلية لدعم وتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 8-9 نوفمبر، 2010.
38. غدير أحمد سليمة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وآفاق، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 05-06/05/2013.
39. غراب رزيقة، أثار البرامج الاستثمارية على نمو وتطور المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة (2001-2014)، جامعة سطيف 1، يومي 12/11 مارس 2013.
40. مانع فاطمة، الإبداع والإبتكار قواعد للتعلم في المنظمات الصناعية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 2011.
41. مسعداوي يوسف، القدرات التنافسية ومؤشراتها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005.
42. مغمولي نسرين، الذكاء الاقتصادي والبانشاركينغ كأحد الركائز الضرورية لمنظمات الأعمال في عصر المنافسة والعولمة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012.
43. منصور أحلام وآسيا بن عمر، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ووسائل دعمها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الوادي، يومي 07_06 ديسمبر 2017.
44. منصور رقية، نظام المعلومات كآلية لدعم وتفعيل الذكاء الاقتصادي في منظمة الأعمال، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 7/6 نوفمبر 2012.

45. ناصر مراد، واقع الإبداع في المؤسسة، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، يومي 18-19 ماي 2011.
46. نوري منير وفتح مجاهدي، دور الابتكار في إكساب المنظمة العربية ميزة تنافسية والحفاظ عليها، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار في ظل الألفية الثالثة، جامعة قلمة، يومي 16-17 نوفمبر 2008.
47. نوفيل حديد، نظم المعلومات الحديثة في خدمة الذكاء الاقتصادي لمنظمة الأعمال، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، جامعة الشلف، يومي 6/7 نوفمبر 2012.
48. الورفلي ثريا علي حسين، المشروعات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا، ورقة بحثية مقدمة الى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر، يومي 17 و18 افريل 2006.

رابعا: رسائل الماجستير والدكتوراه

1. أبو مصطفى خالد محمد سالم، المشروعات الصغيرة: مدخل لتنمية المجتمع المحلي دراسة ميدانية في محافظة خانونس، أطروحة ماجستير في الدراسات الاجتماعية، جامعة الدول العربية، غير منشورة، القاهرة، 2012.
2. بتغة صونية، الذكاء الإقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الإستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، غير منشورة، الجزائر، 2016.
3. بلقيدم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، غير منشورة، الجزائر، 2013.
4. بن عنتر عبد الرحمن، نحو تحسين الانتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية، اطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، غير منشورة، الجزائر، 2004.
5. بن نذير نصر الدين، دراسة استراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر، 2012.
6. بوعايدة حسان، فعالية نظم المعلومات الاستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة المسيلة، غير منشورة، الجزائر، 2014.
7. بوقوم محمد، نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تفعيل دور التمويل البنكي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، جامعة عنابة، غير منشورة، الجزائر، 2010.
8. تفرقيت زليخة، تفاعل إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي لتحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة دراسة حالة شركة سوناطراك، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة بسكرة، غير منشورة، الجزائر، 2015.
9. حبانة محمد، دور الرأسمال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر، 2012.
10. الحجرف مبارك خالد، دور الإصلاح الإداري في تحقيق المزايا التنافسية بدولة الكويت خلال الفترة من 1990-2009، أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال، جامعة بنها، غير منشورة، مصر، 2016.

11. حمود ظافر محمد ، القدرة التنافسية للمنتجات القطنية السورية في إطار تحرير التجارة الدولية، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة دمشق، غير منشورة، سورية، 2015.
12. حميدي يوسف، مستقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، غير منشورة، الجزائر، 2008.
13. داي وسام، الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الاقاليم، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علوم التسيير، جامعة باتنة1، غير منشورة، الجزائر، 2016.
14. رقامي محمد، أثر اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي على تحسين الأداء في المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة عنابة، غير منشورة، الجزائر، 2015.
15. الزبيدي محمد نعمة محمد، الذكاء الإقتصادي مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الإقتصاد العراقي، أطروحة دكتوراه فلسفة في العلوم الإقتصادية، جامعة القادسية، غير منشورة، العراق، 2017.
16. زوزي محمد، تجربة في القطاع الصناعي الخاص ودوره في التنمية الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة ولاية غرداية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، غير منشورة، الجزائر، 2010.
17. سريدي سمية، أهمية ترقية القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية لتحقيق التنمية المحلية دراسة مجمع عمر بن عمر قائلة، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة قائلة، غير منشورة، الجزائر، 2016.
18. سيواني عبد الوهاب، نحو إدماج الذكاء الإقتصادي في تسيير الإقتصاد الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر، 2015.
19. صويص سهير كفوري، دور البنوك التجارية الأردنية في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الأردن، أطروحة ماجستير في إدارة الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، غير منشورة، الأردن، 2011.
20. العايب ياسين، إشكالية تمويل المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، غير منشورة، الجزائر، 2011.
21. علمي لزهرا، أهمية الذكاء الإقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر، 2017.
22. العيد فراحتيه، دور نظام المعلومات التسويقية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف1، غير منشورة، الجزائر، 2015.
23. فالثة اليمين، اليقظة وأهميتها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، أطروحة دكتوراه علوم في تسيير المؤسسات، جامعة بسكرة، غير منشورة، الجزائر، 2013.
24. كروش محمد، استراتيجية نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة تلمسان، غير منشورة، الجزائر، 2014.
25. مشفوني منى ، تسيير الكفاءات والأداء التنافسي المتميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة ورقلة، غير منشورة، الجزائر، 2013.
26. مصطفى ممدوح محمد، استراتيجية توطين المشروعات الصناعية في مصر دراسة حالة اقليم جنوب الصعيد، اطروحة دكتوراه في فلسفة التخطيط العمراني، جامعة عين شمس، غير منشورة، القاهرة، 2004.

27. مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه LMD في العلوم التجارية، جامعة بسكرة، غير منشورة، الجزائر، 2016.
28. مكاحلية محي الدين، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المحلية حالة ولايتي قالمة وتبسة، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية، جامعة قالمة، غير منشورة، الجزائر، 2015.
29. النور عبد الحكيم عبد الله، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الإنتاج الاقتصادي، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتخطيط، جامعة تشرين، غير منشورة، سوريا، 2009.

خامسا: التقارير والجرائد الرسمية:

1. تقرير تنافسية الاقتصاديات العربية، صندوق النقد العربي، يناير 2016.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، السنة 48، 26 جانفي 2011.
3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، السنة 40، 26 فيفري 2003.
4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، السنة 40، 26 فيفري 2003.
5. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، السنة 45، 26 مارس 2008.
6. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 17، السنة 45، 30 مارس 2008.
7. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، السنة 35، 06 ماي 1998.
8. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 33، السنة 35، 20 ماي 1998.
9. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 36، السنة 47، 28 ماي 2010.
10. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 42، السنة 37، 16 جويلية 2000.
11. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47، السنة 31، 20 جويلية 1994.
12. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، السنة 33، 11 سبتمبر 1996.
13. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 62، السنة 35، 24 أوت 1998.
14. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 62، السنة 35، 24 أوت 1998.
15. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 76، السنة 04، 15 سبتمبر 1967.
16. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، السنة 36، 03 نوفمبر 1999.
17. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77، السنة 38، 15 ديسمبر 2001.
18. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 82، السنة 36، 21 نوفمبر 1999.
19. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، السنة 48، 26 يناير 2011.
20. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 05، السنة 48، 26 يناير 2011.
21. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 11، السنة 35، 1 مارس 1998.
22. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، السنة 54، 54 يناير 2017.

2. المراجع باللغة الأجنبية

1. AJ smit, the **competitive advantage of nations: is porter's diamond framework a new theory that explain the international competitiveness of countries**, southern African business Review, volume14, number1,2010.
2. Alouani Aoumeur Akki, **le system d'information comptable et la compétitivité des entreprises**, séminaire international sur « la compétitivité des entreprises économiques et mutations et l'environnement », Biskra, 2002.
3. Amos David, Sahbi Sidhom, **Intégration de la démarche d'Intelligence Économique dans l'architecture fonctionnelle d'un système d'information**, l'équipe SITE du LORIA Université Nancy2, 2005.
4. Anna Leymarie, **La Diffusion des résultats de la veille : enjeux, méthodes et pratiques, le cas de l'institut national de l'Environnement Industriel et des Risques**, Institut national des sciences et techniques de la documentation, France, 2012,.
5. Arnaud Pelletier et Patrick Cuenot, **intelligence économique mode d'emploi**, Pearson, Paris, 2013.
6. Bernard Besson et Jean Claude Possin, **L'audit D'intelligence économique**, 2 edition, Dunod, Paris, 2002.
7. Bernard GUILHON ET Jean Louis LEVET, **De L'intelligence économique à l'économie de la Connaissance**, ECONOMICA, Paris, 2003.
8. Daniel Rouach, **la Veille technologique et L'Intelligence économique**, presses universitaires de France, 5edition, 2010 .
9. David Raymond et autres, **Quels modèles d'Intelligence Economique pour L'Algérie ? Quels pistes de réflexion**, séminaire international sur l'Intelligence Economique : un enjeu majeur de compétitivité , HEC Alger, 21/22 Mai 2014.
10. Didier Lucas, **Introduction à L'intelligence économique et stratégique : Vers un nouveau paradigme de l'interaction concurrentielle**, Document De Travail, Québec, Février 2001.
11. Dorothee LEVEUGLE et Anne Laure SAUTREAU, **L'intelligence économique et la veille stratégique ou la valeur ajoutée de l'information**, Master 2ICD, 2008.
12. Efraim Turban and Others, **business intelligence A Managerial Approach**, second edition, Pearson, USA, 2011.
13. Eric Delbecque, **l'intelligence économique questions judiciaires**, institut d'études et de recherche pour la sécurité des entreprises, presses universitaires de France, paris, 2006.
14. Eric Delbecque, **l'intelligence économique**, institut d'études et de recherche pour la sécurité des entreprises PUF, 2006.
15. Guillaume Ebelmann, **Intelligence économique Enjeux, définitions et méthodes**, 2003.
16. Hayat Kendel, **L'Intelligence économique peut elle contribuer à la relance de l'industrie algérienne**, journée d'information sur l'intelligence économique et la veille stratégique en direction des cadres des institutions, siège d'ALGEX Alger, le 19 octobre 2009,p : 48.

17. Humbert LESCA, **Veille Stratégique concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise**, Guide pour la pratique de l'information scientifique et technique, ministère de l'éducation nationale de la recherche et de la technologie, France.
 18. Ilhème Ghalamallah, **proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle dans un contexte d'Intelligence Economique**, thèse de doctorat en informatique, université de Toulouse, France, 2009.
 19. Ioannis Konsolas, **The Competitive Advantage OF Nations: The case of Greece**, these of doctorat of philosophy, university of London, 1999.
 20. Isabelle de Kerviler, **La Compétitive enjeu d'un nouveau modèle de développement**, les éditions journaux Officiels, journal officiel de la république française, octobre 2011.
 21. Jean lachman, **le financement des stratégies de l'innovation**, economica, Paris, 1993.
 22. Kevin O'Brien, **Booklet of Standardized small and medium enterprises definition**, A report for Banks in Jordan, USAID, September 27.2007.
 23. Le Ruff R et autre, **encyclopédie de gestion et du management**, 2ème édition, édition Dalloz, Paris, 1999, P:495.
 24. Lotfi Bouzaianr et Ahmed El Gazzah, **Les fonctions de L'information et l'intelligence économique pour une entreprise**, M2PA, université virtuelle de Tunisie.
 25. Michael E.Porter, **The Competitive Advantage Of Nations**, Harvard Business Review, march April 1990.
 26. Michael Porter, **Choix stratégiques et concurrence**, édition economica, Paris, 1982.
 27. Mohamed Amine Derfouf, **Les facteurs clés de succès pour la mise en place d'un système d'intelligence économique au groupe SONATRACH AVAL Analyse explatoire**, Mémoire pour l'obtention d'un Magister au management stratégique et intelligence économique, université de Tlemcen, 2014.
 28. Mohamed Bacha, **Les aspects stratégiques relatifs à l'intelligence économique dans le cadre de la mise en œuvre de la politique de relance du Ministère de l'Industrie et de la promotion des Investissements**, journée d'information sur l'intelligence économique et la veille stratégique en direction des cadres des institutions, siège d'ALGEX Alger, le 19 octobre 2009.
 29. Ministre des PME et l'artisanat, **Bulletin D'information Economiques**, pour les années : 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.
 30. nabila sahnoune, **introduction à la démarche d'intelligence économique dans l'entreprises**, séminaire des sensibilisations à l'intelligence économique et à la veille stratégique, Alger, hotel el aurassi, Algerie, 23/12/2008.
 31. Philippe Baumard, **Veille stratégique organiser la veille sur les nouvelles technologies de l'information**, Le CIGREF, septembre 1998.
1. Richard soparnot et Eric Stevens, **management de l'innovation**, Dunod, Paris, 2007.
 2. Robert D. Atkinson, **Competitiveness Innovation and Productivity Clearing up the Confusion**, the information Technology Innovation Foundation, August 2013.
 3. Sans auteur, **intelligence économique un guide pour débutants et patriciens**, Lorraine conseil régional, Madrid, 2002.

4. Sofie Dubuisson et Isabelle Kabla, **Innovation et performances**, édition de l'école des hautes études en sciences sociales, Paris, 1999.
5. Stephane Gorla et Autres, **le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de recherche d'information**, Actes du colloque ATELIS, Poitiers, France, 2005.
6. Vadim Kotelnikou, **small and medium enterprises and ICT**, Kim Hak-Su, UNDP, Thailand, 2007.
7. yosra Gazber, **veille stratégique intelligence économique et création de valeur**, Amazon, Paris, 2012.
8. Zineb Slimani, **La position de L'intelligence économique Au Maroc**, Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme d'études supérieures de l'université, université Mohammed5, Souissi, Maroc, juin 2012.
9. Klaus Schwab, world Economic Forum, **The Global Competitiveness Report**, 2011,2012,2013,1014,2015,2016,2017.
10. **Government of India, Micro Small and Medium Enterprises Development Bill**, India, 2014.
11. **micro, small and Medium Enterprise Finance in India**, international finance corporation, November, 2012.

3. مواقع الانترنت:

1. <http://www.mdipi.gov.dz>.
2. <http://www.rfi.fr>.
3. <http://feaa.ucv.ro>.
4. <http://economics.ca>.
5. <http://ec.europa.eu>.
6. <https://platform.almanhal.com>.
7. <https://www.ic.gc.ca>.
8. <https://www.cnac.dz>.
9. <http://www.mdipi.gov.dz>.
10. www.idsc.gov.eg.
11. <http://ar.aps.dz>.

الملاحق

في إطار القيام ببحث ميداني حول: الذكاء الاقتصادي كمدخل استراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية قفالة، أتقدم إليكم بهذا الاستبيان الذي يهدف إلى معرفة آرائكم حول مدى الدور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في حياة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ونهيب بكم أن تولوا هذا الاستبيان اهتمامكم، فمشاركتم ضرورية ورأيكم أساسي من عوامل نجاحها، لذا نرجو منكم أن تتعاونوا معنا بالإجابة الصريحة والموضوعية، لأن إجابتم ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

كما نرجو منكم قراءة العبارات الموجودة في الجداول جيدا ثم إبداء رأيكم من خلال وضع العلامة (X) على الدرجة المناسبة للسلم والتي تدل مدى اتفاقكم مع العبارة.

يرجى التفضل بوضع إشارة (X) في الخانة المناسبة:

1. البيانات الشخصية

- 01- الجنس: ذكر انثى
- 02- السن: ما بين 20-30 سنة ما بين 30-40 سنة. ما بين 40-50 سنة. أكثر من 50 سنة.
- 03- المسمى الوظيفي: مدير مساعد مدير رئيس قسم رئيس مصلحة.
- 04- المؤهل العلمي ثانوي جامعي دراسات عليا
- 05- عدد سنوات الخبرة: 10 سنوات فما أقل 11-30 سنة أكثر من 30 سنة
- 06- نوع المؤسسة: مصغرة (1-9 عمال). صغيرة (10-49 عامل). متوسطة (50-250 عامل).
- 07- طبيعة ملكية المؤسسة: عامة خاصة. مختلطة

08- نوع النشاط:

إنتاجية خدمة

09- فيما تتمثل طرق التمويل في مؤسساتكم الصغيرة والمتوسطة:

تمويل ذاتي قروض بنكية شراكة مؤسسات الدعم

10- فيما يتمثل سوق مؤسساتكم الصغيرة والمتوسطة:

على مستوى ولاية قلمة على مستوى جهوي

على مستوى وطني على مستوى دولي

2. المعلومات الخاصة بالبحث

المحور الأول: أبعاد الذكاء الاقتصادي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبرة
					1 الذكاء الاقتصادي هو مراقبة ورصد المحيط.
					2 تتداولون مفهوم الذكاء الاقتصادي في مؤسساتكم
					3 تطبق مؤسساتكم الذكاء الاقتصادي منذ وقت طويل
					4 هناك مصلحة محددة تتولى القيام بوظيفة الذكاء الاقتصادي.
					5 تقوم مؤسساتكم بوظيفة الذكاء الاقتصادي بصفة متقطعة.
					6 تحذف مؤسساتكم من تطبيق الذكاء الاقتصادي بعدم السماح بمعرفة أسرارها.
					7 ان تطبيق مؤسساتكم للذكاء الاقتصادي يعمل على تلبية احتياجات زبائنكم.
					8 تعمل مؤسساتكم من خلال الذكاء الاقتصادي على الوصول إلى المعلومة ومعالجتها.
					9 يعمل الذكاء الاقتصادي على مساعدة مؤسساتكم في اتخاذ القرار.
					10 يساعد الذكاء الاقتصادي مؤسساتكم على كسب حصة سوقية.
					11 تطبيق الذكاء الاقتصادي يعمل على خفض التكلفة وزيادة العائد.
					12 طبيعة المعلومات التي تركز عليها مؤسساتكم تخص الزبائن، الموردن، المنافسين والتكنولوجيا
					13 مصادر المعلومات التي تركز عليها مؤسساتكم تأتي من طرف الزبائن، الموردن، المنافسين، المؤتمرات والأخبار الاقتصادية، الانترنت والمشاركة في الصالونات والمهرجانات.
					14 التحدي الذي يواجه مؤسساتكم هو نقص خبرة العاملين لديكم حول الذكاء الاقتصادي.

15 إن نقص وضعف وجود وسائل الذكاء الاقتصادي يعد مشكلا تواجهه مؤسساتكم.

المحور الثاني: تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
					1 هناك منافسين محليين وأجانب في مجال نشاطكم
					2 تمتلك مؤسساتكم الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات (أجهزة الكترونية) بشكل كاف.
					3 تمتلك مؤسساتكم الصغيرة والمتوسطة حصة سوقية معتبرة.
					4 تنافسية مؤسساتكم الصغيرة والمتوسطة تعتمد على نظام معلومات فعال
					5 تقوم مؤسساتكم الصغيرة والمتوسطة باستمرار بدراسة نقاط قوة وضعف منافسيها.
					6 تعتمد مؤسساتكم على رغبات وأذواق المستهلكين او زبائنهم في تحسين منتجاتها
					7 تستطيع مؤسساتكم الصغيرة والمتوسطة التأقلم مع الداخلين الجدد إلى السوق.
					8 تعاني مؤسساتكم من نقص الخبرة والمهارات الفنية.
					9 تواجه مؤسساتكم مشكلة التمويل بصورة كبيرة.
					10 تواجه مؤسساتكم مشكلة الحصول على العقار الصناعي.
					11 مؤسساتكم معرضة لمشكلة تعدد الوثائق وتعقد الاجراءات الادارية.