

تحديات التجديد التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

The Challenges of Technological Innovation in Micro and Medium Enterprises

د: سميرة سطوطاح

جامعة خالد- السعودية.

samira_malek21@yahoo.fr

الملخص:

في اقتصاديات الأسواق العالمية تعد أفضل طريقة للنمو هي ألا تنتظر ما يأتي به المستقبل، بل تصنع طريقك إليه عبر الابتكار والتجديد والاستثمار والتفوق المعرفي الذي يعد هو بحد ذاته ميزة تنافسية. وفي هذا السياق تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة بالتوجه نحو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل في ظروف مختلفة لما كان من قبل، خاصة مع التطور التكنولوجي، وتبني المؤسسات للتجديد التكنولوجي والمعلوماتية لإدارة علاقتها مع الزبائن، وتعتبر هذه الطفرة التكنولوجية أسلوباً حديثاً لابتكار واكتساب المزايا التنافسية، ولهذا سلطنا الضوء في بحثنا على مناقشة رهانات وتحديات التجديد التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: التجديد التكنولوجي - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - التحديات - الميزة التنافسية.

Abstract:

In the economics of global markets, the best way to grow and develop is not to wait for what the future would bring for you, but to make some steps forward to it through innovation, renewal, investment and excellent knowledge which in itself is a competitive advantage.

In this context, there has been an increasing trend in the recent years towards Micro and Medium-sized Enterprises operating in different circumstances and conditions than before, especially with the technological development, and the adoption of institutions the technological innovation and information to manage their relationship with customers, and this technological leap is a new method of innovation to gain competitive advantages, and for this reason we have discussed the betting and challenges of the technological innovation in micro and medium-sized enterprises.

Key words: Technological innovation, small and medium enterprises, the challenges, the competitive advantage

إن ما يميز بيئة الأعمال الحالية لأغلب المؤسسات مبدأ ثابت وحيد وهو التغيير، حيث القاعدة الأكثر أهمية في النمو والتطور هي المنافسة ، وفي هذه البيئة التي تزداد فيها المؤسسات بشكل لم يسبق له مثيل، حيث الأسواق تتحول، والتكنولوجيا تتطور، والمنتجات تتقدم، والعمليات تتغير بسرعة، فإنه من الصعب على المؤسسات أن تحقق أهم أهدافها وهو البقاء والاستمرار دون التميز، حيث يمكن التميز في عدة مجالات ولعل أحد هذه المجالات التجديد التكنولوجي. وهو ما تبحث عنه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليوم، وذلك باعتبارها نسيجاً قطاعياً مميزاً له القدرة على التأقلم والتقليل من الانعكاسات السلبية للمؤسسة الكبيرة، وزاد اهتمام المنظمات الدولية في مختلف بلدان العالم بنشاط وفعالية أداء هذه المؤسسات حتى باتت محور برامجها التنموية، وبهذا لم يعد التجديد التكنولوجي حكراً على المؤسسات الكبيرة بل أصبح أكثر طلباً في هذا النوع من المؤسسات.

I - تحديد المفاهيم:

1- مفهوم التكنولوجيا:

يعد لفظ "تكنولوجيا" من أكثر الألفاظ استخداماً -حتى من قبل المواطن العادي-، ويبدو أنه بقدر ما يزداد الغموض فقد اكتسب لفظ التكنولوجيا الكثير من المرونة وأصبح يعني أشياء مختلفة تختلف حسب مستخدم اللفظ المذكور.

وترجع كلمة تكنولوجيا في الأصل إلى الإغريق وتتكون من مقطعين أساسيين "Techno-Logia" حيث **Techno** تعني الفن والحرفة و**Logia** تعني الدراسة والعلم، وبالتالي فإن التكنولوجيا هو العلم الذي يعنى بالتفكير الذي يستهدف التطبيق المنهجي للبحوث والنظريات وتوظيف عناصر بشرية وغير بشرية في مجال معين، لمعالجة مشكلاته وتصميم الحلول العلمية المناسبة لها، وتطويرها واستخدامها وإدارتها وتقويمها لتحقيق أهداف محددة ويتم هذا الأخير عن طريق ثلاث عمليات:

1. المدخلات؛

2. العمليات؛

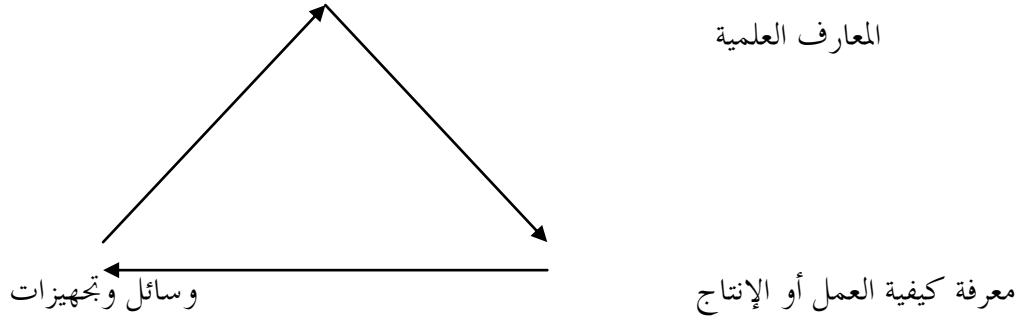
3. المخرجات. (DE MAGERIE V., 2009, p.18)

تعرف التكنولوجيا بأنها "مجموعة المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية، سواء على المستوى الفردي أو المجتمع". (MENCHER A., 1972, p.22)

وتعرف التكنولوجيا أيضاً بأنها "جملة مركبة من المعارف والوسائل والتجهيزات المنظمة من أجل تحقيق عملية الإنتاج". (سلمان س.، 1986، ص.110)

كما تعرف على أنها "جملة مركبة من المعارف، الوسائل، التجهيزات ومعرفة كيفية عمل أو إنتاج المنظمة من أجل تحقيق عملية الإنتاج". والشكل الآتي يوضح لنا مختلف مركبات التكنولوجيا.

الشكل رقم (01): مفهوم التكنولوجيا



J., Bruno M., (1991), *le management des technologies, les Source : Ribout éditions d'organisation, Paris, p 16.*

ويضيف فرانسوا روسو "François Russo" أن التكنولوجيا هي "مجموعة من العناصر التي تمزج فيما بينها، وهذه العناصر هي: تدوين القوانين، الشرح، التركيب والاقتراح. كما أن التكنولوجيا تتجلى كوسيلة لرفع إنتاجية العمل ووضع موارد العلم، وفي خدمة التقدم وترقية الإنسان". (LE OUFF R., 1999, p.1280)

2- مفهوم التجديد التكنولوجي:

هناك عدة تعريفات حاولت توضيح معنى مصطلح التجديد التكنولوجي حيث استعمل هذا الأخير بالمعنى الحديث لأول مرة من طرف الاقتصادي شومبيتر، بقوله إن التجديد التكنولوجي هو التغيير المنشأ أو الضروري، وقد ورد هذا التعريف في القاموس الإنجليزي "OED" (L'oxford English Dictionary) حيث يقول " لا يجب الخلط بين التغييرات المستمرة والمتصاعدة والتغييرات المفاجئة أو الطارئة، ونحن لا نفهم إلا التعديلات في دورة الحياة الاقتصادية التي تتولد من الاقتصاد نفسه عن طريق التطور. وعرف شومبيتر التجديد التكنولوجي كالتالي: "تنفيذ تركيبية أو توليفة إنتاجية جديدة، ومثله في الحالات الخمس التالية:

1. تصنيع منتج جديد .

2. إدخال طريقة إنتاج جديدة .

3. فتح سوق جديدة .

4. الحصول على مورد جديد للمواد الأولية .

5. إنشاء تنظيم جديد مثل خلق وضعية احتكار.

وقد حصر شومبيتر مفهوم التجديد التكنولوجي في الحالتين الأولى والثانية، أي تصنيع منتجات جديدة وإدخال طريقة إنتاج جديدة أو تحسينها. (BELLON B., et all, 1994, p.193-194)

وبعداه اهتم العديد من الكتاب بموضوع التجديد التكنولوجي حيث نورد عدة تعريفات فيما يلي:

عرفته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "OCDE" "التجديد التكنولوجي يغطي المنتجات الجديدة، والأساليب الفنية، ويكتمل عندما يتم إدخاله إلى السوق، أو استعماله في أساليب الإنتاج، ومن هنا فالتجديدات التكنولوجية تدخل كل أشكال النشاطات العلمية، والتكنولوجية، والتنظيمية، والمالية والتجارية". (OCDE, 1994)

وعرف الاقتصادي موران "J.Morin" سنة 1986 التجديد التكنولوجي على أنه "وضع حيز التنفيذ أو استغلال التكنولوجيا الموجودة، والتي تتم في شروط جديدة، وترجم بنتيجة صناعية". (LE DUFF R., 1999, p.1524)

أما قاموس "Petit Robert" فعرف في سنة 1992 التجديد التكنولوجي أنه "إدخال شيء جديد غير معروف". (LE LOANE S., BLANCO S., 2012, p.48)

3 - مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

بالرغم من صعوبة تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فإننا سنقوم بمناقشة أهم التعريفات والتصنيفات التي قدمتها مختلف الدول وكذا الهيئات الدولية لاكتشاف مدى الاختلاف في التصنيف الموجود بينها وبين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، ولهذا نجد:

1- البنك الدولي ومنظمة العمل الدولية:

صنف البنك الدولي ومنظمة العمل الدولية هذه المؤسسات إلى: (بلخياط ج.، 2006، ص.346)

- المؤسسات الفردية: وهي المؤسسة التي يعمل بها من 01 إلى 05 عمال وقيمة الأصول الثابتة بها بخلاف الأرض والمباني لا تتجاوز 4000 دولار أمريكي.
- المؤسسات الصغيرة: وهي التي يعمل بها أقل من 15 عاملا ولا تزيد قيمة الأصول الثابتة بها بخلاف الأرض والمباني عن 4000 دولار أمريكي.
- المؤسسات المتوسطة: يعمل بها أكثر من 15 عامل وتزيد قيمة الأصول الثابتة بها بخلاف الأرض والمباني عن 10000 دولار أمريكي.

الاتحاد الأوروبي:

عرفت اللجنة الأوروبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كالاتي: (فتات ف.، عمراني ع.، 2006، ص.489)

- المؤسسة المتوسطة: هي كل مؤسسة تشغل بين 50 و249 عامل ورقم أعمالها السنوي أقل من 40 مليون أورو وميزانية سنوية تتعدى 27 مليون أورو.
- المؤسسة الصغيرة: كل مؤسسة تتمتع بالاستقلالية وتشغل ما بين 10 إلى 49 عامل ورقم أعمالها السنوي يساوي على الأقل 7 مليون أورو أو حصيلة سنوية لا تتعدى 5 مليون أورو.

- المؤسسة المصغرة: هي التي تشغل من 01 إلى 09 عمال وذات رقم أعمال سنوي لا يتجاوز 20 مليون فرنك.

2- الولايات المتحدة الأمريكية:

تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية على أساس عدد العمال كما يلي: (بن منصور ع.، غوتي ب.، 2006، ص.542)

- المؤسسة المجهريّة من 1 فرد إلى 9 أفراد.
- المؤسسة الصغيرة من 10 أفراد إلى 199 فردا.
- المؤسسة المتوسطة من 200 فرد إلى 499 فردا.
- المؤسسة الكبيرة من 500 فرد فأكثر.

3- الجزائر: (بلوناس ع.، 2006، ص.126)

عرف القانون الجزائري في المادة الرابعة من القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصادر سنة 2001، أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية فإنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات:

- تشغل من 1- 250 شخص.
- لا يتعدى رقم أعمالها السنوي 2 مليار دينار أو لا يتعدى مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دج.
- تستوفي معايير الاستقلالية.

ويمكن تلخيص تعريف المشرع الجزائري للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): معايير التمييز بين حجم المؤسسات في الجزائر

المعايير المؤسسة	العمالة الموظفة	رقم أعمال السنوي (مليون دينار)	الخصيلة السنوية (مليون دينار)
المؤسسة المصغرة	من 1- 9	>20	>10
المؤسسة الصغيرة	من 10- 49	>200	>100
المؤسسة المتوسطة	من 50- 250	200 إلى 2000	100 إلى 500

المصدر: صالح ع.، (2007)، منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بين متطلبات التطوير ومعوقات التمويل، مجلة الاقتصاد المعاصر، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، العدد 02، ص.104.

في الجزائر لم يكن هناك أي تعريف قانوني محدد لهذا النوع منذ الاستقلال إلى غاية 12 ديسمبر 2001، تاريخ صدور القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك لأجل الانسجام مع المعطيات الجديدة وخاصة بعد انضمام الجزائر إلى المشروع المتوسطي، وكذلك توقيعها على الميثاق العالمي حول المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في جوان 2000، ومحاولات انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة (OMC)، حيث وجدت الجزائر نفسها مجبرة على إيجاد تعريف ومعايير محددة لهذا النوع المؤسسات. ولقد أخذ القانون الجزائري بنفس التعريف المطبق في الاتحاد الأوروبي، حيث عرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها كل مؤسسة إنتاج سلع أو خدمات:

• تشغل من 1 إلى 250 عاملا.

- لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دج ولا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دج.
 - تستوفي معايير الاستقلالية أي كل مؤسسة لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25 ٪ فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. (بريش أ.، 2007، ص.66)
- ولقد فصل القانون التوجيهي في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مواده؛ فالمادة 05 تعرف المؤسسة المتوسطة بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 شخصا، ويكون رقم أعمالها ما بين مائتي (200) مليون وملياري (02) دج أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة (100) وخمسمائة (500) مليون دينار. أما المادة 06 فقد عرفت المؤسسة الصغيرة بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي (200) مليون دج أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة (100) مليون دج. وأخيرا المادة 07 عرفت المؤسسة المصغرة بأنها مؤسسة تشمل من عامل (01) إلى (09) عمال وتحقق رقم أعمالها أقل من عشرين (20) مليون دج أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرة (10) ملايين دج.

II – علاقة التجديد التكنولوجي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

1- التجديد التكنولوجي وحجم المؤسسة (كبيرة أو صغيرة):

قد يتصور البعض من أول وهلة أن المؤسسة كبيرة الحجم وبما تتوفر لها من إمكانيات مادية وبشرية وتكنولوجية هي أكثر تجديدا وإبداعا من المنشآت صغيرة الحجم دائما، إلا أن هذا الرأي ليس حالة مطلقة، فإذا كانت بعض المؤسسات الكبيرة لها ما ذكرنا، فإن صعوبات ضخامة الحجم ومعوقاتها قد تقف حائلا دون تحقيق التجديد التكنولوجي المنشود. والحقيقة أن كلا النوعين له مميزات يتفوق بها على النوع الآخر في هذا المجال. فبالنسبة للمؤسسات الكبيرة الحجم يمكن تشخيص مزاياها التجديدية (Innovation Advantage) بالآتي: (CHARRIERE S., 2003, p.24)

➤ إن النشاط التجديدي يتطلب كلفة ثابتة عالية ومن ثم يخلق اقتصاديات حجم لا تستطيع استثمارها إلا المؤسسات كبيرة الحجم.

➤ إن بعض المؤسسات الكبيرة الحجم هي في الغالب التي تجازف باللجوء إلى التجديد التكنولوجي وسيلة لسد أرباحها، مع العلم أن وسائل كثيرة يمكن اللجوء إليها لتحسين أوضاع هذه المؤسسات.

➤ إن الاستثمار في البحث والتطوير يحتمل مخاطرة عالية والمؤسسات الصغيرة لا تستطيع تحمل هذا، لأنها ستعرض إلى المجازفة بوجودها في حال إخفاق التجديد أو عدم تحققه بالكامل.

➤ إن اقتصاديات الحجم الكبير تفتح الأبواب لاقتصاديات التنوع بالمنتجات ومن ثم فتح أبواب البحث والتطوير الجديدة واقتصاديات الحجم الكبير لا تتحقق للمؤسسات صغيرة الحجم.

➤ إن التجديد الذي يؤدي إلى تخفيض التكاليف بنسبة محددة ينتج عنه هوامش أرباح عالية جدا للمؤسسات الكبيرة الحجم تفوق ما يحصل للمؤسسات صغيرة الحجم.

إن وجهة النظر المشار إليها أعلاه لم تمنع الكثير من الباحثين من أن يجدوا حججا كافية لبيان ميزات المؤسسات الصغيرة في هذا المجال الذي تعظم فيه قدراتها الإبداعية (التجديدية) في مواجهة المؤسسات كبيرة الحجم. فالميزات المذكورة هي نواحي قصور أو عيوب في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولكن هذا لا يعني أنه ليس بالإمكان التغلب على بعضها على الأقل، كذلك لا يعني عدم وجود ميزات، إلا أن هناك إقبالا واسعا على اقتناء المؤسسات الصغيرة من قبل المؤسسات الكبيرة وتخصيصها بالكامل للتجديد التكنولوجي والبحث والتطوير كما هو الحال مع كبرى شركات صناعة الأدوية في العالم، حيث تقوم المؤسسات الكبرى بشراء أو الاندماج مع مختبرات صغيرة للاستفادة من قدراتها البحثية.

2 - دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجديد التكنولوجي:

للتجديد التكنولوجي والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة علاقة وثيقة، حيث إن كلا منهما يخدم الآخر ويكمله. ولكي تتضح الفكرة أكثر سنسلط الضوء على دور كل منهما.

أ - دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجديد التكنولوجي:

إن دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة متميز في عملية التجديد التكنولوجي، فهي لا تحمل أهمية التحسينات الصغيرة والتجديدات الطفيفة ولا تقلل من شأنها. وهي بذلك تسهم إسهاما عظيما في عملية الإنتاج والتصنيع، وبالتالي التنمية بصفة عامة، وذلك للأسباب التالية: (أو كيل م.، 1994، ص. 41)

- تدار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قبل المقاول في تفحص البيئة واكتشاف الفرص فيها، ومن ثم انتهازها، في حين أن المؤسسات الكبيرة تدار من المديرين الذين هم أكثر ارتباطا بالحالة القائمة ومزاياها.
- بساطة هيكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوجهها نحو النشاط الأساسي (منتج جديد أو محسن، خدمة جديدة أو محسنة)، على خلاف المؤسسات الكبيرة التي عادة ما تنشئ وظائف كثيرة تتقاسم الاهتمام مع النشاط الأساسي مما يجرمها فرصة التركيز للموارد والمواهب والاهتمام.

- تتسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالرشاقة وخفة الحركة في التغيير بفعل الحجم، كما أن الاستثمارات المحدودة تجعل الانتقال إلى الجديد أقل مخاطرة بكثير مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.
- عادة ما تكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أقرب إلى السوق، وبالتالي تكون أكثر تفاعلا مع التغييرات الآنية والسريعة في السوق مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.
- عادة ما تطرح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منتجات أو طرائق إنتاج جديدة في أسواق ضيقة ومحددة لا تغري المؤسسات الكبيرة للدخول فيها نظرا لتواضعها فلا تنافسها وبالتالي يكون أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجالاً أكبر للتجديد.

ب- دور التجديد التكنولوجي في تطور نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يفرض الواقع الجديد عدة متغيرات تجعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقف على مفترق الطرق: (زايد م.، 2010، ص 20)

- فإما أن تتكيف مع ما يحدث من تغيرات عالمية وتندمج في الجو الحديث.
 - وإما أن تمش.
- لذا على جميع المنظمات أن تتعلم كيف تتعامل مع المتغيرات الجذرية التي يشهدها الاقتصاد العالمي ولا بد أن تتكيف معها إذا أرادت الاستمرار، ويحدث هذا إذا استطاعت الاستفادة من تحرير الأسواق، والتقدم التكنولوجي خصوصا في مجال المعلومات وتطبيقات التكنولوجيا الجديدة وزيادة تعبئة عوامل الإنتاج. وهنا نلمس دور التجديد التكنولوجي الذي يمكنها من كل ذلك.

III - توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو استخدام التكنولوجيا :

هناك العديد من المؤشرات التي تدل على التوجه التدريجي العالمي إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلى غرارها المؤسسات وتبني الاقتصاد الرقمي، ومن بينها بروز قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بوصفه قطاعا إنتاجيا وخدميهما، إذ كان الاقتصاديون يقسمون النشاط الاقتصادي في العموم إلى ثلاثة قطاعات هي الزراعة، والصناعة والخدمات. فهذا التقسيم أصبح تقليديا بحيث أضاف علماء الاقتصاد قطاعا رابعا وهو قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال محمدا في مجموعة من الأنشطة سواء كانت خدمات أو سلعا. (APRIL D., 1999, p.2)

بالإضافة إلى المنافسة الشديدة بين شركات الاتصالات ومزودي خدمات الإنترنت، توجه بعض المؤسسات الكبرى إلى الاستثمار في مجال الاتصالات، مما أدى إلى خفض وانتشار الخدمات الهاتفية بصورة كبيرة جدا بمختلف أشكاله من هاتف ثابت إلى هاتف محمول، متعدد التطبيقات المختلفة لهذه الهواتف التي توفر العديد من التطبيقات، ومنها الدخول إلى شبكة الإنترنت، وهذا ما أدى بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المنتشرة عبر العالم إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمختلف أشكالها وعلى مستويات مختلفة من الكثافة، وهذا نظرا للعديد من الأسباب.

IV - الواقع الراهن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

بعد التحول الاقتصادي الذي عرفته الجزائر تقوم الدولة بواجباتها، بمرافقتها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يخص إنشاء مختلف هيئات الدعم، الحكومية منها والمستقلة، حيث أصبح هذا النوع من المؤسسات عنصرا حيويا في الثقافة المقاولاتية لمختلف المتعاملين الاقتصاديين، كما أصبح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دور كبير في تنمية الاقتصاد الوطني، يتجلى من خلال معدل نمو تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

● معدل نمو تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

أصبح هذا المؤشر حسب نشرية المعلومات الاقتصادية لسنة 2012 التي تقدمها وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يستقطب الملاحظين وأصحاب القرار من الاقتصاديين والسياسيين تدريجيا، حيث منحوه اهتماما خاصا باعتباره مقياسا لتوجهات العملية الاقتصادية. ويعتمد هذا المقياس على مؤشرين هما عدد المؤسسات المصرح بها، وعدد العمال الذي تشغلهم. وفيما يلي نقوم بتقديم معدل نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في الفترة (2005-2011). (كساب ع،، 2003، ص.34) ويمكن توضيح تطور عددها من الجدول التالي:

جدول رقم (06): تنامي عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
العدد	177365	159507	179893	261863	288587	312956	342788
السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
العدد	376767	410959	519526	570838	607297	659660	700000

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية، نشرية المعلومات الإحصائية، سنوات 2006-2007-2008-2009-2010-2011-2012.

من التسلسل السنوي لتعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، نلاحظ تطورا كبيرا حدث في القطاع حيث وصل عددها حتى نهاية السداسي الأول من سنة 2012 إلى 700000 مؤسسة، بعد أن كان 312956 في سنة 2004. فخلال تسع سنوات تجاوز عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ثلاث أضعاف ما كان عليه سنة 2004.

V - الدور الوظيفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية:

تحدد دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ابتداء من المخطط الرباعي الثاني، حيث كان ينظر لها كمؤسسات تعمل على مشاركة الصناعات الكبيرة وباقي القطاعات (السكن، والصحة، والتعليم...) في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي ترمي إليها الاستراتيجية التنموية. ومع سنوات الثمانينات وفي إطار السياسة الاقتصادية الجديدة تزايد الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تأهيلها لتلعب دورا إضافيا يتمثل في تنوع النشاط الاقتصادي الجزائري الذي تدهور بسبب الأزمة الاقتصادية. وبذلك أصبح لهذه المؤسسات دور كبير وفعال في الاقتصاد الجزائري، هذا الدور الذي نوجز أهم صوره فيما يلي: (بن ساحة م.، 2011، ص.67-70)

أ- تلبية الحاجيات الجارية للسكان:

مع بداية تنفيذ المرحلة الثانية، وجه الاهتمام نحو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية التي يمكن من خلالها امتصاص الاختلالات المسجلة على صعيد القطاعات والفروع الصناعية التي لها علاقة مباشرة بتلبية الحاجيات الأساسية للسكان، كمؤسسات قطاع البناء، ومؤسسات الخدمات. وبين الحاجيات الجارية للسكان والتي تؤدي فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية دورا كبيرا. وعن خصوصيتها ودورها الفاعل في إحداث التنمية الاقتصادية، نجد:

أ-1 توفير مناصب العمل: للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دور كبير في توفير مناصب الشغل والتخفيف من البطالة في الجزائر. فلقد كانت البداية مع عملية إعادة هيكلة المؤسسات العمومية، حيث تم تفكيك الاستثمارات الكبيرة إلى استثمارات صغيرة متنوع عموديا وأفقيا. وقد أسهمت في تغطية الطلب المتزايد على العمل (سواء أكان طلبا جديدا أم من الذين سبق لهم العمل وتم تسريحهم)، كما أنه وبفعل انتشارها الأفقي على مختلف المناطق عكس توقع المؤسسات الكبيرة في أقطاب التنمية، فإنها تسهم في التخفيف من حدة البطالة في المدن الداخلية وتحسين مداخلها بتممين مواردها المحلية، كما تسهم أيضا في تكوين اليد العاملة بهذه المناطق وتأهيلها.

أ-2 تلبية الطلب على السلع الاستهلاكية: ذلك أن طبيعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي لا تحتاج إلى تكنولوجيات عالية ولا إلى إمكانيات مالية ومادية كبيرة، تمكنها من أن تتوسع وتطور إمكانياتها بحيث تتمكن من تلبية الحاجيات الجارية للسكان من مختلف السلع والمنتجات سواء على مستوى السوق المحلي أم الوطني. وبالتالي تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في تحسين علاقة العرض والطلب على هذه السلع بالتخفيف من العجز المسجل في بعض الأنواع بسبب تراجع الإنتاج الوطني وتقلص حجم الواردات.

ب- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أداة للتوطين الصناعي:

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل المخطط الوطني للتوطين الصناعي، أداة اللامركزية والتنمية الجهوية تعمل على تنمية الموارد على المستوى المحلي، وتقوم بهذا الدور من خلال أمرين اثنين:

ب-1 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أداة لتنمية المناطق: إن الحجم الصغير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعدم تطلبها رأس مال كبير وتكنولوجيا معقدة إضافة إلى سهولة توطين هذا النوع من المؤسسات، أمور كلها تتوافق ومتطلبات الاقتصاد المحلي. ذلك أن اهتمامات التنمية على المستوى المحلي تتمحور حول:

- * تشجيع توزيع أحسن ولا مركزي للنشاطات الاقتصادية، ونشر أثر التحولات التي تحدثها عملية التصنيع على كامل القطر الوطني.
- * توفير فرص العمل على المستوى المحلي للسكان المحليين.
- * تحسين مداخيل المنطقة الريفية بتوزيع الاستثمارات لتشمل هذه المناطق.
- * تامين الموارد المحلية من مواد أولية وموارد بشرية.
- * فتح مجال الاستثمار والتدخل في النشاط الاقتصادي أمام شريحة واسعة من المتعاملين والمقاولين (جماعات محلية وخواص).

ب-2 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عامل للامركزية: رغم صعوبة تطبيق هذا المبدأ على أرض الواقع بالجزائر، حيث نجد أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر تتركز حول المناطق العمرانية الكبرى حيث توجد الهيئات الإدارية والأسواق الكبرى، بالرغم من الجهود التي بذلتها الحكومة من خلال الاستثمارات العمومية (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية)، أو من خلال منح تشجيعات ومزايا عديدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة مقابل تمركزها بالمناطق الداخلية لتحقيق اللامركزية المنشودة. وأمام كل هذا يمكن القول أنه وبالمرونة التي تميز توطين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فإنها تستطيع أن تشكل بانتشارها سلسلة وسيطية بين الأقطاب الصناعية التي يصعب من الناحية التقنية والاقتصادية إعادة توظيفها.

ت- تدعيم الصناعات الكبيرة:

ومن الأهداف المنتظر تحقيقها من خلال إشراك مجموع الصناعات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوصول إلى تكثيف النسيج الصناعي القائم وتنظيم الاستهلاك الوسيط.

ت-1 تدعيم الصناعة الكبيرة وتكثيف النسيج الصناعي: أشار التقرير التمهيدي للمخطط الرباعي الثاني 1974-1977 في معرض حديثه عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن هذه الأخيرة تستطيع أن تؤدي دورا هاما في تحقيق الانسجام في عملية التصنيع، خاصة مع توسع مجال تدخل هذا القطاع إلى إنتاج السلع التجهيزية والسلع التحويلية. الأمر الذي يزيد من فرص اندماجه في الاقتصاد الوطني.

ويأتي تحقق التكثيف الصناعي من خلال التطورات التالية: (رجم ن.، شابي ف.، 2003، ص.73)

- توسيع المؤسسات العمومية، عبر استهلاكها للمنتجات نصف المصنعة، تامة الصنع.
 - ارتفاع معدل التكامل الصناعي للمؤسسات الوطنية بفضل عملية المقاوله الباطنية.
 - الإسهام في إحداث التكامل القطاعي ما بين فروع القطاع الصناعي نفسه أو بين القطاع الصناعي والقطاعات الأخرى كالقطاع الفلاحي، وقطاع السكن، والقطاع الصحي، وقطاع التعليم.
- ت-2 **تدعيم الصناعة الكبيرة بتنظيم الاستهلاك الوسيط:** إن انتشار العديد من المركبات الصناعية بين مختلف المناطق، أدى إلى نشوء حاجة إلى ضرورة إقامة صناعات أخرى تعمل على تكثيف النسيج الصناعي والرفع من التكامل الصناعي. من خلال المقاوله الباطنية التي تعد أحد أهم النشاطات الصناعية التي تقوم بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، صار من الممكن لها أن تلي حاجة المؤسسات الكبيرة من المنتجات نصف المصنعة والمنتجات الوسيطة وخاصة في مجال قطع الغيار. مما مكن الصناعات الكبرى من التحرر من الأعمال الملحقة التي تصرفها في الكثير من الأحيان عن أهدافها الحقيقية فتكون المؤسسة الصغيرة والمتوسطة هنا قد أسهمت في تقوية مردودية الصناعة الكبرى بشكل غير مباشر. (بن ساحة م.، 2011، ص.71)

VI - معوقات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

تشكل تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إحدى أهم أولويات الجزائر في إطار الانتقال إلى اقتصاد السوق، لذا أصبح من الضروري تشخيص قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمعوقات التي تقف في سبيل تنميته. وفي هذا الإطار نحاول إبراز معوقات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سواء كانت ناتجة عن المحيط القانوني أو المالي أو مشاكل العقار الصناعي. ويمكن تلخيص أهم هذه المعوقات والمشاكل فيما يلي:

1 - المعوقات المرتبطة بسوق العمل: ونذكر من بينها:

- نقص المسيرين الإداريين، والإطارات الكفاءة، والتقنيين المؤهلين.
- عدم ملائمة التكوين الخاص بالوسائل التقنية المتطورة في مجال تسيير اقتصاد السوق (إدارة الأعمال وتسيير الإنتاج والنوعية التسويق، والتصدير، والموارد البشرية).
- نقص الاستثمار في مجال التكوين.

2 - المعوقات المرتبطة بمصادر المعلومات: ومن بينها نذكر ما يلي:

- النقص الفادح في المعلومات الاقتصادية المرتبطة بالأسواق والمؤسسات والأنظمة والقوانين.
- ضعف إن لم نقل انعدام استعمال الإنترنت.

3- المعوقات المتعلقة بالإدارة والمنشآت العمومية: ومن بينها:

- عدم ملاءمة الإدارة العمومية لعالم الأعمال، وثقل وتكلفة الإجراءات، وطول مدة ترجمة مختلفه للقوانين والقواعد، وغياب الاتصال.
- ضعف وبيروقراطية الجهات الإدارية، وبطء الإجراءات وتعقدها.
- ضعف نوعية المنشآت والهياكل القاعدية.

4- المعوقات القانونية والتشريعية: وتتمثل في:

- نظام قضائي غير موافق لاقتصاد السوق رغم أهمية الإصلاحات الاقتصادية.
- ضعف الإدارة القانونية، ونقص الوسائل والتكوين في هذا المجال.
- إجراءات طويلة ومكلفة ونتائج غير مؤكدة.
- ضعف استعمال الطرائق البديلة في حل النزاعات.

5- المعوقات المالية: ونذكر من بينها:

- نظام مالي غير ملائم لاقتصاد السوق.
- معايير الوصول إلى البنوك غير مكيفة بسبب إححاف الضمانات المطلوبة.
- ضعف الموارد التمويلية الأخرى.
- إجراءات طويلة لتعويض الشبكات، وفي الموافقة على القروض.

6- المعوقات المرتبطة بالعقار: وتتمثل في:

- كبير حجم الطلب مقارنة بما هو متاح.
- عدم استغلال مناطق عقارية كثيرة (صعوبة الحصول على حقوق الملكية، وسوء التسيير، والافتقار إلى أبسط شروط الاستثمار مثل: الكهرباء، والماء، والغاز).
- لا يوجد سوق عقاري حقيقي (سوق عمومي إداري موجه، وسوق خاص حر).
- كثرة المتدخلين العاملين في تسيير القطاعات.
- منشآت في حالة سيئة تعاني من سوء التسيير.

7- المعوقات المرتبطة بالمنافسة: ونذكر منها:

- منافسة غير نزيهة في عدة قطاعات، ولا وجود لتقييم في حجم المنافسة.
- منافسة غير نزيهة للمستوردين الذين يعملون على التخلص من حدود التعريفات الجمركية.
- منافسة المؤسسة العمومية أقل قوة بسبب انحطاطها، حيث إن هذا النوع من المؤسسات يحتوي على امتيازات بالنسبة للسوق العام.

8- معوقات مرتبطة بالحيط الاقتصادي الكلي: وتمثل في:

- استقرار الحيط الاقتصادي الكلي، مع عدم الاستقرار الهيكلي لأسعار البترول.
 - تأخر في تسوية وضبط الاقتصاد الجزئي، خاصة فيما يتعلق بعمليات الخوصصة وتكوين الإدارة العمومية.
- (قريشي ي.، 2005، ص. 58-60)

VII- تحديات التجديد التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

رغم كل ما يقال عن مميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعلى نحو يرغب الكثير في إقامتها إلا أنه في نفس الوقت تثار توليفة واسعة من المشكلات التي قد تعيق انطلاق التجديد التكنولوجي هذه المشروعات بل تحدّ منها، وتختلف هذه المشكلات من حيث شدتها وخطورتها ومدى تأثيرها على مسار هذه المشروعات وتهديدها لوجودها واحتمالات نموها. ويعتبر التعرف عليها أمراً ضرورياً لإيجاد أفضل السبل والوسائل لمعالجتها. وفي هذا الإطار أشارت الدراسات أن هذه المشكلات تبلورت أساساً في مجال الحصول على الخامات ومستلزمات الإنتاج، ناهيك عن المدخل البشري ذي الكفاءة التكنولوجية العالية، وهو ما يرتبط بمشاكل التقدم الفني والزمني للآلات، إضافة لذلك نجد مشاكل التسويق، الإدارة ويقال عادة أن أهم تلك المشكلات تمثلت في المشكلات المالية. ولهذا سوف نتطرق لمختلف هذه التحديات بتقسيمها إلى جزأين، التحديات الداخلية وهي المشاكل التي تحدث داخل المؤسسة أو بسبب صاحبها، والتحديات الخارجية التي حدثت بفعل عوامل خارجية وتأثير منها أو البيئة المحيطة بهذه المنشآت.

1- التحديات الخارجية:

يمكن تلخيص هذه التحديات في النقاط التالية:

1-1 ثورة المعلومات والتطور التكنولوجي:

أصبحت ثورة المعلومات تمثل الأساس المادي للنظام الاقتصادي الجديد، إذ أنها تؤدي دوراً محورياً في تشكيله، ومحرك التغيير في جميع أجزائه، والدلالة التي تعكسها مخرجات ثورة المعلومات بالنسبة لأسواق العالم تتمثل في:

- تقارب الأسواق بشكل كبير وتغيير شكل الملكيات وتشجيع الاندماج بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محاولة منها للاستجابة لمتطلبات البيئة العالمية، التي من أهمها الإنتاج المتخصص بالحجم الكبير لتحقيق ما يطلق عليه بوفرة الحجم (اقتصاديات الحجم) ، ومن ثم تخفيض التكلفة وزيادة المقدرة التنافسية على المستوى العالمي.

■ تسهيل عمليات الاتصال والسرعة في أداء المعاملات الاقتصادية الدولية، سواء التجارية أو المالية واتساع الأسواق بصورة جعلت المنتجات تأخذ الصفة العالمية، وهذه التطورات هي نتاج الثورة الصناعية الثالثة (ثورة المعلومات).

■ كما أدى التطور التكنولوجي بالمؤسسات إلى الاهتمام بالإنتاجية وتنميتها ونشر أساليبها التي تعتمد على التكنولوجيا العالية، بهدف زيادة جودة المنتجات ورفع إنتاجية الأداء داخل المؤسسة، مما يحسن ويدعم المزايا التنافسية التي تتمتع بها مقارنة بالمنافسين.

■ كما نتج عن تطبيق الإصلاحات الاقتصادية وفسح المجال للمنافسة الوطنية والأجنبية، وترك المجال حراً أمام السلع الأجنبية للدخول للأسواق الوطنية خاصة بعد الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة تحديداً آخر، مما يجبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تحضير نفسها لمثل هذه الاتجاهات. (بن حسين ن.، 2004، ص. 350-351)

1-2 التجارة الإلكترونية:

إن ثورة الاتصالات قد ألغت المسافات وأصبح الفضاء الإلكتروني سوقاً وأرضاً للمعركة، فمن خلاله يمكن المتاجرة حول العالم عن طريق إنشاء **Shop-On** ، كما يمكن شراء أي شيء أو البحث عن أي شيء بالانتقال من السوق المادية إلى السوق الرقمية، وهو ما يطلق عليه التجارة الإلكترونية وهذا لا يعني إلغاء السوق المادية، ولكن ظهور السوق الرقمية يمثل إضافة درجة كبيرة من المرونة للتنوع في بيئة الأعمال على المستوى الكوني نظراً لزيادة عدد الأسواق والعملاء. (برودي ن.، 2006، ص. 126)

ومن المتوقع أن تتزايد أهمية الإنترنت بدرجة كبيرة في المستقبل، لأنها أضحت أحد البدائل المطروحة أمام العديد من المؤسسات للتسويق. وقد قدرت الزيادة في المبيعات عبر هذه الخدمة من 516 مليون دولار في أمريكا عام 1996، إلى ما يزيد عن 6.6 مليار دولار عام 2000. وقد أجمع الخبراء في عالم الكمبيوتر على أهمية دخول المؤسسات إلى عالم التجارة الإلكترونية، بغض النظر عن حجمها، ومن الممكن أن تتيح التجارة الإلكترونية فرصاً تسويقية كبيرة من خلال:

- فتح أسواق محلية ودولية كان من الصعب الوصول إليها وبأقل تكلفة.
- القيام ببحوث التسويق وجمع المعلومات اللازمة لذلك بشكل أيسر وأسرع، ومن الواضح أن هذه السوق لا يجب تجاهلها أو فقدها خاصة بالنسبة للعديد من المشاريع، والتي تمثل مشكلة التسويق لديها عقبة كبيرة ومعظمها مؤسسات صغيرة ومتوسطة، والتي تعتبر التجارة الإلكترونية فرصة عظيمة بالنسبة للإمكانيات المحدودة. (عنبه ، 2002، ص. 182-185)

ويمكن إرجاع أسباب تزايد حاجة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى وجود موقع لها على شبكة الإنترنت إلى ما يلي: (صالح ص.، 2004، ص. 45)

- انخفاض التكلفة: حيث يمكن إجراء عدد غير محدود من الاتصالات مع العملاء الحاليين والمرتقبين في أي مكان عبر البريد الإلكتروني.
- تكوين قائمة بخصائص الزائرين على الموقع لتوفير كم هائل من البيانات اللازمة لإجراء بحوث التسويق التي تترجم في شكل مزيج تسويقي جذاب ومناسب لأذواق ورغبات هؤلاء الزبائن وإمكانيتهم.
- تقديم العون للعملاء من خلال الإجابة على تساؤلاتهم حسب المنتجات، والخدمات دون الحاجة للرد على الهاتف أو تعيين عمالة زائدة للقيام بذلك.
- فتح المشروع أمام العملاء 24 ساعة، كما يمكن من الدخول إلى الأسواق الأجنبية، ويستطيع المشروع أن يستغل موقعه على الإنترنت.
- على الرغم من الإيجابيات التي تمنحها التجارة الإلكترونية للمؤسسات، فإن هناك بعض المعوقات التي تحد من الاستفادة الكاملة من مزاياها، نذكر منها ما يلي:
- ضعف الثقة في الاحتياطات الأمنية خاصة مع وجود عمليات القرصنة، مما يجعل المستهلك يتردد في استخدام بطاقته الانتمائية.
- عدم وجود نظام يمكن العملاء من فحص ومراجعة المنتجات قبل شرائها.
- ومع التطور الملحوظ في التجارة الإلكترونية واستحوادها على 70% من التجارة العالمية، واعتبارها باباً جديداً للتسويق خاصة أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أن نصيب الوطن العربي فيها ما زال محدوداً، ويمكن إرجاع ذلك إلى:
- عدم توفر البنية التحتية الكافية للأعمال الإلكترونية، إذ لا توجد بيئة مناسبة لممارسة الأعمال الإلكترونية وتحتاج الدول النامية إلى استثمارات ضخمة في حقل الإنترنت، حتى تهيئ البنية التحتية القادرة على تحمل أعباء الأعمال الإلكترونية ومخاطرها.
- الحجم غير الكافي للأعمال الإلكترونية الموجهة للمستهلك، إذ أن صغر حجم هذه الأعمال في الدول النامية هو من المعوقات الأساسية التي تحد من انتشار الأعمال الإلكترونية عبر الشبكة، وما تزال فرصة السوق الصناعية والتجارية أوفر حظاً على شبكة الإنترنت بالدول النامية.
- التكاليف والأسعار المرتفعة نسبياً، بسبب محدودية استخدام شبكة الإنترنت فإنه ما تزال تكاليف الإنشاء وأسعار الاستضافة مرتفعة نسبياً مقارنة بالدول المتقدمة التي ينتشر فيها الإنترنت بصورة واسعة. (صالح ص.، 2004، ص. 46)

1-3 عالمية الجودة:

يترتب عن ازدياد المنافسة العالمية ظهور ما يعرف بمتطلبات الجودة، من أجل تهذيب التجارة العالمية على نحو يحافظ على ارتقاء مستوى ما يتداول فيها، وينشوء الجودة العالمية أصبحت كل شهادات الجودة الممنوحة من منظمات عالمية للتوحيد القياسي مثل الإيزو «ISO» تعد بمثابة مفتاح للأسواق العالمية. ومع ذلك

نجد أن عدد المؤسسات بما فيها الكبيرة التي حازت على هذه الشهادة «ISO» لا تتعدى في الجزائر 154 مؤسسة، أي ما يعادل 0.0046 ، وأن المتخصصة منها في النشاط الإنتاجي لا تتعدى 7 مؤسسات. (بقة أ.، 2007، ص.55)

1-4 عالمية التجارة:

سعت دول العالم إلى توسيع دائرة التجارة الدولية وجعلها عالمية، وذلك بإنشاء الاتفاقية العالمية للتجارة والتعريفية الجمركية التي حلت محلها منظمة التجارة العالمية في 1998، والتي تهدف إلى تحرير التجارة العالمية، وبصفة أساسية تحرير تجارة السلع الصناعية والزراعية، وكذا تحرير الخدمات بالإضافة إلى الملكية الفكرية... إلخ. فالمنظمة العالمية للتجارة تسعى إلى: (عبد السلام ع.، وآخرون، 2001، ص.16)

- خلق وضع تنافسي دولي في التجارة يعتمد على الكفاءة الاقتصادية في تخصيص الموارد.
 - تعظيم الدخل القومي ورفع مستويات المعيشة بزيادة المعدلات نحو الدخل الحقيقي، وتوفير الحماية المناسبة للسوق الدولية لجعله يعمل في بيئة مناسبة وملائمة لمختلف مستويات التنمية.
 - محاولة إشراك الدول النامية والأقل نمواً في التجارة الدولية بصورة أفضل.
- ومن تأثيرات المنظمة العالمية للتجارة على الدول النامية بما فيها الدول العربية من جراء انضمامها للمنظمة العالمية للتجارة نجد: (برودي ن.، 2006، ص.118)

- تزايد حدة المنافسة نتيجة الالتزام بقواعد فتح الأسواق، ومن ثم اختفاء بعض الصناعات نتيجة لعدم قدرتها على مواجهة المنافسة الدولية سواء كانت منافسة سعرية أو منافسة مرتبطة بجودة السلعة وكفاءة استخدامها.
- ستشهد الدول حالة من تزايد معدلات البطالة في الأجل القصير نتيجة لتدهور وإغلاق بعض المؤسسات غير القادرة على المنافسة.
- احتمالات مزاحمة الشركات الدولية للاستثمار الوطني خاصة بعد تطبيق إجراءات الاستثمار المرتبطة بالتجارة، وهذا يعني تزايد أنشطة الدمج والاستحواذ وانتشار الكيانات الكبرى ذات السيطرة على حركة الاستثمار في الدول النامية.

إن اتفاق الشراكة الذي وقعته الجزائر مع الاتحاد الأوربي منذ 01-09-2005، وكذا المفاوضات الجارية للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة يعني انفتاح الاقتصاد الجزائري على العالم الخارجي، ومن ثم فإن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة سوف تكون في قلب التحدي الذي سيتعرض له الاقتصاد الوطني، لاسيما وأنها سوف تواجه منافسة دولية شديدة، لن تصمد لها إذا ما أغفلنا تأهيلها. لذلك فاتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوربي ما هو إلا تمهيد لإعلان منطقة التجارة الحرة، بتوسيع منطقة الاتحاد الأوربي إلى شمال إفريقيا وبعض دول الشرق الأوسط في آفاق عام 2010، لتضم المنطقة التجارية الجديدة 27 دولة منها الجزائر، وهذا يقتضي

تحضير المؤسسة الجزائرية لكل السيناريوهات الإيجابية والسلبية خاصة وأن الاتحاد الأوربي يمتلك نسيجاً من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتسم بقدرات عالية في مجالات الإنتاج والتسيير والتوزيع والتسويق... (قويق ن.، 2003، ص.116)

1-5 تحدي ثورة المعلوماتية:

تشير الدلائل إلى أن السمة البارزة للقرن الواحد والعشرين هي المعلوماتية، وتؤكد أبحاث رومير (Romer) بأن المعلومات ستشكل عنصراً إنتاجياً جديداً سيتوفر على عناصر الإنتاج الأخرى التقليدية (العمل ورأس المال والتنظيم)، وستصبح العنصر الحاسم في النمو الاقتصادي الحديث. وهذا ما يضع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أمام وجوب الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال ووسائلها المتقدمة بقصد توسيع خدماتها وتطويرها بما يحقق التأقلم مع الاحتياجات المستقبلية للمتعاملين معها. (جواد ن.، 2007، ص.158)

1-6 التحديات الخاصة بالموارد الأولية: وتتمثل في: (الوادي م.، سمحار ح.، 2006، ص.77)

- عدم انتظام تدفق المواد الأولية لفقدان القدرة على منافسة المؤسسات الكبيرة في الحصول عليها خصوصاً تلك التي يوجد طلب عالٍ عليها والعرض منها محدود.
- شراء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمواد الأولية بكميات محدودة بسبب ارتفاع كلفتها.
- لا يوجد ضمان لمستوى جودة المواد الأولية لضعف القدرة على السيطرة وعلى التفاوض مع الموردين، وهذا يعود لمحدودية الكميات المشتراة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.

2- التحديات الداخلية:

يمكن إرجاع هذه التحديات إلى قضايا فنية وتنظيمية وتمويلية تخص هذه الصناعات:

2-1 البعد الاستراتيجي الضيق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ونقصد به فقدان هذه المؤسسات لمنطق المفاولة والتنظيم السائد في الدول الصناعية، فمعظم مسؤولي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يهتمون إلا بالعائد الفوري، ولا يخوضون إلا في المجالات الاستثمارية المربحة التي حقق أصحابها نتائج ملموسة في السنوات الأولى من النشاط. كما أن معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تركز على الإنتاج والبيع دون التفكير في بلورة إستراتيجية تأخذ بعين الاعتبار الفرص والتحديات المحتملة، وهذا راجع إلى غياب الثقافة التسييرية لدى مسؤولي هذا النوع من المؤسسات.

2-2 تحديات إدارية وتسويقية:

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الوقت الراهن مجموعة من المشكلات الإدارية والتسويقية، تختلف بطبيعة الحال باختلاف نوع المؤسسة وطبيعة النشاط الذي تمارسه، وتتمثل هذه المشكلات في:

- مشكلة نقص القدرات والمهارات الإدارية: فعادة ما توكل مهمة التسيير في المؤسسات الصغيرة إلى أحد أفراد العائلة الذي يعتمد على الخبرة في الممارسة، ولم يتلقَ أي تكوين في مجال الإدارة. فكثيرا منهم لا يميز بين المواقف الإدارية المختلفة، ويحاول معالجة مختلف المشاكل بالحلول المتاحة له حتى وإن لم تعد تواكب التغييرات الحاصلة. فالمتغيرات البيئية الحاصلة تخفي العديد من المشاكل وتبقيها نشطة ومؤثرة، ولا يمكن لهواة الإدارة اكتشافها لأنها تقتضي التشخيص وجمع المعلومات ومعطيات قد يصعب الحصول عليها، وإن توافرت في عصر الرقمنة فإنها تعتبر من المجاهيل التي تستدعي البحث عنها.
 - عدم وجود الإجراءات والأنظمة المرتبطة بعمل هذه الصناعات.
 - مشكلة المنافسة بين المنتجات المستوردة ونظيراتها من المنتجات الوطنية.
 - مشكلة انخفاض حجم الطلب على منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. (بقة أ.، 2007، ص.113)
- 2-3 مشاكل متعلقة بالعمالة المدربة:

تعدّ المؤسسات الكبيرة أكثر جاذبية للعمالة المدربة والمؤهلة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويرجع ذلك للأسباب التالية: (زايدي ب.، هواري ب.، 2006، ص.265)

- الأجور المرتفعة في المؤسسات الكبيرة مقارنة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لعدم قدرتها على دفع أجور عالية.
 - فرص الترقية محدودة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - وجود مكافآت وحوافز أكبر في المؤسسات الكبيرة.
- 2-4 نقص المعلومات التنظيمية:

إن نقص المعلومات والافتقار إلى الخبرة التنظيمية التي تمكن أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حل مشاكلهم والتوسع في أنشطتهم وتحقيق النمو، ويلاحظ هذا النقص في:

- عدم معرفة الظروف المحيطة بنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والإطار العام الذي تعمل فيه؛
- عدم معرفة الأوضاع الاقتصادية وحركة الأسعار والأسواق.
- عدم معرفة طرائق التوسع في توسيع تسويق المنتجات وإمكانية فتح أسواق جديدة لمنتجاتهم داخل الوطن وخارجه. (زايدي ب.، هواري ب.، 2006، ص.266)

2-5 صعوبات إدارية: نذكر منها ما يلي:

- مشكل العقار: ذلك أن معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي استفادت من الأراضي التي أقامت عليها نشاطها الإنتاجي لا تملك عقد الحيازة، وهي وثيقة ضرورية تشترطها مختلف الإدارات.
- مشكلة الرسوم الجمركية: وهي عبارة عن التنازلات التي قدمتها وزارة المالية الخاصة بالرسوم الجمركية منذ 2002، فإن نسب التخفيض على المنتجات الصناعية كانت منخفضة جدا 5%، في حين بلغت

الرسوم الجمركية المفروضة على قطع الغيار المخصصة للتركيب الصناعي ظلت مرتفعة 15 % ، ذلك أن التخفيض على المنتجات الصناعية يخدم السلع الصناعية الوطنية. (خوني، حساني. 2008، ص.75-77)

2-6 صعوبات التمويل:

فحاجة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتمويل تعتبر ملحة، غير أن تقربها من البنوك يجعلها تعاني من مشاكل كثيرة، منها: (بقة أ.، 2007، ص.56-58)

- طول مدة دراسة الملف واتخاذ القرار وتعدد القنوات.
- ضرورة توفر الضمانات التي تفوق بكثير مبلغ القرض وهذا ما لا يوفره العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- البيروقراطية الشديدة في تكوين الملف، فهناك عدد كبير من الوثائق التي تستوجب على المؤسسات أن توفرها ولا يمكن الحصول عليها بسهولة.
- تخفض البنوك من الدراسات التقنية أو دراسة الجدوى التي يقدمها العميل وذلك لتغيير المعلومات والبيانات وتضاربها في كثير من الأحيان، وهذا ما يقلل مصداقية الدراسة، ويفضي في كثير من الأحيان إلى قرار الرفض رغم ما تتوفر عليه البنوك من فوائض مالية.
- غياب آلية تغطية المخاطر المتصلة بالقروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (خطر الصرف، وتغير نسب الفوائد).
- عدم وجود بنوك متخصصة في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنميتها.

2-7 تنمية القدرة على الابتكار:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصدرا مهما للإبداع والابتكار كونها تتفوق على المؤسسات الكبيرة من حيث عدد الابتكارات المحققة، كما أنها تطرح هذه الابتكارات على نطاق تجاري في الأسواق خلال فترة زمنية تصل إلى 2.2 سنة مقابل 3 سنوات للمؤسسات الكبيرة. وهذا بالطبع في الدول المتقدمة التي تلاحق العالم بكل ما هو جديد كل يوم، إلى درجة أن القدرة على الابتكار أضحت إحدى المزايا التنافسية بين الدول. لذا يمثل الابتكار تحديا للدول النامية وحتى تتوافر هذه الخاصية في رواد الأعمال في الدول النامية، لا بد من توفير المنظومة الابتكارية بكافة عناصرها التي تضم العناصر التالية: (بروبي س.، 2011، ص.62)

- المقصود بالابتكار بالضبط في المؤسسة.
- خصائص رائد الأعمال الناجح.
- المراحل التي تمر بها عملية الابتكار.
- المناخ الابتكاري.
- أدوات التشجيع على الابتكار.

2-8 تحدي الاتصال:

تعدّ المعلومات المورد الرئيسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فلا بد من وجود نظام للاتصالات، أي السماح للمعلومات بالمرور من المرسل إلى المستقبل من خلال وسيلة اتصال وفي أسرع وقت ممكن. ويمثل عدم استخدام هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة لغياب الاتصال بين العاملين داخليا وخارجيا أيضا، إذ يساعد الاتصال الشخصي بالزبائن والعملاء على دقة وسرعة التعرف على الاحتياجات وتبدلاتها. والقدرة على إشباع حاجات العديد من المشترين من مناطق بعيدة عن السوق من خلال الاتصالات المباشرة والنشطة لصاحب رأس المال. (عواد ف.، 2012، ص.373)

لمسنا مما سبق الدور الكبير الذي تؤديه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مختلف الاقتصاديات الدولية، وأهم التحديات التي تواجهها والتي يبقى عليها تجاوزها لتمكينها من القيام بدورها على أكمل وجه، لذا عليها أن تكون تنافسية حيث إنه يمثل الحل الوحيد أمامها للبقاء.

VIII - ضرورة وجود استراتيجية التجديد التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تهدف هذه الاستراتيجية إلى دعم القدرات التنافسية للمؤسسات بصورة مستمرة بغرض مواجهة مختلف الاضطرابات المحتملة من المحيط، والتي من شأنها التأثير سلبا في قدرتها التنافسية، ولا يكون الهدف من التجديد دوما تنمية حصة المؤسسة السوقية أو الرفع من مستوى أرباحها، بل قد يكون الهدف هو الحفاظ على الوضع الحالي للمؤسسة، خاصة إذا كانت تواجهها تهديدات بالزوال. وتحتل استراتيجية التجديد مكان الصدارة ضمن استراتيجيات المؤسسة، لأنها تعدّ القلب النابض فيها. ولذا أضحي التجديد خيارا استراتيجيا لا مفر منه، فهو السبيل الوحيد لرفع القدرة التنافسية للمؤسسة وللإقتصاد كله. وعليه يجب أن يكون التجديد شاملا أي أن يشمل مختلف الجوانب المرتبطة بإدارة المؤسسة، وفي المنتجات، وفي العمليات، وفي التنظيم، وفي الموارد البشرية، وفي نظام الاتصالات في المؤسسة.

الخاتمة:

وخلاصة القول إن التجديد التكنولوجي مهم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لسببين أساسيين هما:

- ارتباط التجديد التكنولوجي بمفهوم الابتكار، حيث يشكل الابتكار وسيلة هامة للمؤسسات مهما كان حجمها، فبواسطته يتم خلق أو إعادة خلق أشياء جديدة لم تكن متداولة من قبل.
- أما السبب الثاني فيتعلق بقدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المنافسة، بمعنى القدرة الحقيقية على مراقبة المؤسسات الأخرى ومواجهتها، وبصفة عامة مواجهة المنافسين وظروف المحيط التي تمتاز بالتغير وعدم الثبات.

قائمة المراجع:

أ. الكتب باللغة العربية:

1. أوكيل سعيد محمد، (1994)، إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر.
2. جواد نبيل، (2007)، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، لبنان.
3. خوني رابح، حساني رقية، (2008)، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، ط1، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.
4. عنبة محمد لبيب هالة، (2004)، إدارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي (دليل عملي لكيفية البدء بمشروع صغير وإدارته في ظل التحديات المعاصرة)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.
5. عواد أحمد ذياب فتحي، (2012)، إدارة الأعمال ووظائف المدير في المؤسسات المعاصرة، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

ب. الرسائل والأطروحات:

6. بروبي سمية، (2011)، دور الإبداع والإبتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
7. قريشي يوسف، (2005)، سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
8. مصطفى بن ساحة، (2011)، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الإقتصادي في الجزائر (دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)، مذكرة ماجستير، معهد العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي بغرداية، الجزائر.

ت. المقالات والمنتقيات:

9. الوادي حسين محمود، سمحار محمد حسين، (2006)، المشروعات الصغيرة: ماهيتها والتحديات الذاتية فيها، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف، الجزائر.
10. برودي نعيمة، (2006)، التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية ومتطلبات التكيف مع المستجدات العالمية، الملتقى الدولي لمتطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسبية بن بوعلي، الجزائر.
11. بريش السعيد، (2007)، مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في التنمية الإقتصادية والإجتماعية (حالة الجزائر)، مجلة العلوم الإقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 12.
12. بقة الشريف، (2007)، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية، العدد الأول، المركز الجامعي العربي التسيي تيسة، الجزائر.
13. بلخياط جمال، (2006)، متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الإقتصادية الراهنة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسبية بن بوعلي، شلف، الجزائر.
14. بلوناس عبد الله، (2006)، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والقدرة على المنافسة في ظل إقتصاد السوق بالإسقاط على الحالة الجزائرية، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسبية بن بوعلي شلف، الجزائر..
15. بن منصور عبد الله، مجشي غوتي، (2006)، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كإختيار إستراتيجي للتكيف مع مستجدات العولمة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسبية بن بوعلي، شلف، الجزائر.
16. رجم نصيب، شابي فاطمة الزهراء، (2003)، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل العولمة، ملتقى حول تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الإقتصاديات المغاربية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.

17. زايد مراد، (2010)، الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول المقاولتية "التكوين وفرص الأعمال"، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر.
18. زايد بلقاسم، هواري بلحسن، (2006)، أثر إتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوربي على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الدولي حول آثار وإنعكاسات إتفاق الشراكة على الإقتصاد الجزائري، جامعة فرحات عباس بسطيف، الجزائر.
19. صالح صالحي، (2004)، أساليب تنمية المشروعات المصغرة والصغيرة في الإقتصاد الجزائري، مقال في مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 03.
20. صالح عبد القادر، (2007)، منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بين متطلبات التطوير ومعوقات التمويل، مجلة الإقتصاد المعاصر، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، العدد 02.
21. فتات فوزي، عمراني عبد النور، (2006)، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كإختيار إستراتيجي للتنمية الإقتصادية في الجزائر، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر.
22. ناجي بن حسين، (2004)، مزايا الإستثمار في المشروعات الصغيرة وآفاق تطويرها في الجزائر، ملتقى دولي حول تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الإقتصاديات المغاربية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.

المراجع باللغة الأجنبية:

A. Les Livres :

23. Bellon Bertrand et al, (1994), Innover ou Disparaitre, Economica, paris, France.
24. Magerie Victoire, (2009), Strategy and Technology (Towards Technology based sustainable competitive advantage), Entreprise and Management, L'Harmattan.
25. Mencher Alain, (1972), Management and Technology, Inforlink.

B. Articles et Conférences et Mémoires:

26. Amappe et Oxfam, (2001), Québec avec le soutien de l'UNIFEM, étude d'indentification d'activités économique potentielles de Tétouan, Maroc.
27. April Daniel, (1999), Définition du Secteur de la Technologie de L'information et des Communication, Canada.
28. Charrière Sandra, (2003), Les innovation entant qu'objets d'apprentissage Organisationnel : Une mise en perspective, 11em Conférence de l'association internationale de management stratégique, Les cotes de Carthage.

C. les rapports :

29. Bnp Paribas Lease Group, (2006), Technologies de L'information et de la Communication, 2005-2006, Enquête PME-PMI, France.
30. OCDE, (1994), Définition et Convention de base pour ma mesure de la recherche et du développement expérimental, Paris.