دراسة تقييمية لتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة
دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالولاية

أ.عطالله ياسين
جامعة المسيلة

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تقييم واقع تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة، حيث تم تناول أهم المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتنافسية ومؤشراتها، وتم الاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات من مفردات العينة.

وبعد اختبار فرضية الدراسة بالاستعانة بالأساليب الإحصائية المناسبة وبرمجية SPSS تم التوصل إلى أن مستوى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة يرتقي إلى المستوى المطلوب.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التنافسية، مؤشرات قياس التنافسية

Abstract:

The aim of this paper is to evaluate the competitiveness of small and medium enterprises in the state of M'sila, The main concepts related to competitiveness and their indicators were addressed, The questionnaire was used as an essential tool for collecting information from the sample.

After testing the hypothesis of the study using the appropriate statistical methods and the SPSS program, it was found that the level of competitiveness of SMEs in the state of M'sila is up to the required level.

Keywords: small and medium enterprises, Competitiveness, Competitiveness Indicators.

مقدمة:

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لما تتميز به من خصائص ومميزات دورا فعالا في مختلف الاقتصاديات العالمية وخاصة الدول المتقدمة منها، إذا أنها تساهم بأكثر من 50% في أغلب اقتصاديات الدول كما تشكل أكثر من 90%من إجمالي المنظومة الاقتصادية لمعظم الدول، ففي الجزائر وصل عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 1060289 مؤسسة إلى غاية نهاية السداسي الأول من عام2017[1]، ونظرا لهذا الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات وما يكتنفه من منافسة بينها يجعله تبحث أكثر على مكانة في السوق تسمح لها بتحقيق أهدافها، وعليه سنتطرق لدراسة تقييمية لمدى تنافسية هذه المؤسسات على المستوى المحلي، حيث نتطرق في المحور الأول إلى التنافسية ومؤشرات قياسها وفي المحور الثاني نتطرق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة و خصائصها، وعليه يمكن صياغة الإشكالية التالية:

أولا:الإشكالية:ما مستوى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة؟

ثانيا: فرضية الدراسة: للإجابة على الإشكالية تم صياغة الفرضية التالية:

1/ يرتقي مستوى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة إلى المستوى المطلوب عند مستو معنوية 0.05.

ثالثا: أهمية الدراسة:تتمثل الأهمية فيمايلي:

- ✓ التعرف أكثر على مؤشرات تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ✓ المساهم في تقديم مادة علمية للأكاديميين والمهنيين.

رابعا: أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى إجراء دراسة تقييمية لواقع تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة من أجل معرفة الواقع ومحاولة تقديم اقتراحات من شأنها ان تساهم في رفع تنافسيتها.

خامسا: هيكل الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تقسيم البحث إلى المحاور التالية:

1.الإطار النظري للدراسة.

1-1-مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة.

1-2-مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة والعوامل المؤثرة فيها.

1-3-ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخصائصها.

1-4-تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة.

2.الإطار التطبيقي للدراسة.

2-1-منهجية الدراسة ووصف العينة.

2-2-اختبار فرضية الدراسة وتحليل نتائجها.

1.الإطار النظري للدراسة.

سنتطرق فيه إلى مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة بالإضافة إلى مؤشرات قياس التنافسية على مستو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذلك نتعرف على العوامل المؤثرة على التنافسية وفي الأخير نشير إلى تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة.

يستخدم مفهوم التنافسية على نطاق واسع وفق معايير متفاوتة غير محددة حيث يعد مفهوم التنافسية مسألة مهمة لتحديد معالم الظاهرة ونطاقها وتفسيرها ومعوقات نموها وتطورها.

تختلف وجهات نظر الباحثين والأكاديميين للتنافسية بسبب تعقد مفهومها، فيرى بعض الباحثين أن التنافسية على المستوى الوطني تشمل فكرة واسعة تضم الإنتاجية الكلية ومستويات المعيشة والنمو الاقتصادي، بينما ينظر أخرون إلى أن التنافسية تمثل مفهوما ضيقا على المستوى الجزئي يرتكز على تنافسية السعر والتجارة، الذي يمثل السلوك المثل للمؤسسة في تخفيض التكاليف أو تعظيم الأرباح مع مراعاة تركيبة الأسواق وأسعار عوامل الإنتاج والمنتج، و للتنافسية بعدان أساسيان هما القدرة التنافسية*، والميزة التنافسية[2]**،

1-1- مفهوم التنافسية وفق مستوياتها

يمكن أن نميز ثلاث مستويات للتنافسية، وهي التنافسية على مستوى المؤسسة والتنافسية على مستوى القطاع والتنافسية على مستوى الدولة، حيث يختلف مفهومها من مستوى لآخر، وفي ورقتنا البحثية هذه نشير لمفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة فقط.

1-1-1-مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة:

يبقى مفهوم التنافسية غير واضح ودقيق، فهو محصلة لمجموعة من القوى الداخلية والخارجية التي تحدد خصائص نشاط المؤسسة وقدرتها التنافسية، رغم ذلك إلا أنه أجتهد بعض المفكرين والمختصين في مجال الأعمال التجارية والاقتصادية وإدارة الأعمال بتقديم بعض التعاريف المتعلقة بمفهوم التنافسية[3]، من أهمها:

تعرف على أنها "القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتجديد"[4]، حيث ركز في هذا التعريف على قدرة المؤسسة في الصمود أمام المنافسين من خلال تحقيق أهدافها المتمثلة في الربحية والنمو والاستقرار من خلال توسعها وابتكار وتجديد منتجاتها.

كما عرفت على أنها "قدرة تعكس نفوذ المؤسسة وفرض وجودها في الأسواق الجديدة"[5]، أي أنها من خلال فرض وجودها

(البقاء، الاستمرار) والنفوذ في الأسواق الجديدة يسمح لها بكسب حصص سوقية جديدة.

في حين تم تعريفها "من خلال قدرة قياس المؤسسة على تحقيق حصة سوقية أكبر نسبيا من منافسيها"[6]، حيث ركز في هذا التعريف على تحقيق حصة سوقية كبيرة دون الاشارة للوسائل التي تحقق لها ذلك.

من جهة أخرى عرفت التنافسية على المدى المتوسط من خلال قدرتها على تحقيق أداء متفوق أعلى من متوسط الأداء المحقق من طرف منافسيها، أما على المدى القصير فغالبا ما تعكس الصراع بين المنافسين للحصول على حصة سوقية أكبر[7]، ركز في هذا التعريف على المديين القصير والمتوسط وأهمل المدى الطويل.

كما عرفت على أنها "القدرة على انتاج السلع الصحيحة بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجة المستهلكين بشكل أكثر كفاءة*** من المؤسسات الأخرى"[8]، حيث تبرز المنافسة من خلال هذا التعريف في تميز المؤسسة عن غيرها في تلبية حاجات المستهلكين بالتركيز على معايير الجودة والنوعية والسعر التنافسي مع التركيز على العامل الزمني وهو ما ينطبق على مصطلح الامدادية، ففي هذا المقام يتوافق مفهوم التنافسية مع ما يعرف بنظام الإنتاج في الوقت المحدد JIT (Just-In-time)، والذي يعتبر كمدخل حديث لصناعة الميزة التنافسية، إذ أنه يشكل اتجاها إداريا يمكن للمؤسسة أن تتبناه بكافة وحداتها و وظائفها لإنتاج سلع وخدمات خلال أقل وقت وبأقل تكلفة إجمالية ممكنة، ويركز هذا النظام على التحجيم المستمر لكل مسببات الفاقد والانحراف عن الخطة الموضوعة والتي تتضمن الجودة والنوعية والوقت، من خلال السيطرة على التكاليف في كافة مراحل العملية الإنتاجية بتعظيم إنتاجية الآلات والتخلص من الفاقد المالي والزمني الكبير، وهو ما يبقي المؤسسة في دائرة الربحية وبالتالي في مجال التنافسية[9].

ويعرفها الأستاذ مايكل بورترMichael Porter على أنها عبارة عن قدرة المؤسسة على تقديم سلعة أو خدمة ذات نفقة أقل، أو منتج متميز عن نظيره في الأسواق مع قدرة المؤسسة على الاستمرار في الاحتفاظ بهذه الميزة[10]، فحسبه تحقق المؤسسة تنافسيتها إذا كانت لديها تكاليف أقل وتتميز بمنتجاتها على منتجات المنافسين على المواصلة والاستمرارية في تحقيق هذين الميزتين (تكلفة أقل، تميز المنتج).

كما يشير مجموعة من الكتاب والمؤلفين إلى أن التنافسية ترتبط بمجموعة من المفاهيم والتي نذكر منها ما يلي:[11]

- تتحقق التنافسية من خلال التكاليف الأقل والموقع المتميز.
- الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية تأت من خلال المؤسسة التي تستطيع أن تكسب الميزة بسرعة عن بقية المنافسين.
- أن العناصر الأساسية في الميزة التنافسية هي المهارات والموارد.
- أن تحقيق الاستمرارية في الميزة التنافسية يتطلب البحث عن ميزة جديدة.
- أن مؤشرات الميزة التنافسية هي القيمة، عدم القدرة على التقليد، الندرة، عدم وجود بديل.
- تتحقق الميزة التنافسية من خلال المنتج المميز بعين الزبون والتكاليف الأقل.

ويمكن أن نعطي تعريفا أكثر شموليا من سابقيه وهو التعريف الذي تقدمت به مجموعة بوسطن الاستشارية BCG، والتي ترى بأن المؤسسة التي لها تنافسية هي القادرة على المنافسة، وهي التي تمتلك أقل تكلفة، أو هي التي تستطيع أن تستخدم مواردها بفعالية أكبر مقارنة بباقي المنافسين في ظل استخدام نفس الموارد التي يتم الحصول عليها بتكاليف متساوية، بحيث تتمكن المؤسسة من الحصول على نسبة سيولة أعلى من باقي المنافسين ولها قدرة أكبر على الاستثمار وبالتالي تحقيق معدل نمو مرتفع، وكذلك القدرة على المقاومة والبقاء في حالة تراجع السوق مع الاستمرار في تحسين ميزة التكلفة التي تكتسبها.[12]

من خلال ما سبق يمكن تعريف التنافسية للمؤسسة بأنها القدرة على تحقيق البقاء والاستمرار والنمو، من خلال تقديم منتجات (سلع/خدمات) بتكلفة أقل وبجودة عالية وفي الوقت المناسب والمكان المناسب، بابتكار وتجديد لمنتجاتها، مما يعطيها أداء متفوق على منافسيها، مما يرشحها لاكتساب حصص سوقية جديدة مع تحسينها المتواصل لأدائها على جميع المستويات.

1-2- مؤشرات قياس التنافسية وفق مستوياتها:

لقياس التنافسية مؤشرات تختلف من مستوى* لأخر وسنختصر هنا على ذكر مؤشرات التنافسية على مستوى المؤسسة.

1-2-1- مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة:

من أهم المؤشرات التي تستخدم في اختبار وتقييم تنافسية المؤسسات نجد:[13]

- الربحية: تشكل الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية ومقياسا لها، وإذا كان ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي ان يمتد لفترة من الزمن فان القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية لها، فان نسبة القيمة السوقية للدين و رؤوس الأموال بالمشروع على تكلفة استبدال الأصول تسمى مؤشر توبنTopin فان كانت هذه النسبة أقل من الواحد يعتبر المشروع غير تنافسي.

- تكلفة الصنع: وفقا للنموذج النظري للمنافسة النزيهة تكون المؤسسة غير تنافسية إذا كان متوسط تكلفة الصنع تتجاوز سعر منتجاتها في السوق ويرجع ذلك إما لانخفاض الإنتاجية التي يمكن أن تفسر على أنها نتيجة تسيير غير فعال أو أن عوامل الإنتاج مكلفة كثيرا أو للسببين معا، إن تكلفة الصنع المتوسطة بالمقارنة مع تكلفة صنع المنافسين تمثل مقياسا كافيا للتنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربح المستقبلي للمؤسسة، وبالتالي تسعى المؤسسة دائما إلى تخفيض التكلفة إلى الحد الأقصى.

- الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج: إن الانتاجية الكلية لعوامل الإنتاج تقيس الفاعلية الكلية التي تحول فيها المؤسسة مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ومن الممكن مقارنة الإنتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة مؤسسات على مستويات محلية ودولية، ويمكن ارجاع نموها سواء على التغيرات التقنية وتتحرك دالة التكلفة نحو الأسفل أو إلى تحقيق وفرات في الحجم، كما يتأثر هذا المؤشر بالفروقات عن الأسعار المستندة إلى التكلفة الحدية.

- الحصة من السوق: من الممكن أن تكون المؤسسة ذات ربحية وتستحوذ على جزء هام من السوق الداخلية دون أن تكون تنافسية على المستوى الدولي، ويحدث هذا عندما تكون السوق المحلية محمية بعوائق اتجاه التجارة الخارجية، كما يمكن للمؤسسات الوطنية أن تكون ذات ربح آني ولكنها غير قادرة على المنافسة عند تحرير التجارة الخارجية أو بسبب أو ضاع السوق، لذا ينبغي مقارنة تكاليف المؤسسة مع تكاليف المنافسين الدوليين، فعندما تكون هناك حالة توازن في قطاع نشاط ذي انتاج متجانس كلما انخفضت التكلفة الحدية للمؤسسة بالقياس مع إلى تكاليف المنافسين كلما كانت حصتها في السوق أكبر نتيجة لانخفاض التكاليف الكلية وانعكاسها على مستوى الأسعار فيزداد ربح المؤسسة، أما بالنسبة لقطاع نشاط ذي إنتاج غير متجانس فان ضعف ربحية المؤسسة يمكن أن يفسر بارتفاع التكاليف الكلية، وقد تكون المنتجات التي تقدمها أقل جاذبية من منتجات المنافسين مع افتراض تساوي المتغيرات الأخرى فتكون سببا في ضعف ربحية المؤسسة وبالتالي ضعف الحصة من السوق.

- الجودة والنوعية:وهو تقديم منتج(سلعة/خدمة) بمستوى عالي تكون من خلاله المؤسسة قادرة على تلبية رغبات وأذواق

عملائها بالشكل الذي يتفق وتوقعاتهم وتحقيق الرضا لهم مع المحافظة على مكونات المنتج.

فحسب فيليب كروسبي Philip Crosby فعرف الجودة والنوعية على أساس بعدين[14]:

- التصميم ذو الأداء العالي أي جودة العمليات.
- درجة المطابقة بمعنى غياب العيوب والذي يؤدي بدوره لتقليل الأخطاء وبالتالي التوفير في التكاليف وذلك بالتخفيض فيها.

حيث تعتبر بعدا تنافسيا هاما وهذا ما تبينه العلاقة الطردية المباشرة بين نسبة المبيعات ودرجة جودة ونوعية المنتجات بالإضافة لعلاقتها برضا الزبون والقدرة على تحقيق الأرباح فرضا الزبون يؤدي إلى زيادة الإنفاق على مشترياته مما يزيد من حجم المبيعات الذي ترافقه زيادة في الحصة السوقية والذي يضاعف من ربحيتها

- الأداء:وهو درجة وصول المؤسسة لتحقيق أهدافها بكفاءة (القدرة على تحجيم الفاقد في الموارد المتاحة للمؤسسة وذلك من خلال استخدام الموارد بالقدر المناسب وفق معايير محددة) وفعالية (مدى درجة تحقيق الأهداف المسطرة)؛

ويمكن الإشارة كذلك للمهارات والكفاءات والتوقيت الجيد والمناسب الذي يتم فيه تقديم المنتج للمستهلكين

وتجدر الإشارة إلى أنه يتم الحكم على تنافسية المؤسسة من خلال القيام بالمعايرة التنافسية Benchmarking، من خلال مقارنتها بالمعدل السائد للمؤسسات المنافسة او المؤسسات الرائدة، فكلما كانت هذه المؤشرات قريبة أو مساوية لمؤشرات المؤسسات المنافسة يمكن القول أن هذه المؤسسة في حالةتنافسية، وإن كانت أحسن منها فهي في وضعية تنافسية تحسد عليها إن لم نقل أنها مؤسسة رائدة، وفي المقابل كلما ضعفت هذه المؤشرات كلما كانت تنافسية هذه المؤسسة ضعيفة.

1-2-2-العوامل المؤثرة في التنافسية:

يمكن تحسين تنافسية المؤسسة من خلال اكتسابها لميزة تنافسية حيث حصرها بورتر M Porter في شكلين أساسين هما(ميزة التكلفة المنخفضة، ميزة التميز)، ومنه ستكون العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية هي نفسها المؤثرة على التنافسية، فبالنسبة لميزة التكلفة المنخفضة من شأن المؤسسة التعرف على العوامل التي تتحكم في تطور التكاليف في الأنشطة التي تولد قيمة تسمح للمؤسسة بأن تكون لها معرفة عميقة ودقيقة وواضحة حول مصادر تنافسيتها من خلال التكاليف والطريقة التي من خلالها يمكن للمؤسسة أن تحسن تنافسيتها[15]، أما العوامل التي من الممكن أن تعتمد عليها المؤسسات بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التأثير على التكاليف والتميز والتي يرى بأنها نفسها في التكاليف والتميز مع اختلاف في أهميتها بين الميزتين نذكر منها[16]:

- اقتصاديات الحجم، تحققها المؤسسة بزيادة حجم مبيعاتها؛

- منحنيات الخبرة أوالتعلم تظهر عندما تضاعف المؤسسة إنتاجها، ويقصد بها أنه كلما استطاعت المؤسسة أن تضاعف إنتاجها فان تكلفة الوحدة المنتجة تنخفض بنسبة معينة، إلى أن تصل لحد التكلفة الحدية عندها لايمكن التقليل من التكلفة؛

- العلاقات التي تجمع بين مختلف الأنشطة داخل المؤسسة، وأيضا العلاقات العمودية التي تجمع بين المؤسسة ومورديها وكذا الزبائن؛

- استخدام تكنولوجيات خاصة ومتميزة من شأنها تخلق الفرق بينها وبين منافسيها؛

- استغلال مصادر هامة ومنفردة للمواد الأولية للحصول على تفضيلات من المورد نضير الكميات الكبيرة من المشتريات،و/أو التسديد الآني للمشتريات؛

- المعايير القياسية المرتبطة بخصائص وأداء المنتجات المعروضة، الخدمات المقدمة مع المنتجات كالتوصيل والتسليم والتصليح وخدمات ما بعد البيع؛

- الارتباطات الداخلية بين الوظائف داخل المؤسسة والارتباطات مع العملاء وقنوات التوزيع؛

- التوقيت الذي تمارس فيه المؤسسة نشاطها، كأن تكون العارض الأول للمنتج أو آخر من يدخل للسوق بحيث تستخدم أبرز التكنولوجيات؛

- الهيئات الحكومية والمقصود بها الأليات والأدوات من برامج ووكالات وصناديق و برامج ....، التي تضعها الدولة والموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي من شأنها تحقق ميزة تنافسية لها تساعدها في تحسين تنافسيتها؛

1-3- مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

قبل التطرق إلى تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المشرع الجزائري سنختصر على بعض التعاريف الدولية كالولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوربي:

1-3-1- تعريف الولايات المتحدة الأمريكية:تختلف وتتباين تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية حسب رؤية كل منظمة أو هيئة، فتعرف هيئة المشروعات الصغيرة المشروع الصغير على أنه شركة يتم ملكيتها وإدارتها بشكل مستقل وتكون غير مسيطرة في مجال عملها وغالبا ما تكون صغيرة الحجم، فيما يتعلق بالمبيعات السنوية وعدد العاملين بالمقارنة بالشركات الأخرى.[17]

أما إدارة المشروعات الصغيرة الأمريكية فقد وضعت جملة من المعايير التي تعتمد عليها لتحديد المشروع الصغير من أجل تقديم التسهيلات والمساعدات الحكومية، وإعفائه جزئيا من الضرائب ومن بين هذه المعايير نذكر:

- استقلالية الإدارة والملكية؛
- محدودية نصيب المؤسسة من السوق؛
- أن لا يزيد عدد العمال عن مائتين وخمسين عامل بالنسبة للمؤسسات الصغيرة وأن لا يتجاوز ألف وخمسمائة عامل في بعض الأحيان؛
- إجمالي الأموال المستثمرة لا يتجاوز تسعة مليون دولار كشرط؛
- لا تزيد القيمة المضافة عن أربعة ونصف مليون دولار؛
- لاتتعدى الأرباح الصافية المحققة خلال العامين الماضيين أربعمائة وخمسين ألف دولار؛

1-3-2- تعريف الاتحاد الأوربي:حدد التعريف المعتمد بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1996 من طرف الاتحاد الأوربي ويرتكز هذا التعريف على ثلاثة مقاييس: عدد المستخدمين، رقم الأعمال أو الميزانية السنوية، درجة استقلالية المؤسسة، حيث عرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي:[18]

- المؤسسة المصغّرة: هي مؤسسة تشغّل أقل من 10 أجراء؛

- المؤسسة الصغيرة: هي تلك التي توافق معايير الاستقلالية وتشغّل أقل من 50 أجيرا، وتنجز رقم أعمال سنوي لا يتجاوز 7 ملايين أورو، أو لا تتعدى ميزانيتها السنوية 5 ملايين أورو؛

- المؤسسة المتوسطة: هي تلك التي توافق معايير الاستقلالية، وتشغّل أقل من 250 عامل ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 40 مليون أورو، أو لا تتعدى ميزانيتها السنوية 27 مليون أورو؛

- لا تكون في حد ذاتها ممتلكة بنسبة 25% من قبل مؤسسة أخرى لا تنطبق عليها هذه المعايير؛

1-3-3- تعريف المشرع الجزائري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:لقد مر تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بمجموعة من المحاولات والتي كانت تحاول إعطاء مفهوم شامل وواضح لهذه المؤسسات إلا أنه كان يشوبها نوعا من النقائص، ويمكن التطرق للمرحلة الخامسة والتي عالجت النقائص التي كانت في المراحل السابقة:

وحرصا من المشرع الجزائري على أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وما تقوم به من أدوار على المستويين الاقتصادي والاجتماعي قام بتحديث التعريف الأخير الذي نص عليه القانون التوجيهي رقم18/01 حيث كان التعريف الجديد والذي نص عليه القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم02/17 هو: "أنهمهما كانت طبيعتها القانونية بأنّها: مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات والتي تشغل من عامل إلى 250 عامل ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 04 ملايير دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 01 مليار دينار جزائري، مع استيفائها لمعايير الاستقلالية.

بالإضافة إلى التعريف السابق تضمنالقانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم02/17 التفاصيل التالية:

- المؤسسة المصغّرة (الصغيرة جد): هي التي تشغّل مابين 01 إلى 09 عمال، وتحقق رقم أعمال أقل من 40 مليون دج، أو لا تتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 20 مليون دينار جزائري؛

- المؤسسة الصغيرة: هي التي تشغّل ما بين 10 إلى 49 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 400 مليون دينار جزائري، أو لا تتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 200 مليون دينار جزائري؛

- المؤسسة المتوسطة: هي مؤسسة تشغّل ما بين 50 إلى 250 شخص، ويكون رقم أعمالها مابين 400 مليون دينار جزائري 4 ملايير دينار جزائري، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين 200 مليون دينار جزائري و 01 مليار دينار جزائري؛

الجدول رقم01: الفرق في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين القانونين التوجيهين للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 18/01 و02/17

المؤسسة	السنوات	المعايير		
		عدد المستخدمون	رقم الأعمال****	الحصيلة (الميزانية) السنوية****
مصغرة	2001	من 01 إلى 09	أقل من 20 مليون دج	أقل من 10 ملايين دج
	2017		أقل من 40 مليون دج	أقل من 20 مليون دج
صغيرة	2001	من 10 إلى 49	أقل من200 مليون دج	أقل من100 مليون دج
	2017		أقل من400 مليون دج	أقل من200 مليون دج
متوسطة	2001	من50 إلى 250	من 200مليون إلى2مليار دج	من100إلى500مليون دج
	2018		من 400مليون إلى4ملايير دج	من200مليون إلى1 مليار دج

المصدر :من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

من خلال الجدول نستخلص أنّ تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يرتكز على ثلاثة مقاييس وهم:(المستخدمون، رقم الأعمال السنوي الحصيلة السنوية، والمؤسسة المستقلة). حيث عرف المشرع هذه المصطلحات كالأتي:

1- الأشخاص المستخدمون: عدد الأشخاص الموافق لعدد وحدات العمل السنوية بمعنى عدد العاملين الأجراء بصفة دائمة خلال سنة واحدة، أمّا العمل المؤقت أو العمل الموسمي، يعتبران أجزاء من وحدات العمل السنوي، والسنة التي يعتمد عليها هي تلك المتعلّقة بآخر نشاط حسابي مقفل.

2- الحدود المعتبرة لتحديد رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة: هي تلك المتعلقة بآخر نشاط مقفل مدّته 12 شهر.

3- المؤسسة المستقلة: كل مؤسسة لا تملك رأسمال بمقدار 25% فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ويمكن الإشارة إلى أنه في حالة ما إذا صنفت مؤسسة في فئة معينة وفقا لعدد عمالها وفي فئة أخرى طبقا لرقم أعمالها أو حصيلتها السنوية، تعطى الأولوية لرقم الأعمال أو مجموع الحصيلة السنوية.[19]

1-4-تطور تعداد قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ولاية المسيلة

عند نهاية عام 2017 بلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 10336مؤسسة بزيادة قدرت بـ:727 بالمقارنة مع عام 2016(9659 مؤسسة) موزعة على القطاع الخاص والقطاع العام كما في الجدول التالي:

الجدول رقم02: تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطةبالمسيلة

طبيعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	2016	2017	التطور	النسبة المئوية%
المؤسسات الخاصة	9552	10278	726	98.96
المؤسسات العامة	107	108	01	01.04
المجموع	9659	10336	727	100

المصدر:مديرية الصناعة والمناجم بولاية المسيلة، ديسمبر2017.

2-الإطار التطبيقي للدراسة

بعدما تطرقنا لماهية متغيرات الدراسة سيتم شرح المنهجية المتبعة مع وصف خصائص العينة، وأخير اختبار فرضية الدراسة وتحليل النتائج.

2-1-منهجية الدراسة ووصف العينة.

سنتناول في هذا الجزء المنهج العلمي المستخدم في الدراسة الميدانية والأدوات التي استعين بها في جمع المعلومات، بالإضافة إلى التعريف بمجتمع وعينة الدراسة ووصف أهم خصائصها، والأداة البحثية المستخدمة في جمع البيانات.

2-1-1- منهجية الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي لاستخدامه في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك، فهو لا يهدف فقط إلى جمع البيانات والمعلومات وتبويبها وعرضها بل إنه يشتمل كذلك على تحليل دقيق لهذه البيانات والمعلومات وتفسير عميق لها وسبر لأغوارها من أجل استخلاص الحقائق والتعميمات الجديدة التي تسهم في تراكم وتقدم المعرفة الإنسانية.

أما مصادر البيانات الأولية المتعلقة بالدراسة الميدانية فتمثلت في الاستمارة لمعرفة المؤشرات التيتستند عليها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة لمعرفة تنافسيتها، ثم نطرق لشرح الالية التي تم بها تصميم الاستمارة واخير اختبار صدقها وثباتها.

2-1-1-1- تصميم وتحكيم الاستمارة

أولا: تصميم الاستمارة: من أجل اختبار فرضية البحث فقد تم تصميم الاستمارة بشكل يحتوي على متغيرات الدراسة، فكان اعتمادنا على المعلومات الواردة في الادبيات من الجانب النظري لدراستنا(بالاستعانة ببعض الدراسات السابقة ذات الصلة)، فقمنا بصياغتها في عبارات تخدم ورقتنا البحثية، حيث قسمنا الاستمارة إلى قسمين كما يلي :

القسم الأول: يحتوي على المعلومات العامة لعينة الدراسة والتي تتعلق ببيانات المؤسسات، حيث تشتمل:(عدد العمال الدائمين (حجم المؤسسة)، مجال النشاط، طبيعة القطاع).

القسم الثاني: تطرقنا فيه إلى أهم مؤشرات قياس مستوى التنافسية على مستوى المؤسسة

والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم03: أقسام ومحاور الاستمارة

أقسام الاستمارة	عنوان القسم	محاور كل قسم		عدد البنود
		الرقم	عنوان المحور	
القسم الأول	معلومات عن المؤسسة	1	عدد العمال الدائمين (حجم المؤسسة)	3
		2	مجال النشاط	4
		3	طبيعة القطاع	4
القسم الثاني	أبعاد الدراسة	4	مؤشرات قياس مستوى التنافسية على مستوى المؤسسة	11
مجموع البنود				22

المصدر: من إعداد الباحثين

سنعتمد على سلم ليكارت الخماسي في القسم الثاني لاختبار الفرضية ومن ثم الإجابة على إشكالية البحث، وذلك وفق ما يلي:

الجدول رقم04: سلم ليكارت الخماسي (المحور الأول)

درجة الموافقة	1	2	3	4	5
الوزن المرجح	لا أتفق بشدة	لا أتفق	أتفق إلى حد ما	أتفق	أتفق بشدة

ثانيا: صدق الاستمارة: بعدما قمنا بعرض الاستمارة على مجمعة من المحكمين حيث قاموا بإعطاء بعض الملاحظات قمنا بإجراء التعديلات التي أتفق عليها أغلبية المحكمين، للخروج بهذه الاستمارة النهائية.

ثالثا: ثبات الاستمارة: حتى نتأكد من ثبات الاستمارة ومحاورها واختبار صلاحيتها تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة.

الجدول رقم05: ثبات الاستمارة

الرقم	المحور	معامل الثبات	معامل الصدق
1	مؤشرات قياس مستوى التنافسية على مستوى المؤسسة	0.889	0.942

المصدر: اعتمادا على بيانات الاستمارة باستخدام نتائجSPSS

من خلال الجدول نجد أن معامل ألفا كرونباخ أكبر من الحد الأدنى (0.6) في جميع محاور الاستمارة، مما يدل على ثبات أداة الدراسة، ومنه نستنتج أنأداة الدراسة التي أعددناها لمعالجة المشكلة المطروحة تمتاز بالثبات، وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

2-1-1-2-أساليب التحليل الإحصائي

قمنا باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS22 لإجراء التحليل الإحصائي، وذلك لاختبار فرضيات الدراسة، وقد قمنا بالاستعانة بالأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية :لبيان وصف خصائص مفردات العينة.

- المتوسط الحسابي: لعرض متوسطات متغيرات الدراسة.
- الإنحراف المعياري: لمعرفة درجة تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي.
- معامل الاختلاف: لإجراء المقارنة بين عبارات كل محور وترتيبهاحسب أهميتها
- معامل الثبات ألفا كرونباخ: يستخدم هذا المعامل لمعرفة درجة ثبات أداة الدراسة واتساقها الداخلي.
- اختبار شبيروويلك: لمعرفة طبيعةتوزيعبيانات الاستمارة ومدى معلميتها، ويستخدم عندما يكون حجم العينة أقل من 50
- اختبار ويلكوكسن: اختبار العينة الأحادية في حالة عدم اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي.

2-1-2- وصف خصائص العينة

سنعرف مجتمع وعينة البحث مع وصف عينة الدراسة من خلال البيانات العامة المحصلة عن طريق الاستمارة.

1-2-1-2- التعريف بمجتمع وعينة البحث

يتمثل مجتمع البحث في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة والتي تقدر:10336[20] مؤسسة خلال نهاية 2017، والمستهدفين في هذه الدراسة هم الذين لهم علاقة كبيرة بنشاط المؤسسة(المسير (مدير)، المالك (مسير)، إطارات الإدارة العليا من المؤسسة)، حيث تم توزيع استمارة واحدة لكل مؤسسة، حيث تم استرجاع 31 استمارة من بين 40.

2-1-2-2- وصف خصائص العينة من حيث البيانات العامةللمؤسسة

وصف أهم الخصائص المدروسة في النقاط التالية:

الجدول رقم06: خصائص عينة الدراسة

الرقم	المتغيرات	العبارات	النسبة	التكرار
01	حجم المؤسسة	مصغرة	25.80	08
		صغيرة	51.60	16
		متوسطة	22.60	07
02	نوع النشاط	زراعي (فلاحي)	09.70	03
		صناعي	48.40	15
		البناء والأشغال العمومية	16.10	05
		خدمي	25.80	08
03	طبيعة المؤسسة	عامة	09.68	03
		خاصة	87.10	27
		مختلطة	03.22	01
المجموع			100	31

المصدر: اعتمادا على بيانات الاستمارة باستخدام مخرجات SPSS

أولا - توزيع العينة حسب حجم المؤسسة:

من نتائج الجدول يتبين ان نسبة المؤسسات الصغيرة فاقت النصف (51.60%)، في حين تأت نسبة المؤسستين المصغرة والمتوسطة متقاربتين تقريبا وهما على التوالي(25.80%، 22.60%).

ثانيا- توزيع العينة حسب نوع النشاط:

من نتائج الجدول رقم السابق يتبين ان نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية بلغت نسبة (48.40%)، في حين تأت المؤسسات الخدمية في المرتبة الثاني بنسبة 25.80% ثم البناء والأشغال العمومية بنسبة 16.10% وأخير المؤسسات الفلاحية (الزراعية) بنسبة 09.70%.

ثالثا - توزيع العينة حسب طبيعة المؤسسة:

يتبين من خلال الجدول السابق رقم 06تبين أن نسبة المؤسسات الخاصة بلغت 87.10% في حين كانت نسبة المؤسسات العامة 09.68% وأخير المؤسسات المختلطة بنسبة ضئيلة جدا بـ 03.22% ، وهذا ما يفسر الاتجاه نحو الخوصصة وتشجيع المستثمرين الخواص.

2-2-اختبار فرضية الدراسةوتحليل النتائج:

سيتم اختبار فرضية الدراسة بمستوى ثقة 95% أي بمستوى دلالة 5%، وسيتم أولا اختبار مدى اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي من أجل تحديد الاختبار المناسب ، وبعد اختبار فرضية الدراسة وتحديد نتائجها سنقوم بتحليل وتفسير تلك النتائج التي أسفرت عليها الدراسة.

2-2-1- اختبار الفرضية:

H_0:لا يرتقي مستوى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة بولاية المسيلة إلى المستوى المطلوب عند مستو معنوية 0.05.

H_1: يرتقي مستوى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة بولاية المسيلة إلى المستوى المطلوب عند مستو معنوية 0.05.

أسفرت نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات هذا المحور على ما يلي:

الجدول رقم07: اختبار التوزيع الطبيعي لمحور التنافسية

الاختبار	كولموغروفسميرنوف			شبيرو ويلك		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
MEANIT	0.346	31	0.000	0.807	31	0.000

المصدر: اعتمادا على بيانات الاستمارة باستخدام نتائج SPSS

دلت نتائج إختبار شبيروويلك على أن قيمة sig معدومة وهي أقل من 0.05 وبالتالي البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وعليه يتم إختبار هذه الفرضية وفق اختبار ويلكوكسن

الجدول رقم08: نتائج اختبار ويلكوكسن

Récapitulatif du test d'hypothèse

	Hypothèse nulle	Test	Sig.	Décision
1	La médiane de meancomp est égale à 3,000.	Test de rang signé de Wilcoxon d'un seul échantillon	,000	Rejeter l'hypothèse nulle.

Les significations asymptotiques sont affichées. Le niveau d'importan est ,05.

المصدر:إعتمادا على مخرجات بيانات الاستمارة باستخدام برمجية SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة sig معدومة، وبالتالي فهي أقل من 0.05، وهذا معناه أننا نرفض H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1على أساس أن مستوى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة يرتقى للمستوى المطلوب عند مستوى 0.05.

2-2-2- تحليل نتائج الدراسة

بعد اختبار فرضية الدراسة وتحديد نتائجها؛ سيتم تحليل وتفسير تلك النتائج التي أسفرت عليها، ولأجل ذلك سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك معاملات الاختلاف بغرض ترتيب درجات أهمية مختلف مؤشرات قياس تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة.

2-2-2-1-تحليل نتائج اختبار الفرضية

يتضمن الجدول التالي أهم المؤشرات التي يمكن بها ان نقيس تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة.

الجدول رقم 09: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لعبارات الاستمارة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب حسب درجة الأهمية
مؤشرات قياس تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة	1.تحقق المؤسسة ربحية بصفة مستمرة	03.74	0.682	18.23	11
	2.تتحكم المؤسسة في تكاليف إنتاج منتجاتها بشكل جيد	03.87	0.619	16.00	10
	3.تعمل مؤسستكم على زيادة الكميات المنتجة لتحقيق وفرات الحجم	03.94	0.512	13.00	08
	4.تجد مؤسستكم سهولة في التحكم في تحديد أسعار منتجاتها	03.94	0.442	11.21	03
	5.تسيطر مؤسستكم على جزء هام (معتبر) من السوق	03.74	0.682	18.23	11
	6.منتجاتكم تلبي رغبات وأذواق العملاء بما يتفق وتوقعاتهم	04.00	0.516	12.90	05
	7.يتم تقييم مستوى جودة منتجاتكم من خلال أراء العملاء	03.97	0.407	10.25	02
	8.تحافظ مؤسستكم على الخصائص الجوهرية للمنتج عند إجراء تغيرات عليه	04.10	0.473	11.53	04
	9.يتم استخدام موارد المؤسسة بما يتلاءم وقدراتها	04.00	0.516	12.90	05
	10.يتم تحقيق الأهداف المسطرة بشكل مستمر	03.94	0.512	12.99	07
	11.تحرص مؤسستكم على وصول منتجاتها عبر قنوات التوزيع في الوقت المناسب.	04.03	0.547	13.57	09
	التنافسية	03.933	0.37404	09.51	01

المصدر: اعتمادا على بيانات الاستمارة باستخدام نتائج مخرجات SPSS

من الجدول يتبين أن أغلب متوسطات إجابات المستجوبين تفوق قيمة المتوسط المعياري ماعدا البنود: (1،2،5)، مما يدل على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة تعطي أهمية لأغلب مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة ، وهذا شرح لمختلف العناصر حسب الأهمية:

- ✓ المؤسسات محل الدراسة تقوم بتقييم مستوى جودة منتجاتها بإعطاء اهمية بالغة لأراء واقتراحات العملاء وهذا مما يكسب المؤسسات محل الدراسة ميزة تنافسية يجعلها قادرة على تلبية احتياجات العملاء أفضل من المنافسين؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة تقوم بتقييم مستوى جودة منتجاتها بإعطاء اهمية بالغة لأراء واقتراحات العملاء وهذا مما يكسب المؤسسات محل الدراسة ميزة تنافسية يجعلها قادرة على تلبية احتياجات العملاء أفضل من المنافسين؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة تجد سهولة في تحديد أسعار منتجاتها مقارنة بالمنافسين مما يدل على أنها تقلل من هوامش الربح او تخفض بدرجات كبيرة من تكاليف إنتاج منتجاتها؛

- ✓ المؤسسات محل الدراسة تركز على المحافظة على الخصائص الجوهرية لمنتجاتها وهذا ما يكسبها ثقة من طرف العملاء؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة قادرة على استخدام مواردها بما يتوافق وقدراتها؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة قادرة على تلبية احتياجات وأذواق العملاء بما يتوافق مع رغباتهم وتوقعاتهم؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة تحقق اهداف بشكل مستمر بما يكسبها القدرة على الاستقرار والاستمرار بين المنافسين؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة تعمل على زيادة الكميات المنتجة لتستفيد من مزايا وفرات الحجم؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة تحرص بشكل جيد على وصول منتجاتها عبر قنوات توزيع ملائمة وفي الوقت المناسب لمختلف عملائها؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة تتحكم في تكاليف إنتاج منتجاتها لكن ليس بالشكل الكبير؛
- ✓ المؤسسات محل الدراسة تسيطر على جزء هام من السوق وكذلك تحقق أرباح مستمرة بشكل قليل؛

من خلال ما سبق تبين أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة لها قدرة تنافسية تمكنها من الاستقرار والاستمرارية في نشاطها، وهذا من خلال إعطاء أهمية لأراء العملاء عند تقييمها لمستوى جودة منتجاتها، كما أنها لا تجد صعوبة في تحديد أسعار منتجاتها بالإضافة إلى أنها تحافظ على الخصائص الجوهرية لمنتجاتها عند إجراء التغيرات عليها.

خاتمة:

بعد تناولنا لأهم المفاهيم المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة إلى التنافسية ومؤشرات قياسها على مستوى المؤسسات، وبعد اختبار فرضية الدراسة تم التوصل إلى أن قبول الفرضية البحثية المتضمنة لما يلي:

H_1: يرتقي مستوى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة بولاية المسيلة إلى المستوى المطلوب عند مستو معنوية .0.05

فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة محل الدراسة تعمل على:

- ✓ تقوم بتقييم مستوى جودة منتجاتها بإعطاء اهمية بالغة لأراء واقتراحات العملاء وهذا مما يكسبها قدرة تنافسية تجعلها قادرة على تلبية احتياجات العملاء أفضل من المنافسين؛
- ✓ تجد سهولة في تحديد أسعار منتجاتها مقارنة بالمنافسين مما يدل على أنها تقلل من هوامش الربح او تخفض بدرجات كبيرة من تكاليف إنتاج منتجاتها؛
- ✓ تركز على الخصائص الجوهرية لمنتجاتها وهذا ما يكسبها ثقة من طرف العملاء؛
- ✓ لها القدرة على استخدام مواردها بما يتوافق وقدراتها؛
- ✓ قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تلبية احتياجات وأذواق العملاء بما يتوافق مع رغباتهم وتوقعاتهم؛
- ✓ تحقق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة اهدافها بشكل مستمر لكن ليس بالقدر المطلوب مما يفرض عليها مضاعفة المجهود لكي تكون قادرة على الاستقرار والاستمرار بين المنافسين؛
- ✓ تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة على زيادة الكميات المنتجة لتستفيد من مزايا وفرات الحجم؛
- ✓ تحرص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة بشكل جيد على وصول منتجاتها عبر قنوات توزيع ملائمة وفي الوقت المناسب لمختلف عملائها؛
- ✓ تتحكم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة في تكاليف إنتاج منتجاتها لكن ليس بالشكل الكبير؛

✓ تسيطر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المسيلة على جزء هام من السوق يجعلها وكذلك تحقق أرباح مستمرة، لكن ليس بالقدر الذي يجعلها قادرة على الصمود في المنافسة للأمد الطويل؛

الاقتراحات:

من خلال النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- ✓ مواصلة التركيز على أراء واقتراحات العملاء والتي من شانها تقوي جودة منتجاتها
- ✓ المحافظة على طريقة تحديد أسعار منتجاتها مقارنة بالمنافسين، مع التركيز أكثر على تخفيض التكاليف.
- ✓ مواصلة المحافظة على الخصائص الجوهرية لمنتجاتها.
- ✓ التركيز أكثر على الاستخدام المثل لمواردها بما يتوافق وقدراتها الانتاجية.
- ✓ الاستمرارية في تلبية احتياجات وأذواق العملاء بما يتوافق مع رغباتهم وتوقعاتهم.
- ✓ إعادة النظر في الأهداف المسطرة و مضاعفة المجهودات من أجل القدرة على تحقيقها باستمرار.
- ✓ العمل على زيادة الكميات المنتجة للاستفادة اكثر من وفرات الحجم.
- ✓ المحافظة على قنوات التوزيع مع العمل على تحسينها بشكل يسمح لها اكثر بتلبية احتياجات العملاء في الوقت المناسب.
- ✓ المحافظة على الحصص السوقية الحالية مع مضاعفة المجهودات لكسب حصص سوقية جديدة.

المراجع والاحالات

[1]Bulletin D'informations Statistique De La PME, N31, Ministère De L'industrie Et Des Mines, Alger, Edition Novembre2017, p09.

* هي جميع العوامل والقدرات التي تمكن المؤسسة أو القطاع او الدولة من التنافس بشكل أفضل و تحقيق موقع تنافسي ملائم له

[2]محمد ناصر سامر المصطفى، إدارة التنافس في المشروعات الصغيرة، منشورات جامعة دمشق مركز التعليم المفتوح، سوريا، 2015، ص31

** فهي التي تميز المؤسسة أو القطاع او الدولة عن باقي منافسيها في إحدى مجالات التنافس كالتكلفة الأقل، الجودة، والسعر، سرعة الاستجابة لطلبات العملاء، ....الخ.

[3]فريد النجار، المنافسةوالترويج التطبيقي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000، ص11

[4]فرحات غول، مؤشرات تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل العولمة الاقتصادية، - دراسة حالة المؤسسات الجزائرية -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص24.

[5]بوازيد وسيلة، مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف1، الجزائر،2012/2011، ص08.

[6]Ahmed Bounfour , Le Management Des Ressources Immatérielles, Dunod, Paris, 1998, P217.

[7]بوازيد وسيلة، مرجع سابق، ص09.

***القدرة على تحجيم الفاقد في الموارد المتاحة للمؤسسة وذلك من خلال استخدام الموارد بالقدر المناسب وفق معايير محددة.

[8]كلثوم كبابي، التنافسية وإشكالية الاندماج في الاقتصاد العالمي دراسة حالة الجزائر المغرب تونس، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر،2008، ص05.

[9]كلثوم كبابي، نفس المرجع، ص ص5-6

[10]كلثوم كبابي، نفس المرجع، ص6

[11]عبد الحكيم عبد الله النسور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، الجمهورية العربية السورية، 2009،ص16.

[12]لزهر العابد، إشكالية تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه ،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة2، الجزائر2013، ص41

[13]بالاعتماد على وبتصرف:

- عميش عائشة، مؤشرات قياس التنافسية ووضعيتها في الدول العربية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف10/9 نوفمبر 2010 ص ص 4-5
- محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، العدد 24، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003، ص11.
- لزهر العابد، مرجع سابق، ص43

[14]علاء فرحات طالب، أميرة الجنابي، إدارة المعرفة: إدارة معرفة الزبون، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص156

[15]Porter Michael, L'avantage Concurrentiel comment devancer ses concurrent et maintenir son avance, trad de Lavergne, 2éme edition, Paris, Dunod, 1999, p93.

[16]لزهر العابد، مرجع سابق، ص44 بتصرف

[17]محمد صالح الحناوي، محمد فريد الصحن، مقدمة في المال والأعمال، الدار الجامعية، مصر 1999، ص63.

[18]المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، تقرير من أجل سياسة لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر،الدورة العامة العشرون، جوان، 2002،ص6

**** يمكن وبصفة استثنائية مراجعة الحدود المتعلقة برقم الأعمال ومجموع الحصيلة السنوية حسب التغيرات المالية والاقتصادية ذات الأثر المباشر على سعر الصرف. وهذا حسب المادة:09 من القانون رقم:18/01 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من المدونة، ص19.

[19]القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حسب القانون رقم:02/17.

[20] مديرية الصناعة والمناجم بولاية المسيلة، 2017.

[21] القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حسب القانون رقم: 18/01.