

جامعة أحمد دراية أدرار
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم تجارية



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر
ميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية
شعبة علوم تجارية
التخصص مالية المؤسسة

النمو الداخلي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأثره على الميزة التنافسية

إشراف الأستاذ:

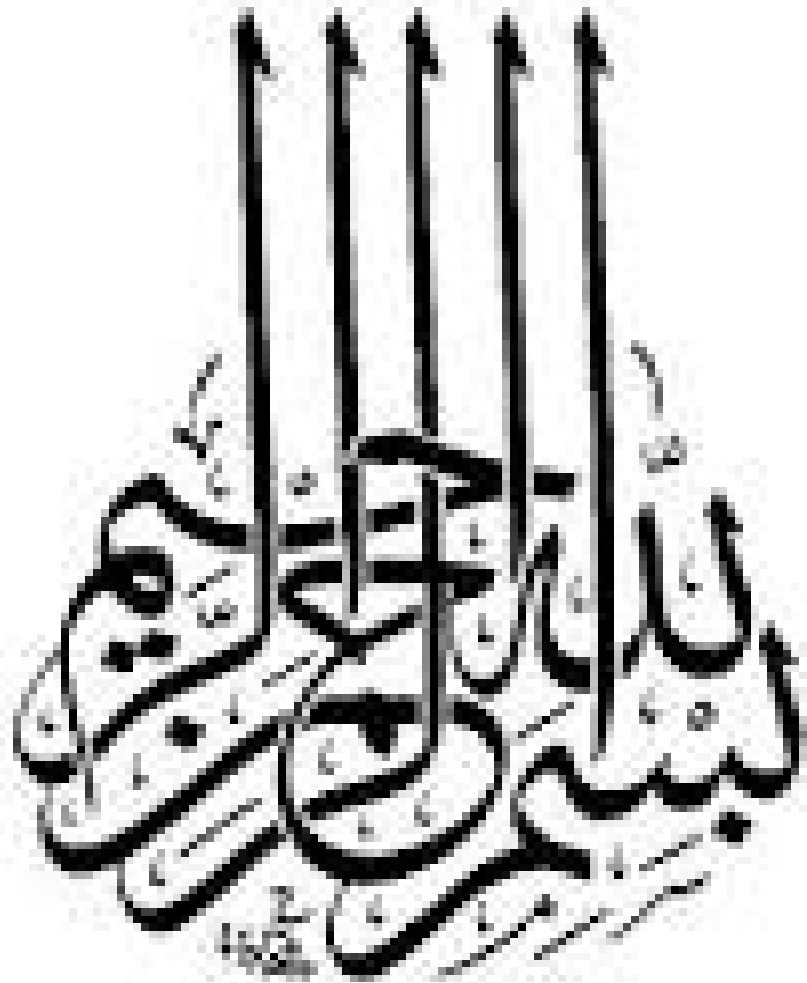
من إعداد الطلبة:

- غانمي أحمد د. فودو محمد
- بن عومر حبيب

لجنة المناقشة

رئيساً	الدكتور بشرى عبد الغني.....
مناقشاً	الأستاذ بلعارية محمد.....
مشرفاً	الدكتور فودو محمد.....

السنة الجامعية - 2017 / 2018م



إهداء
إلى نور حياتي ومنبع أمني وسعادة قلبي
إلى *أبي وأمي* حفظهما الله لي
إلى كل أفراد عائلتي

إلى كل من علمني حرف من شيوخ ومعلمين وأساتذة
لكل هؤلاء أهدي عملي المتواضع

أحمد

إهداء

إلى نور حياتي ومنبع أمني وسعادة قلبي
إلى * أمي * حفظهما الله لي

إلى روح أبي رحمه الله

إلى زوجتي وأبنائي

* إناس / محمد سفيان *

إلى كل أفراد عائلتي

إلى كل من علمني حرف من شيوخ ومعلمين وأساتذة
لكل هؤلاء أهدي عملي المتواضع

لحيبي

شكر وتقدير

نحمد الله سبحانه وتعالى الذي سير لنا الظروف
وأنعم علينا بالقوة والصبر حتى وصلنا إلى ما نحن عليه،
ونشكره على نعمة العقل التي أوصلتنا إلى هذا المستوى
نتقدم بالشكر الخاص إلى الأستاذ المشرف *فودو محمد* على الجهد
الذي بذله من أجلنا، وكذا على نصائحه وتوجيهاته طيلة مدة البحث
كما نتقدم بالشكر للأساتذة على تعاونهم معنا خلال مدة العمل
ونتقدم بالشكر أيضا لجميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
كما نشكر جميع من ساعدنا في إتمام هذا البحث من قريب أو بعيد ولو
بكلمة .

أحمد- لحبيب

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	مقدمة
II	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
أ	مقدمة
05	الفصل الأول :مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية
05	المبحث الأول:ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية
05	المطلب الأول:مختلف تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
10	المطلب الثاني:خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
13	المطلب الثالث:مختلف تعاريف التنافسية والميزة التنافسية ومحدداتها
18	المطلب الرابع: النمو الداخلي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
21	المبحث الثاني :الدراسات السابقة
21	المطلب الأول:دراسة عمار سلامي
21	المطلب الثاني:دراستنا بوقرية عبد النور
22	المطلب الثالث:دراسة قويق نادية
23	المطلب الرابع:دراسة خالد عبد العزيز السهلاوي
24	المطلب الخامس : دراسة صفوت عبد السلام
26	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي
26	المبحث الأول: مكونات ومنهجية الدراسة
26	المطلب الأول:مجتمع الدراسة
26	المطلب الثاني :عينة الدراسة
27	المطلب الثالث :حدود الدراسة
27	المبحث الثاني: في هذا المبحث سنتطرق إلى أهم النتائج المتوصل إليها في الدراسة عن طريق الإسبيان
27	المطلب الأول: عرض نتائج الإستبيان

28	المطلب الثاني: تحليل نتائج الإسيبان
45	الخاتمة
47	المراجع
	ملخص الدراسة

مقدمة

المقدمة :

إن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة في مختلف الدول المتقدمة والنامية على حد سواء , وهذا راجع الى الدور الكبير الذي تلعبه هذه المؤسسات في تفعيل إستراتيجية والمنافسة المؤدية الى الزيادة في الإنتاج وكذا تحسين في الجودة وتوفير فرص التوظيف ومواجهة الفقر .

وتعتبر إستراتيجية النمو حاجة ضرورية وأساسية للمؤسسة تهدف الى البقاء والإستمرارية وكذا من اجل مواجهة حالة التنافس التي تشهدها مختلف الأسواق المحلية وحتى الوطنية , وفي ظل هذا الواقع الجديد وتنامي أنشطة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , ورغبتها في إحتواء الاسواق خاصة المحلية منها في ظل المنافسة المتزايدة بين هذه المؤسسات مما ادى الى الزيادة والرغبة في توسيع نموها من اجل تلبية رغبات زبائنها . وهذا ماجعل هذه المؤسسات تواجه عدة مشاكل وصعوبات خاصة من الناحية المالية , فاصبح من الثابت ان النمو الداخلي لأي مؤسسة على علاقة وطيدة بامكانيتها المالية , وعلى المؤسسة استغلال مواردها المتاحة باحس الطرق الممكنة لبلوغ الاهداف المرجوة .

وعليه ومما سبق سنحاول خلال بحثنا هذا الالمام بجوانب الموضوع محاولين الاجابة على الاشكالية التالية :

1/اشكالية البحث:

الى اي مدى يؤثر النمو الداخلي في الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

وتتدرج تحت هذا الاطار الاشكاليات الفرعية التالية :

- ما المقصودة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟
- كيف يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة اكتساب قدرة تنافسية ؟
- هل التحكم في النمو الداخلي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كفيل بالرفع من قدرتها التنافسية؟
- ماهي المشاكل والعراقيل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من ناحية المنافسة؟

فرضيات الدراسة :

يمكن للمؤسسة اكتساب قدرة تنافسية في السوق من خلال توفيرها لأحسن السلع تحمل ذات الجودة العالية والسرع المنخفض.

يعتبر التحكم في النمو الداخلي أمر ضروري لاكتساب قدرة تنافسية للمؤسسة تحكم المؤسسة في نموها الداخلي يعتبر كحل لفك الخناق عنها والمحافظة عليها من الافلاس ومنحها قدرة تنافسية.

إذا كان النمو الداخلي للمؤسسة يحمل طابع سلبي فإنه يؤثر سلباً على تنافسيتها

3 / المناهج المتبعة: من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ظهر لنا ان المناهج المناسبة للدراسة هي: المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب لإظهار مختلف التعاريف المتعلقة بالمصطلحات الأساسية في البحث , و المنهج الآخر هو المنهج التحليلي لكونه منهج مساعد على التحليل العميق للمشكلة قيد البحث و الدراسة .

4/اهداف الدراسة: ان من اهم اهدافنا من هذا البحث هو :

. محاولة تقديم تعرف شامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

. ابراز مدى العلاقة بين النمو الداخلي والميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

. ايجاد وتحديد اهمية النمو الداخلي في المؤسسة

اهمية الدراسة: تكمن اهمية هذه الدراسة في انها تركز بشكل جوهري على الجانب المهني وتبيان الطريقة او النتيجة التي تحققها المؤسسة في جلبها لأكبر العملاء او الزبائن وقدرتها على التغلب على منافسيها في السوق .

حدود الدراسة :

الحدود المكانية: اقتصرت حدود الدراسة على بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى ولاية ادرار.

الحدود الزمنية: كانت الدراسة خلال الفترة من 2018/03/02 الى 2018/06/30 .

صعوبات البحث:

- . نقص و قلة المراجع حول النمو الداخلي
- . صعوبة استرجاع بعض استمارات الاستبيان
- . صعوبة الحصول على المعلومات من بعض العمال في المؤسسات ص وم

أسباب اختيار الموضوع: ان اختيارنا لموضوع النمو الداخلي واثره على الميزة التنافسية ناتج عن عدة اسباب:

محاولة توضيح بعض المفاهيم المختلفة منها النمو الداخلي ,الميزة التنافسية .
حداثه الموضوع واهميته بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وجه الخصوص .
لإبراز اهمية الموضوع بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية ,ومدى طموحها للتفوق والسعي وراء تعزيز الميزة التنافسية

هيكله الدراسة:سنتناول من خلال بحثنا هذا فصلين اساسين حسب منهجية IMRAD كمايلي:

الفصل الاول: يتم التعرج في هذا الفصل الى مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا الميزة التنافسية والنمو الداخلي ,وكذلك الادبيات التطبيقية والمتمثلة في الدراسات السابقة
الفصل الثاني: تطرقنا في هذا الفصل الى الجانب التطبيقي من عينة الدراسة الى تحليل الاستبيان ونتائجه.

الفصل الأول:

مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية

الفصل الاول :مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية

يرتكز الاقتصاد العالمي على مدى قوة وتطور مؤسسات الدولة هذه المؤسسات في الاقتصاد الوطني اكال دولة مما يؤدي الى حدوث تغيرات عميقة على الحياة الاقتصادية والاجتماعية لها، كما نلاحظ ان الدول المتقدمة تعطي اهمية بالغة لمؤسساتها، خاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم ، وهذا ما يطرح عدة تساؤلات حول اطارها القانوني ، وطبيعة نشاطها وتسييرها ، كيفية انشائها ومدى مساهمتها في اقتصاديات الدول .

لهذا سنحاول ان نتطرق في بديهة هذا الفصل الى تعريف المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة ومدى اهميتها

المبحث الاول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية.

المطلب الاول:مختلف تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد:

ان محاولة تحديد مفهوم المؤسسات الصغية والمتوسطة ،مع توضيح من جهة معالمها من التنظيمات الاخرى (المؤسسات المنزلية والحرفية والمؤسسات الكبيرة)، ومن جهة اخرى مجالات تدخلها ، تطرح نفيها كضرورة امام كل باحث يتناول هذا الموضوع بالدراية والتحليل، وكذلك امام مقرري السياسة التنموية في مختلف الدول عند اعدادهم لبرامج انماء ومساعدة هذه المؤسسات .

1- اشكالية تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في الحقيقة يصعب تحديد مفهوم المؤسسات تا صغيرة والمتوسطة خاصة اذا علمنا بغياب تعريف شاملا لها ويحطبالاجماع من قبال الباحثين والمفكرين الاقتصاديين ، وفي دراستنا هذه راينا من الضروري الانتهاء الى تعريف وتحديد ماهية هذه المؤسسات ، مع اظهار وتوضيح الخطوط الفاصلة بينهما وبين باقي المؤسسات الاخرى، حتى يمكن الوقوف على مكانتها ووزنها الاقتصادي وتحديد انواعها ومراحل تطورها¹

¹Gilles Bressy , Economie d'entreprise , éd SIREY 1990 p 56

1.1. اختلاف درجة النمو:

ان التفاوت في درجة النمو يقسم العالم الى مجموعات متباينة ,اهمها البلدان المتقدمة الصناعية والبلدان النامية ويؤثر هذا التفاوت مستوى تطور التكنولوجيا المستعملة في كل بلد ,يترجم ذلك في اختلاف النظرة الى هذه المؤسسات والهيكل من دولة الى اخرى .
فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان او الولايات المتحدة الامريكية او في اي بلد مصنع اخر يمكن اعتبارها متوسطة او كبيرة في الجزائر أوالمغرب ,بسبب الاختلاف في درجة النمو والتطور التكنولوجي بين الولايات المتحدة الامريكية واليابان من جهة ,والجزائر والمغرب من جهة اخرى ,وبنفس النظرة او الطريقة ينطبق الامر عند المقارنة بين مؤسسة تعتبر كبيرة في موريتانيا او مالي اد تعتبر صغيرة في ايطاليا ,
فانطلاقا من هذه النظرة نصل الى نتيجة ان تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يختلف من بلد الى اخر ,وهو الامر الذي يفسر غياب تعريف موحد له في جميع الدول (1)¹
اختلاف النشاط الاقتصادي :

تصنف المؤسسات حسب طبيعتها الى ثلاثة قطاعات رئيسية

قطاع اولي :يضم مجموع المؤسسات التي تستخدم كعنصر اساسي احد عوامل الطبيعة كالزراعة والصيد واستخراج الخامات

قطاع ثان :يشمل المؤسسات التي تعمل في ميدان تحويل وانتاج السلع

قطاع ثالث :يشمل قطاع الخدمات كالنقل والتوزيع والتامين

وباختلاف النشاط الاقتصادي يختلف التنظيم الداخلي والهيكل المالية للمؤسسة,فعند المقارنة بين المؤسسة التي تنتمي الى القطاع الصناعي واخرى تنتمي الى القطاع التجاري ,تتضح الاختلافات,فبينما تحتاج المؤسسة الصناعية الى استثمارات كبيرة في شكل مباني وهياكل ومعداتالخ فان المؤسسة التجارية تحتاج عكس ذلك الى العناصر المتدولة من مخزونات وبضائع لان نشاطها يركز على عنصر الاستغلال

¹تخلص مختلف الهيئات الدولية المهمة بقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى نفس النتيجة فيما يتعلق بوضع تعريف لهذا القطاع. و من

هذه الهيئات نجد: OCDE, ONUDI, BIT .

الفصل الاول: مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية

لهذا يمكن اعتبار المؤسسة الصناعية، الصغيرة والمتوسطة بحكم حجم استثمارها وعدد عمالها وتعدد تنظيمها مؤسسة كبيرة في قطاع التجارة اذ من الصعب امام تنوع النشاط الاقتصادي الوصول الى مفهوم واحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

بعض تعاريف للمؤسسات ص وم

تسمح عملية تحديد تعريف المؤسسات ص و م ارساء احدى قواعد التنمية الاقتصادية في البلد وهذا مايساعدالدولة على اعداد السياسات وبرامج لدعم المستفيدين ونظرا لاختلاف درجة النمو الاقتصادي بين الدول، نجد غياب تعريف متفق عليه للمؤسسات ص و م فبعض الدول تعتمد على القانون في تعريفها كالولايات م الامريكية واليابان ومنظمات يمكن تعريفها اداريا مثل المانيا وهولندا بالاضافة الى بعض التعاريف الاخرى المتفق عليها من قبل المجموعات الدولية

هناك عدة تعاريف وسنحاول أن ذكر منها على سبيل المثال

1- تعريف الاتحاد الاوروبي للمؤسسات ص وم

يعرف الاتحاد الاوروبي المؤسسات المصغرة تشغل اقل من 10 اجزاء، فالمؤسسة المصغرة هي تلك التي توافق معايير الاستقلالية، وتشغل اقل من 50 عامل وتتنجز رقم اعمال سنوي لايتجاوزسبعة (7) ملايين اورو او لايتعدى ميزانيتها السنوية (5) ملايين اورو ان المؤسسة المتوسطة هي تلك التي توافق معايير الاستقلالية وتشغل اقل من 250 عاملا ولا يتجاوز رقم اعمالها السنوي 40 مليون اورو اولاتتعدى ميزانيتها 27 مليون اورو سنويا¹

جدول(1): يوضح تصنيف الاتحاد الاوروبي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة

نوع المؤسسات	عددالموظفين الأقصى	الحد الأقصى لرقم الأعمال	الحد الأقصى للموازنة
--------------	--------------------	--------------------------	----------------------

¹ دمدوم كما لدور الصناعات الصغيرة والمتوسطة، دراسات اقتصادية العدد2(2000)ص185

الفصل الاول: مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية

المصغرة	9	-	-
الصغيرة	49	7 مليون يورو	5 مليون يورو
المتوسطة	249	40 مليون يورو	27 مليون يورو

المصدر: جميع الاقتباسات مأخوذة من وثيقة (توصيات المفوضية بتاريخ 3 أبريل 1996 بشأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)، مكتب المطبوعات الرسمية للاتحادات الأوروبية، لكسمبورج

التعريف المعتمد بالجزائر :

عرفت المادة 04 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كان وضعها القانوني بانها مؤسسة انتاج السلع والخدمات تشغل 250 شخص ولا يتجاوز رقم اعمالها 2 مليار دينار جزائري او لا يتعدى اجمالي حصيلتها السنوية 500 مليون دينار جزائري ،وهي تستوفي معايير الاستقلالية¹.

ويقصد بهذا التعريف :

الاشخاص المستخدمون : عدد الاشخاص الموافق لعدد وحدات العمل السنوية ،بمعنى عدد العاملين بصفة دائمة خلال سنة واحدة ،اما العمل المؤقت والعمل الموسمي فيعتبران اجزاء من العمل السنوي والسنة التي يعتمد عليها تلك المتعلقة باخر نشاط حسابي مقفل **الحدود المعتمدة لتحديد رقم الاعمال :** هي تلك المتعلقة باخر نشاط مقفل مدة 12 شهر وتعرف المؤسسة المتوسطة بانها مؤسسة تشغل ما بين 50 الى 250 شخصا .ويكون رقم اعمالها ما بين 200 مليون و2 مليار دينار او يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين 100 و500 مليون دينار

اما المؤسسة الصغيرة فهي مؤسسة تشغل ما بين 10 الى 49 عاملا ولا يتجاوز رقم اعمالها السنوي 200 مليون دينار او لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 100 ويمكن تلخيص التعريف في الجدول التالي:

الجدول رقم (02):

المؤسسة	المستخدمون	رقم الأعمال	الحصيلة السنوية
---------	------------	-------------	-----------------

¹الجريدة الرسمية القانون رقم 18/01 المؤرخ في 12/12/2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العدد 77 ص 26

الفصل الاول :مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية

أقل من 1 إلى 10 مليون دينار	أقل من 10 إلى 20 مليون دينار	من 01 إلى 09	مصغرة
أقل من 10 إلى 100 مليون دينار	أقل من 20 إلى 200 مليون دينار	من 10 إلى 49	صغيرة
من 100 إلى 500 مليون دينار	من 200 مليون إلى 02 مليار دينار	من 50 إلى 250	متوسطة

من اعداد الطالبان:بالإعتماد على المواد رقم 05-06-07 من القانون.

. تعريف اتحاد بلدان جنوب شرق آسيا

في دراسة حديثة حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة قام بها اتحاد جنوب

شرق آسيا استخدم فيها كل من برا تش وهيمنز bratch et himenz التصنيف الآتي:

(9-1) عامل ← مؤسسة عائلية

(49-10) عامل ← مؤسسة صغيرة

(99-50) عامل ← مؤسسة متوسطة

(100 فأكثر) عامل ← مؤسسة كبيرة¹

مؤسسات عائلية و حرفية	من 1 إلى 10 عمال
مؤسسات صغيرة	من 10 إلى 49 عامل
مؤسسات متوسطة	من 49 إلى 100 عامل
مؤسسات كبيرة	أكثر من 100 عامل

Source: LEFEBURE édition BLED.F.financement des entreprises
PARIS ,1992.p 793

و قد اعتمد كذلك في هذا التعريف على المعايير النوعية لتمييز الأنواع السابقة ففي المؤسسات العائلية يكون المالك و المستخدمين أغلبهم من أفراد العائلة أما في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يبتعد المالك عن وظيفة الإنتاج ليهتم أكثر بالإدارة و التسيير أما في المؤسسات الكبيرة يكون هناك تنظيم واضح للوظائف

المطلب الثاني : خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها وأهميتها في التنمية الاقتصادية والمشاكل التي تواجهها:

الفرع الاول : خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

¹ . حلف عثمان ,واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتمييزها ,دراسة حالة الجزائر ,اطروحة دكتوراه جامعة الجزائر

تتميز المؤسسات ص و م بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من المؤسسات الاخرى وتجعلها قادرة على منافسة المؤسسات الاخرى كما تجعلها خيار سياسا جذاب ويمكن حصرها في مايلي¹

1الملكية المحلية :

في كثير من الاحيان يكون ملاك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اشخاص يقيمون ضمن المجتمع المحلي ,وهذا ما يؤكد زيادة الملكية المحلية بحيث يكون التحكم في القرارات الاقتصادية تحت سلطة اشخاص وطنيين قاطنين في المجتمع المحلي مما يؤدي بدوره الى زيادة استقرارالعمالة وحلق وطائف اكثر للمقيمين في تلك المنطقة

الاعتماد على الموارد الداخلية في التمويل :

نظرا لصغر حجم راس المال المستثمر لانجد ان صاحب المؤسسة يعتمد على الموارد الشخصية في التمويل قبل اللجوء الى التمويل الخارجي ,وهذا لشعوره بعدم الاطمئنان بالمخاطرة باموال الغير في اعماله وهذا يعني ان الاعتماد على التمويل البنكي يكون ضعيف بسبب :

عدم قدرة اصحاب المشاريع على تقديم الملفات البنكية اللازمة

عدم توفير الضمانات البنكية المطلوبة للحصول على القروض

تلبية طلبات المستهلكين :

تقوم المؤسسات ص و م بتلبية طلبات المستهلكين خاصة ذوي الدخل المنخفض في حين نجد ان اغلب المؤسسات الكبيرة تميل الى الانتاج بصفة رئيسية من اجل تلبية رغبات المستهلكين ذوي الدخل العالي نسبيا مقارنة مع ذوي الدخل الضعيف لهذا فان المؤسسات ص و م تعمل على تقليل من اوجه عدم المساواة وهذا بتوفير الحاجات الاساسية لذوي الدخل الضعيف من جهة ومن جهة اخرى توفير الخيار امام المستهلكين²

الفرع الثاني :اهمية ودور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية

¹ - قويقنادية,انشاء وتطوير المؤسسات ص و م في الدول النامية - حالة الجزائرمعهد العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 2001ص20

²قويق نادبة,مرجع سابق ص20

اولا/ اهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹

تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اهمية بالغة في الاقتصاد العالمي بصفة عامة والاقتصاد الوطني يصفة خاصة لانها تشكل اهم عناصر ومكونات النشاط الاقتصادي والتي توفر قاعدة صناعية لتحقيق التنمية الاقتصادية ومن بين الاسباب التي ادت الي الاهتمام بهذه المشاريع الصغيرة والمتوسطة :

1. انهيار الازمات الاقتصادية

2. التحولات الاقتصادية العالمية :والتي جاءت ببرنامج التحويل الهيكلي مثل الخصخصة

ثانيا/ دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية :

نظر للاهمية البالغة التي تحتلها هذه المؤسسات في اقتصاديات الدول فان دورها يظهر بشكل جلي وواضح ويمكن حصره فيمايلي :

1. الدور الاقتصادي : يتجلى في النقاط التالية

- تثمين قوة العمل
- تعبئة الموارد المالية
- رفع انتاجية العمل
- خلق الناتج الداخلي الخام
- ترقية التجارة الخارجية
- توفير متطلبات السوق من السلع والخدمات

2. الدور الاجتماعي :

تعمل هذه المؤسسات على تحقيق التوازن الجهوي واحداث تطورات على المستوى الاجتماعي ويمكن حصر الدور الاجتماعي في النقاط التالية :

القضاء على البطالة :من خلال توفير مناصب شغل

الحد من ظاهرة النزوح الريفي :

¹ صلاح الدين نعيجي ,افاق تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الانفتاح الاقتصادي,مذكرة لسانس جامعة الجزائر 2006/2005

وذلك من خلال انشاء بعض المشاريع في المناطق الريفية وبالتالي تقريب مناصب الشغل من سكان تلك المنطقة .

وفي هذا الصدد يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ان تحقق مايلي

القضاء على الافات الاجتماعية

تحسين مستوى الاداء

الاستغلال الامثل للطاقات المادية والبشرية

الاستغلال الامثل للموارد المحلية

المشاكل التي تواجهها تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :¹

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدة صعوبات سواء كان ذلك عند التأسيس

او اثناء مباشرة نشاطها ويمكن تلخيص اهم المشاكل في مايلي :²

1. صعوبات الاجراءات الادارية والتقنية للحصول على قبول للمشروع وتنفيذه

2. ارتفاع مساهمات ارباب العمل في مجال دفع مصاريف التامين مما ادى باصحاب

المشاريع بالامتناع على توظيف العمال او التقليل من توظيفهم

3. ارتفاع معدلات الضريبة على رقم الاعمال, الدخل, الارباح .

4.المشكلات الادارية :

والتي تتمثل في جهل او عدم التمكن من تقنيات التسيير فكثر من الاشخاص يلجؤون الى

الخلط بين الاعمال الخاصة بهم والاعمال الخاصة بالمشروع ,مما يؤدي الى اختلاط الدمة

المالية

5. المشكلات التسويقية:

¹سرور بوعسيلة، سميرة بن مدور، دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الاقتصاد الوطني، (مذكرة ليسانس، غير منشورة)، المدرسة

العليا للتجارة، الجزائر، جوان 1999، ص 35

²لرقت فريدة واخرون، (دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاديات النامية ومعوقات تنميتها وتطورها في العالم) ص 120

يمكن حصرها في النقاط التالية

. نقص الخبرة في هذا المجال وعدم القيام بالبحوث التسويقية نظرا لارتفاع تكاليفها

. ظهور المنتجات البديلة باستمرار وباقل التكاليف

6. المشكلات التمويلية :

هناك العديد من المشكلات التمويلية التي تعيق عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نذكر منها :

ا. تعقد الاجراءات الخاصة بالحصول عليها

ب . وجود ضمانات تعجيزية والتي تكون في بعض الاحيان غير متوفرة امام اصحاب المشاريع , كاشتراط ضمانات عقارية او عينية

ت . ارتفاع الفائدة .

المطلب الثالث :مختلف تعاريف التنافسية و المزة التنافسية ومحدداتها :

في ظل اشتداد الصراع بين المؤسسات من اجل توسع حصصها السوقية وجلب اكبر عدد ممكن من المستهلكين لاقتناء منتجاتهم فان كل مؤسسة تعمل على اطهار ايجابياتها ونقاط قوتها والعناصر التي تتميز بها عن بقية بالمنافس ,ولهذا برر مفهوم الميزة التنافسية كوسيلة للتفوق والتميز على المنافس

فرغ 1/نشأة وتعريف مفهوم الميزة التنافسية¹

ان الميزة التنافسية تنتج اساسا من القيمة الاضافية التي تستطيع المؤسسة توفيرها للزبائن واقناعهم بهاو لهذا فقد اصبح مفهوم الميزة التنافسية يخلل مكانة هامة في التفكير الاستراتيجي للمؤسسة خاصة في عصر العولمة الاقتصادية ,ويرجع ظهور فكرة الميزة التنافسية الى أواخر السبعينات,من خلال شركة ماكنيز للاستثمار اعتمادا على النجاح الذي حققه اليابانيون عند غزو الاسواق العالمية على الرغم من التغيرات في الظروف البيئية وكان ذلك بفعل قدرتهم على معرفة اختيار المنافسات التي تمكنهم من الدخول في معارك من موقع قوتهم

¹ عبد السلام ابو قحف , التنافسية وتغير قواعد اللعبة ,مكتبة ,مطبعة الاشعاع ,الاسكندرية ,1997,ص25

ان حسن اختيار ميادين التنافس يعتبر نت النقاط الهامة في تحقيق الميزة التنافسية , هذا لان فكرة الميزة التنافسية تشير الى ان العامل الرئيسي في التنافس الناجح استراتيجيا هو اختيار ميادين التنافس التي تستوفي معيارين وهما :

- 1- امكانية وقايتها او الدفاع عنها ازاء التغيير الحادث في الظروف البيئية
- 2- تحقيق موقع متميز في السوق يعتبر بمثابة درع حماية ورقابة من المنافسة العالمية الحادة , فضلا عن هذا يمكن تقسيم الميزة التنافسية الى نوعين اساسين هما:
أ/ الميزة التنافسية الخارجية :

وترتكز المؤسسة في هذا النوع من الميزة التنافسية في تميزها للمنتج على عناصر تعطي فيها اضافة للمشتري وذلك من خلال :

- تقليل تكلفة الاستعمال
- رفع كفاءة الاستعمال

نستنتج ان الميزة التنافسية الخارجية تكسب المؤسسة قوة للمساومة في السوق وتجعل المستهلك يشتري المنتجات باسعار مرتفعة بفعل التمايز الذي اطهره هذا المنتج مقارنة بمنتجات المنافسين ,اقتناع المستهلك بان هذا المنتج احسن وافضل من جودة المنتجات المنافسة من كل الاتجاهات والجوانب , وبالتالي يمكن استنتاج بان المؤسسة في هذه الحالة بإمكانها تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك
ب /الميزة التنافسية الداخلية :

في هذه الحالة ترتكز المؤسسة في تفوقها على المنافسين من خلال تحكمها في تكاليف الصنع والادارة او تسيير المنتج ,والتي تضيف قيمة للمنتج باعطائه سعر تكلفة منخفض عن المنافس الاول ,حيث تلجأ المؤسسة الى انتهاج استراتيجية السيطرة بالتكاليف وتحسين الانتاجية التي تسمح لها بتحقيق مردودية احسن وبالتالي الوصول الى افضل قوة للمساومة حتى في حالة انخفاض الاسعار او الدخول في حرب الاسعار لان المؤسسة تتحكم في تكاليفها الى درجة كبيرة وبحوزتها معرفة تنظيمية وتكنولوجية عالية .

وهناك مقاط اخرى تجدر الاشارة اليها فيما يتعلق بالحكم على مدي ملائمة وجود الميزة التنافسية التي يحوزة المؤسسة والتي تضم عناصر عدة نذكر منها :

- مصادر الميزة التنافسية :¹

يجب معرفة مرتبة هذه الميزة هل هي منخفضة اي سهلة التقليد من طرف شركات منافسة والمعتمدة اساسا على التكلفة الاقل عكس المزايا التنافسية ذات المرتبة المرتفعة التي يصعب تقليدها والمعتمدة على التكنولوجيا العلمية والتي تتطلب مهارات في كل المجالات وهو مايصعب تقليده على الاقل في المدى القصير وحتى المتوسط

- عدد مصادر الميزة التنافسية التي تمتلكها المؤسسة:

وفي هذه الحالة من مصلحة الشركة تنوع مصادر ميزتها التنافسية حتى يصعب على المنافس تقليد كل هذه المزايا بسهولة ,وعكس في حالة الاعتماد على ميزة واحدة فانه يسهل جدا على المنافسة محاكاة هذه الميزة والتغلب على اثارها

- درجة التحسن والتطور والتجديد في الميزة

من المؤكد انه من مصلحة المؤسسة التغيير المستمر لميزتها التنافسية وعدم الاقتصار على الميزة الحالية مع سرعة التغيير حتى تستطيع المؤسسة الحفاظيصفة مستمرة ودائمة على سيطرتها ومكانتها في السوق وولاء الزبائن لها

II : محددات الميزة التنافسية :

ان الميزة التنافسية للمؤسسة تتحدد وفقا لمعياريين اساسيين ,حيث من خلالهما تتحدد مدى قوة امكانية الميزة التنافسية على مواجهة المنافس او الصمود امامهم والبقاء محتكر لهذه الميزة لأكبر فترة ممكنة والمتغيريين هما²

1حجم الميزة التنافسية

2نطاق التنافس

1. حجم الميزة التنافسية :

ان الميزة التنافسية كلما كانت المؤسسة كبيرة سواء من ناحية التكلفة او من ناحية التمييز فهذا يفرض على الشركات المنافسة بدل مجهود معتبر وانفاق ببهم المستهلكين التابعين لها والمحبين لمنتجاتها

كما نجد بان لهذه الميزة التنافسية عدة مراحل تمر بها وهي :

¹عمار بوشناف الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية , رسالة ماجستير ,جامعة الجزائر ,2002,ص 11

²محمد رجان , مؤشرات تنافسية المؤسسات الاقتصادية ,مذكرة لسانس جامعة وهران ,2001,ص19

1- أ- مرحلة التقدم او النمو السريع :

فالمؤسسة في هذه المرحلة وبفعل الميزة التنافسية التي استطاعت تحقيقها مقارنة بالمنافسين فانها منزل هذه الميزة الى السوق وبفضل تقبلها من قبل المستهلكين يتعرف نمو معتبر وسريع بسبب عدم وجود منافسة او تاخر رد فعل المنافسين ,وبالتالي تحقق مداخيل جيدة قبل الدخول في المرحلة الثانية

1- ب - مرحلة التبنى من قبل الشركات المنافسة :

وتمثل بداية تعرف المنافسون على الميزة التنافسية للمؤسسة ومدى تأثيرها على المستهلك وعلى حصصهم السوقية فيحاولون بشتي الطرق العمل على تبني هذه الميزة التنافسية او تحسينها وهنا تعرف الميزة نوعا من الاستقرار والثبات والتشبع بفعل تزايد عدد المنافسين

1- ج - مرحلة الركود :

في هذه المرحلة يتضح جليا بان المنافسة تعمل بكل مآلديها من قوة امكانيات من اجل ابطال مفعول هذه الميزة التنافسية وتقليدها حتى تتمكن من جلب المستهلكين نحو منتجاتها او بمعنى اخر فان هذا المرحلة تمثل الظهور الحقيقي والجلي لرد فعل المنافسين فتبدأ بذلك مرحلة الركود للميزة الاصلية للمؤسسة الاصلية وبالتالي يتحتم عليها العمل على تطوير ميزتها التنافسية السابقة وتحسينها حتى تتمكن من البقاء والاستمرار ,

1- ج - مرحلة الضرورة

في هذه المرحلة يصبح ضروريا وحتميا بل ان المؤسسة مضطرة وفي حاجة ماسة الى تقديم تكنولوجيا جديدة من اجل تخفيض التكلفة لانه في الحالة العكسية فان مصير الميزة التنافسية الحالية الاولى هو الزوال ,ولهذا نجد مايسمىببنتمية وتطوير الميزة التنافسية (المتواصلة) مما يؤدي الى انخفاض مردودية المنتج ومبيعاته وهذا مايهدي المؤسسة بالخضر والخسارة خاصة اذا كانت محفظة منتجاتها غير متنوعة

2- نطاق التنافس (السوق المستهدف):

يتناول هذا العنصر درجة تنوع نشاطات وعمليات المؤسسة التي قد تكسبها مزايا تنافسية اضافة حقيقية وذلك حسب حجم نشاطاتها او الاسواق التي تستهدف المؤسسة

الفصل الاول :مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميزة التنافسية

الوصول اليها ,ويمكن التوصل الى ان هناك اربعة (04) ابعاد لنطاق التنافس يمكنها ان تؤثر على الميزة التنافسية وهي :

2- 1/ نطاق القطاع السوقي :

يعكس مدى تنوع مخرجات الشركة والعملاء الذين يتم خدمتهم ,وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق او خدمة كل السوق

2- 2/ النطاق الراسي :

يعبر عن مدى اداء الشركة لانشطتها داخليا(قرار التصنيع) اوخارجياً بالاعتماد على مصادر التوريد المختلفة (قرار الشراء) فالتكامل الراس مالي المرتفع بالمقارنة مع المنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الاقل او التمييز ,ومن جانب تخر يتيح التكامل درجة اقل من المرونة للشركة في تغيير مصادر التوريد

2- 3/ النطاق الجغرافي :

يعكس عدد المناطق الجغرافية او الدول التي تنافس فيها الشركة ويسمح النطاق الجغرافي للشركة بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من الانشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة ,وتبرز اهمية هذه الميزة بالسبب للشركة التي تعمل حاليا في نطاق عالمي اوكوني حيث تقدم منتجاتها او خدماتها في كل ركن من اركان العالم

2- 4/ نطاق الصناعة :

يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها الشركة فوجود روابط بين الانشطة المختلفة عبر عدة صناعات من سانه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة فقد يمكن استخدام عدة تسهيلات او التكنولوجية او الخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي اليها الشركة.

المطلب الرابع:النمو الداخلي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعتبر النمو الداخلي هو طريق النمو الاكثر طبيعيا للمؤسسة ويقتضي ضمنا الاعتماد على مواردها الخاصة لضمان نموها وتحقيق اهدافها الموضوعية وبوفر استقلالية كبيرة تتطور

تدرجيا عن طريق الاستثمارات المباشرة وخلق القيمة ويتبع النمو الداخلي خاصة عندما يكون القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة يشهد نمو قوي والصراع التنافسي ليس شديداً بمعنى ان طاقة السوق تسمح لكل مؤسسة حاضرة في القطاع ان تنمو بدون ضرورة اخذ حصص سوقية من منافسين اخرين ،

- التعاريف التيتناولتالنموالداخلي:¹

على غرار ما ذكرنا سابقاً ظهرت اختلافات بين بعض الباحثين في تعريفهم للنمو الداخلي، حيث يمكن تقسيمها إلى الفئتين كالآتي:

حسب بعضنا الباحثين يميز النمو الداخلي عن النمو الخارجي بخصوصية مصادره تمويلها، أي بتحديد ذلك بناءً على الموارد

المستخدمة في تمويلها، حيث يكون النمو داخلياً إذا كان مصدر تمويله داخلي، ويكون خارجياً إذا كان مصدره ويليه خارجي، وهو ما ذهب إليه (1975) A. Jacquemin الذي يعرف النمو الداخلي بأنه « استخدام المؤسسة لمواردها الخاصة

لتنفيذ سياستها الاستثمارية والتمويلية بالأرباح غير الموزعة أو باللجوء إلى الوسطاء الماليين » ويعرفه (1966) Houssiaux. وكذلك يعلن أنه «

نمو المؤسسة المنجز بواسطة اللجوء إلى السوق المال أو باستخدام احتياطات المتراكمة منذ الدورات السابقة». أما (1975) A.B. Weber et F. Jennic فقد قدما تعريفاً أكثر دقة حيث عرفا النمو الداخلي بأنه «نمو المؤسسة عن طريق التمويل الذاتي أو جلب رؤوس أموال نقدية دون التوحد مع مؤسسات أخرى».

لكن (R.Paturel)

(1978) اعترض على بطن نمو بمصدر التمويل، ذلك لأن كل من النمو الداخلي والنمو الخارجي يمكن تمويلهما بمصادر تمويل ذاتية أو خارجية وعليه فلا توجد خصوصية تمويلية لكل من الإستراتيجيتين فالنمو الخارجي يمكن هتمويلها بالتمويل الذاتي

(حالة نادر لكنها موجودة)، كما أن النمو الداخلي يمكن أن يمول مثلاً باللجوء إلى مصادر التمويل الخارجية

5 كإصدار أسهمه/ أو الحصول على قروض بنكية.

¹ بن ساسي الياس، المؤسسة امام خيار النمو الداخلي والخارجي دراسة حالة مؤسسات قطاع المحروقات بالجزائر، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 2008 ص 60

فالنمو الداخلي هو الطريق الأمثل للمؤسسة ويقتضي ضمنا الاعتماد على مواردها الخاصة لضمان نموها وتحقيق اهدافها الموضوعية ويوفر استقلالية كبيرة تتطور تدريجيا عن طريق الاستثمارات المباشرة وخلق القيمة ويتبع النمو الداخلي خاصة عندما يكون القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة يشهد نمو قوي والصراع التنافسي ليس شديدا بمعنى ان طاقة السوق تسمح لكل مؤسسة حاضرة في القطاع ان تنمو بدون ضرورة اخذ حصص سوقية من منافسين اخرين ،

مزايا وعيوب النمو الداخلي

مزايا النمو الداخلي:¹

- 1- الاستعمال الامثل للموارد المالية للمؤسسة :وذلك بان لا تترك الاموال في شكل سيولة وانما يتم استغلالها لتحقيق النمو
- 2- تقوية الثقافة التنظيمية للمؤسسة :وذلك لانها لا يوجد تدخل خارجي من قبل المؤسسات الاخرى مثلما هو عليه الحال في النمو الخارجي اين تلجا المؤسسة الى التحالف مع غيرها
- 3- التمرور يكون تدريجيا :وبالتالي يمكن التحكم في النمو بصورة احسن
- 4 - تثمين التجربة او الخبرة المكتسبة من طرف العاملين وكذا الكفاءات الموجودة في المؤسسة

عيوب النمو الداخلي :

- 1/نمو بطيء لان النمو الداخلي يحتاج الى وقت طويل نوعا ما
- 2/امكانية حدوث رد فعل من طرف المنافسين قد يكون سريعا وحادا
- 3/قد يلاقي النمو الداخلي عقبات وعراقيل بشرية وتنظيمية داخل المؤسسة ,وذلك لان النمو قد يتطلب كفاءات ومهارات معينة قد لا تكون متوفرة على مستوى المؤسسة ذاتها خصوصا اذا كانت صغيرة
- 4/يحتاج النمو الداخلي الى تمويل كبير لان المؤسسة في هذا النوع من النمو تعتمد بالايخص على مواردها المالية الذاتية او تقوم بالاقتراض من المؤسسات المالية .

¹ سملايخضية, اثر التسير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية, اطروحة دكتورة غير منشورة, جامعة الجزائر ص12.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة :

تم إجراء مجموعة من الدراسات والأبحاث العلمية والأكاديمية سواء في موضوع الدور الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية أو موضوع سياسات وأساليب تطويرها وتدعيمها ، ونعرض لأبرز الدراسات التي لها علاقة بموضوع هذه الدراسة وهي كما يلي :

المطلب الاول: دراسة عمار سلامي، بعنوان الصناعات الصغيرة والمتوسطة والتنمية الاقتصادية (1984).

بحثت هذه الدراسة وهي رسالة ماجستير منشورة باللغة الفرنسية، في الحدود الفاصلة بين الصناعات الصغيرة والمتوسطة من جهة والصناعات الكبيرة من جهة أخرى مع محاولة القيام بمسح لبعض التعاريف المعطاة لهذا القطاع. كما قدمت أفكار هامة حول الدور الذي تقوم به هذه الصناعات في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية، بمساهمتها الكبيرة في تصحيح الاختلالات المسجلة في التنمية بسبب الأزمات التي عرفتتها معظم الدول في منتصف السبعينات.

وقد أكد الباحث في دراسته بناء على النتائج التي توصل إليها على أن الصناعات الصغيرة والمتوسطة يمكن أن تكون كحل بديل أو سياسة مكملة لسياسة الصناعات الكبيرة في مختلف البلدان النامية كما هو قائم في بعض بلدان أمريكا اللاتينية، أو كما عرفتة الجزائر في تلك الفترة (فترة إنجاز الدراسة).

المطلب الثاني : دراسة بوقربة عبد النور دور ومكانة الصناعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية حالة الجزائر جامعة الجزائر (1995).

رسالة ماجستير في جامعة الجزائر غير منشورة، هدفت إلى الوقوف على مكانة الصناعات الصغيرة والمتوسطة وبيان لدورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان النامية وكيف أصبحت تمثل الخيار الثاني لاستراتيجية التنمية المتبعة في مختلف هذه البلدان، بعد أن أصبحت الصناعات الكبيرة عاجزة عن تحقيق الأهداف المسطرة، وهو الشيء الذي وصلت إليه الدراسة عند تحليلها لواقع التنمية في الجزائر، والمكانة التي كانت

تحتلها الصناعات الصغيرة والتنمية في السياسة التنموية للبلاد، فبعد أن كانت صناعات تابعة تتطور على هامش برامج التنمية المسطرة في إطار الاستراتيجية الشاملة، لتصبح بعد أن تأكدت أهميتها في امتصاص العجز، الحل البديل في يد مقرري السياسة التنموية بإدماجها في عملية التنمية وجعلها الوسيلة الفعالة في تحقيق بعض الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، امتصاص البطالة المتزايدة، تحقيق التوازن الجهوي، تلبية الحاجيات من السلع الاستهلاكية...إلخ.

وقد توصلنا في نهاية دراستنا إلى أنه رغم التحول الذي عرفه الاقتصاد الجزائري منذ بداية الثمانينات، إلا أن السياسة التي اتبعت أُنذاك لم تقدر على تجنيد كل الطاقات الصناعية المتاحة في البلاد، حيث إصطدم ذلك بالعديد من القيود والعراقيل.

المطلب الثالث: دراسة قويقح نادية، بعنوان: إنشاء وتطوير المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في الدول النامية وتمويلها الداخلي- حالة الجزائر-(2001).

قامت هذه الدراسة، وهي رسالة ماجستير في جامعة الجزائر، بتحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مع إظهار أهم الخصائص التي تميزها عن غيرها، وتجعلها قطاعا تركز عليه غالبية الدول المتقدمة منها أو النامية في عملية التنمية، بالرغم المشاكل التي يعرفها خاصة منها عملية التمويل، لهذا قامت الباحثة ببحث تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية بنوع من التفصيل، فتوصلت في البداية إلى كون قضية التمويل تعتبر أهم مشكلة تواجه مؤسسات هذا القطاع وأكبر العراقيل التي تحد من فاعليته وفي نموه وعلى بقاءه، لتتأكد من ذلك عندما تطرقت إلى بعض التجارب الدولية التي بينت بأن الاهتمام بعملية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال إنشاء مؤسسة تمويلية خاصة بها، يظل أحد أهم العوامل المساعدة على النهوض بهذا القطاع الحساس، وحماية هذه المؤسسات من الاختفاء.

كما أظهر هذا البحث، بأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في الجزائر تلعب دورا لا يستهان به، عمدت الجهات المسؤولة عليها بمحاولة التخفيف من المشاكل والعوائق التي تحد من إنشائها وتتميتها، إيمانا منها بأن تنمية هذا القطاع يبقى الضمان الوحيد لتحسين نمو الاقتصاد الوطني وإنعاشه.

المطلب الرابع : دراسة خالد عبد العزيز السهلاوي من كلية العلوم الإدارية والتخطيط، جامعة الملك فيصل ، دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في خلق فرص عمل جديدة: دراسة تطبيقية على المشروعات الصناعية الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية(2002).

تهدف هذه الدراسة للقيام بتوضيح الدور الرائد الذي يمكن أن تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية في إيجاد آفاق وفرص عمل جديدة للشباب حديثي التخرج بعيدا عن الوظائف العامة التي أصبحت بعيدة المنال. والحد بذلك من مشكلة إرتفاع معدل البطالة الذي أصبح اليوم هاجس الساسة ومتخذي القرار في المملكة.

وقد أظهرت الدراسة أن اهتمام متخذي القرار في المملكة العربية السعودية بتنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يدور في إطار التسليم عموما بأهمية هذه المشروعات للتنمية الإقتصادية. وهذا الإهتمام يتجلى في تبني خطط التنمية السعودية المتعاقبة العديد من المساهمات والمبادرات. من هذه المبادرات دراسة سبل تسهيل حصول تلك المؤسسات على احتياجاتها المالية حينا، وتسهيل وتبسيط الأنظمة واللوائح الخاصة بمنح العقود الحكومية لمشروعات الأعمال الصغيرة والمتوسطة وإعطائها الأفضلية والأولية حينا آخر. من جانب آخر فإن تبني خطط التنمية الأخيرة لموضوع خوصصة المؤسسات وتعميق دور القطاع الخاص في كافة المجالات الاقتصادية يؤكد أهمية هذا القطاع على اعتبار أنالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشكل الشريحة الكبرى من مؤسسات القطاع الخاص السعودي من حيث عددها ومستوى إسهامها في الناتج المحلي الإجمالي. وما جاءت به خطنا للتنمية الاقتصادية السادسة والسابعة من تركيز كبير واهتمام أكبر بدعم هذا النوع من المشروعات ودعم مساهمتها في المجالات المقترحة أماالقطاع الخاص إلا تعبيراً عن الدور الحيوي الهام والمأمول من هذه المشروعات.

المطلب الخامس : دراسة صفوت عبد السلام عوض الله، اقتصاديات الصناعة الصغيرة ودورها في تحقيق التصنيع والتنمية (1993).

تناولت هذه الدراسة المنشورة أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الصناعة الصغيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية بصفة عامة والتنمية الصناعية بصفة خاصة. ولقد

قام الباحث بإستعراض أهم المشكلات والعقبات التي تجابه هذا القطاع ومن ثم تحول دون فعالية الدور الذي يمكن أن يؤديه هذا القطاع في عملية التنمية، التي يؤكد في شأنها، أن للصناعة الصغيرة دورا كبيرا في الإنتاجية وخلق فرص عمل جديدة وإيجاد ترابط أمامي وخلفي مع بقية القطاعات الأخرى، بل أكثر من ذلك، فهي بمثابة المورد الذي تحصل منه الدولة على ما تحتاجه من الخبرات والمهارات الفنية والتنظيمية والإدارية اللازمة للتطور الصناعي، كما أن بعض الصناعات التي تعتمد على التخصص الحرفي والمهارات الإنسانية تتمتع بالقدرة على المنافسة في الأسواق العالمية مما يعطي لها أهمية خاصة في مجالات تنمية الصادرات .

كما تطرق الباحث إلى أهم الوسائل والأساليب اللازمة لتنمية الصناعات الصغيرة، حيث أوضح بأنه لما كانت المشكلات الأساسية التي تجابه المؤسسات الصغيرة تتمثل في مشكلات التمويل والحصول على الموارد المالية اللازمة لها، وذلك فضلا عن افتقارها إلى الخبرات الفنية والإدارية، فإن وسائل وأساليب تنمية الصناعات الصغيرة لا بد أن تركز على محورين رئيسيين:

- تيسير الحصول على الموارد المالية وخدمات التمويل.

معالجة المشكلات الفنية ومشكلات انخفاض الإنتاجية في قطاع الصناعات الصغيرة

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

الفصل الثاني : الجانب التطبيقي

في هذا المبحث سوف نتطرق الى اهم النتائج المتوصل اليها عن طريق الاستبيان,حيث سنقسمه الى مطلبين رئيسيين الاول فيه عرض النتائج والثاني تحليل النتائج

المبحث الاول:مكونات ومنهجية الدراسة

نبين في هذا المبحث عناصر الدراسة ,والمتمثلة في مجتمع الدراسة والجزء محل الدراسة في العينة ,بالاضافة الى توضيح حدود الدراسة

المطلب الاول:مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في المؤهل العلمي والخبرة مع اختيار خمس فئات من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي:

1- مصنع الحليب ادرار

2- شركة ابو لؤلؤة لصب الخرسانة المسلحة

3- مؤسسة مرابطي للبناء

4- مصنع سيدي موسى للاسمنت

5- شركة دليل الخيرات لنقل المسافرين

ولقد اخترنا مجتمع متكون من مهنيين واداريين ومسيرين فقط كون الموضوع يدرس النموالداخلي والميزة التنافسة لهذا المؤسسات

المطلب الثاني :عينة الدراسة

النسبة المئوية	العدد	النتيجة
100%	31	لقد قمنا بتحديد حجم العينة 31عينة من الاداريين والمسيرين وكذا العمال في بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ,على مستوى ولاية ادرار,وقد قمنا باعداد استبيان ووزعناه على هذه العينةالبيان
6.45%	2	الاستثمارات الموزعة
93.55%	29	الاسامارات الغير مسترجعة
		الاستثمارات المسترجعة

المصدر : من اعداد الطالبان بناء على المعلومات السابقة

الملاحظ من خلال الجدول ان الاستثمارات الموزعة بلغت 31استمارة،وقد تم استرجاع 29استمارة فقط،اما باقي الاستثمارتين لم تحصل وذلك راجع الى عدم الاهتمام بها من طرف بعض العمال وقد ترددنا عليهم مرارلكن دون جدوة

المطلب الثالث: حدود الدراسة

تتمثل حدود هذه الدراسة فيما يلي

الحدود المكانية: كانت على مستوى ولاية ادرار

الحدود الزمانية:امتدت الدراسة للفترة ما بين 2018/03/02الى2018/06/30

الحدود البشرية: شملت الدراسة على مسيرين وعمال في مؤسسات صغيرة ومتوسطة

الحدود الموضوعية:اهتمت هذه الدراسة بالمواضيع المتعلقة باثر النمو الداخلي على

الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الثاني:في هذا المبحث سنتطرق الى اهم النتائج المتوصل اليها في الدراسة

عن طريق الاستبيان

المطلب الاول: عرض نتائج الاستبيان

1- اجراءات معالجة الاستبيان

لتحليل الاستبيان تم وضع مقاييس الاجابات لقياس اراء افراد العينة المدروسة عن طريق

الاستبيان كما هو موضح في الجدول:

الجدول رقم مجالات الاجابة على اسئلة الاستبيان

1	2	3	4	5
موافق تماما	موافق	محايد	لاوافق	لاوافق تماما

المصدر: من اعداد الطالبان

عرض نتائج الاستبيان :

في هذا العنصر سيتم عرض مختلف النتائج المتحصل عليها من خلال الاستبيان عن

طريق برنامج **spss**

وهذا باستخدام مختلف الاساليب والادوات الاحصائية واختبارها على الاستبيان

1- توزيع افراد العينة حسب عدد العمال

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

لقد تم تقسيم افراد العينة المدروسة الى ثلاثة اقسام خاصة حيث الفئة الاولى من 10 عمال 49 عامل , والفئة الثانية من 50 عامل الى 99 عامل , والفئة الثالثة من 100 عامل 199 عامل

عدد العمال	التكرار	النسبة
من 10 الى 49	12	41.38%
من 50 الى 99	10	34.48%
من 100 الى 199	7	24.14%
المجموع	29	100%

في تحليل هذه العينة وجدنا ان الفئة التي بها عدد العمال من 10 الى 49 تحتل المرتبة الاولى بما يعادل 12 عامل بما يعادل 41.38% ثم تليها الفئة التي بها عدد عمالها ما بين 50 الى 99 بنسبة 24.48% واخير الفئة ما بين 100 الى 199 بنسبة 24.14%

ب - توزيع العينة حسب تاريخ بداية النشاط :

في هذه الحالة تم تقسيم العينة الى ثلاثة فئات عمرية للمؤسسة حيث ان الفئة اقل من ثلاثة سنوات احتلت اعلى نسبة تقدر ب 51.73% وتليها الفئة ما بين 3 سنوات الى 5 سنوات بنسبة 31.03% واخيرا الفئة اكبر من 5 سنوات بنسبة 17.24%

تاريخ بداية النشاط	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 03 سنوات	15	51.73%
من 03 سنوات الى 05 سنوات	09	31.03%
اكثر من 05 سنوات	05	17.24%
المجموع	29	100%

ج - توزيع العينة حسب متوسط الزيادة في رقم الاعمال

متوسط الزيادة في رقم الاعمال	التكرار	النسبة
ارتفاع قوي	05	17.24%
ارتفاع ضعيف	16	55.17%
استقرار	03	10.34%
انخفاض	05	17.25%
المجموع	29	100%

المصدر: اعداد الطالبان بناء على المعطيات السابقة في الموضوع.

د - توزيع العينة حسب اثرالميزة التنافسية :

في هذه الحالة تم تقسيم العينة الى ثلاثة مستويات حسب نوع التاثير الخاصة بالميزة التنافسية فكان التقسيم كالتالي اثر ايجابي ,واثر سلبي ,لايوجدتاثير حيث ان التاثير الايجابي حاز على حصة الاسد بنسبة تقدر ب62.07% ثم تليها اثر سلبي بنسبية 31.03% واطير لا يوجدتاثير بنسبة6.90%

اثر الميزة التنافسية	التكرار	النسبة المئوية
اثر ايجابي	18	62.07%
اثر سلبي	09	31.03%
لا يوجد اثر	02	6.90%
المجموع	29	100%

المصدر: اعداد الطالبان

هـ - توزيع العينة حسب وضعية المؤسسة في السوق:

في هذه الحالة تم تقسيم العينة الى ثلاثة اقسام حسب حصة كل مؤسسة في السوق

- حصة سوقية قوية
- حصة سوقية متوسطة
- حصة سوقية ضعيفة

وبعد التحليل تحصلنا علي النتائج التالية

النسبة	التكرار	وضعية المؤسسة في السوق
31.03%	9	حصة سوقية قوية
41.38%	12	حصة سوقية متوسطة
27.59%	8	حصة سوقية ضعيفة
100%	29	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبان من خلال المعطيات المقترحة.

النمو الداخلي :

FREQUENCIES VARIABLES=س2 س3 س4 س5 س6
/ORDER=ANALYSIS .

Frequencies

		Notes
Output Created		13-SEP-2018 13:31:05
Input	Comments Data	C:\Users\adrar\Docum ents\ النموالداخلي .sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	29
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
	Syntax	FREQUENCIES VARIABLES= س2 س3 س4 س5 س6 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.16

Statistics

	النمو الداخلي للمؤسسة على إجراءات ملياً للمؤسسة	تمتاز منتجاتنا للمؤسسة منافسة	تمتلك المؤسسة انظمة عمل للمؤسسة وق	للمؤسسات ستراتيجيات ددة الارض بائنها هم	للمؤسسة مجرد تقبلية ستقطب املة ها الداخلي
N Valid	29	29	29	29	29
Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

النموالداخليفياالمؤسسةيعتمدعلأجراءاتوعملياتمعقدةفياالمؤسسة

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid موافقتما ا	7	24.1	24.1	24.1
موافق	10	34.5	34.5	58.6
محايد	4	13.8	13.8	72.4
لاوافق	5	17.2	17.2	89.7
لاوافقتما ما	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تمتازمنتوجاتالمؤسسةبجودةمنافسة

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid موافقتما ا	13	44.8	44.8	44.8
موافق	7	24.1	24.1	69.0
محايد	3	10.3	10.3	79.3
لاوافق	4	13.8	13.8	93.1
لاوافقتما ما	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تمتلكالمؤسسةانظمةعمليةلتوسعفيالسوق

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid موافقتما ا	9	31.0	31.0	31.0
موافق	8	27.6	27.6	58.6
محايد	5	17.2	17.2	75.9
لاوافق	4	13.8	13.8	89.7
لاوافقتما ما	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

لدى المؤسسات استراتيجيات متعددة لارضا عزائها واستقطابهم

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid موافقتما ا	15	51.7	51.7	51.7
موافق	6	20.7	20.7	72.4
محايد	1	3.4	3.4	75.9
لاوافق	4	13.8	13.8	89.7
لاوافقتما ما	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

لدى المؤسسة برامج رؤية مستقبلية من اجل استقطاب اليد العاملة في سبيل نموها

الداخلي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافقتما ا	2	6.9	6.9	6.9
موافق	5	17.2	17.2	24.1
محايد	10	34.5	34.5	58.6
لاوافق	8	27.6	27.6	86.2
لاوافقتما ما	4	13.8	13.8	100.0
Total	29	100.0	100.0	

الميزة التنافسية :

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
DATASET ACTIVATE DataSet1.

```

```

SAVE

```

```

OUTFILE='C:\Users\adrrar\Documents\nموالداخلي.sav'
/COMPRESSED.

```

```

DATASET ACTIVATE DataSet2.
DATASET CLOSE DataSet1.

```

```

FREQUENCIES VARIABLES=س1 س3 س4 س5 س2 س6 س7

```

```

س8 س9 س10 س11

```

```

/STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE

```

```

/ORDER=ANALYSIS.

```

Frequencies

Notes

Output Created		13-SEP-2018 13:37:23
Comments		
Input	Data	C:\Users\adrar\Documents\الميزة التنافسية.sav
	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	29
Missing Handling	Value Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=س1 س3 س4 س5 س2 س6 س7 س8 س9 س10 س11 /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.05

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

Statistics

		تعامل المؤسسة على علاقاتها	تعامل المؤسسة مع علاقاتها	تسعى المؤسسة للوصول	نقوم بدراسة نقا	تعامل المؤسسة على	ديممنتو لجزءها	تعامل المؤسسة على	تسعى المؤسسة للحصول	تعامل المؤسسة على	تعامل المؤسسة على	تعامل المؤسسة على
		دخول منافسين جدد من خلا	عالي زبائن للخدمة من مناف	سواق جديد يصعب الوصول	طالقو الوضع	يدقو تحسينات مختلفة	خفيضا التكاليف للمنتو	بمزاياسعريه من المورد ينلت	خفيضا التكاليف	جودة المنتجات	عزير الاسواق الم	تحاسوا قدي قوت
		لا لتركيز على الجودة	سيجدد	لا ليهامن قبل المنافسين	بق الفرصا لتفوق	عنا منافسين	جاتو العمليات	خفيضا التكاليف	اداة المبيعات	جودة المنتجات	عزير الاسواق الم	تحاسوا قدي قوت
N	Valid	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		1.7931	2.0690	2.1034	2.2414	1.8966	1.6897	2.1379	1.6897	1.1724	1.0000	1.8966
Median		1.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.0000	2.0000	2.0000	1.0000	1.0000	1.0000	2.0000
Mode		1.00	2.00	2.00	1.00 ^a	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00
Std. Deviation		1.26433	1.09971	1.14470	1.27210	1.11307	.66027	1.09297	1.07250	.38443	.00000	.93903

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

تعمال المؤسسة علماً عاقدة دخول منافسين جدد من خلال التركيز على الجودة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافقتاماً	18	62.1	62.1	62.1
موافق	5	17.2	17.2	79.3
محايد	2	6.9	6.9	86.2
لاوافق	2	6.9	6.9	93.1
لاوافقتماماً	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تعمق المؤسسة علاقاتها مع الزبائن للخدمة من دخول منافسين جدد

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافقتاماً	10	34.5	34.5	34.5
موافق	12	41.4	41.4	75.9
محايد	3	10.3	10.3	86.2
لاوافق	3	10.3	10.3	96.6
لاوافقتماماً	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تجمع المؤسسة معلومات دورية عن المنافسين

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid موافقتما ما	9	31.0	31.0	31.0
موافق	14	48.3	48.3	79.3
محايد	2	6.9	6.9	86.2
لاوافق	2	6.9	6.9	93.1
لاوافقتما ما	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تسعى المؤسسة للوصول لاسواق جديد ةيصعب الوصول اليها من قبل المنافسين

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid موافقتما ما	10	34.5	34.5	34.5
موافق	10	34.5	34.5	69.0
محايد	3	10.3	10.3	79.3
لاوافق	4	13.8	13.8	93.1
لاوافقتما ما	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

نقوم بدراسة نقاط القوة والضعف للمنافسين لتحقيق الفرص التفرقة

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid موافقتما ما	15	51.7	51.7	51.7
موافق	6	20.7	20.7	72.4

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

محايد	4	13.8	13.8	86.2
لاوافق	4	13.8	13.8	100.0
Total				
	29	100.0	100.0	

تعملا لمؤسسة علي تقديم منتوجات تميزا جديدا وتحسينات مختلفة عن المنافسين

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid موافقتاما	12	41.4	41.4	41.4
موافق	14	48.3	48.3	89.7
محايد	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تعملا لمؤسسة علي تخفيض التكاليف للمنتوجات والعمليات

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid موافقتاما	9	31.0	31.0	31.0
موافق	12	41.4	41.4	72.4
محايد	4	13.8	13.8	86.2
لاوافق	3	10.3	10.3	96.6
لاوافقتماما	1	3.4	3.4	100.0

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

Total	29	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

تسعى المؤسسة للحصول على مزايا سعرية من الموردين لتخفيض التكاليف

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافقتما	18	62.1	62.1	62.1
موافق	5	17.2	17.2	79.3
محايد	4	13.8	13.8	93.1
لاوافق	1	3.4	3.4	96.6
لاوافقتماما	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تعمل المؤسسة على زيادة المبيعات

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافقتما	24	82.8	82.8	82.8
موافق	5	17.2	17.2	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تعمل المؤسسة على تحسين جودة المنتجات

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافقتما	29	100.0	100.0	100.0

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

تعملا لمؤسسة على زيادة الحصة السوقية من خلال فتح أسواق جديدة وتعزيز الأسواق الـ

لـ

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	موافقتما	10	34.5	34.5
	موافق	15	51.7	86.2
	محايد	2	6.9	93.1
	لاوافق	1	3.4	96.6
	لاوافقتماما	1	3.4	100.0
	Total	29	100.0	

خاتمة

الخاتمة

تمثلت إشكالية الدراسة في دراسة النمو الداخلي وأثره على الميزة التنافسية في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة , فالنمو الداخلي هو عبارة عن استخدام المؤسسة لمواردها الخاصة (التمويل الذاتي) أو جلب رؤوس أموال نقدية دون التوحد مع مؤسسات أخرى . وتحاول المؤسسة من خلال نموها الداخلي إلى تحقيق الميزة وهي تفوق المؤسسة على منافسيها في تحقيق قيمة مضافة للعملاء وتحاول المحافظة عليها بصفة مستمرة , ومن خلال فصول هذه الدراسة تم التوصل إلى جملة من النتائج . وعلى ضوء الأسئلة المطروحة في الإشكالية السابقة تم التوصل إلى ما يلي :

. يرجع الاختلاف في تحديد تعريف دقيق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جميع الدول إلى درجة النمو والتطور لكل دولة وقد ضبط التعريف بالنسبة للجزائر بصدور القانون التوجيهي في سنة 2001 الذي دعم هذا القطاع بالدعائم القانونية الضرورية .

. تعتبر مشكلة النمو الداخلي أكبر عائق أمام تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

. تعتبر التنافسية مُحَصَلة لمجموعة من القوى (داخلية وخارجية عن المؤسسة) متكاملة فيما بينها من أجل إظهار قدرة المؤسسة على مواجهة المنافسين والتفوق عليهم

التوصيات : من خلال دراستنا نتقدم بالاقترحات التالية :

. يجب على المؤسسة أن تضع حواجز أمام الداخلين الجدد للسوق الذي تنشط فيه .

. ضرورة الاهتمام بالدراسة الميدانية الخاصة بهذه المواضيع .

. تمتلك المؤسسة طاقة إنتاجية يمكن استغلالها للزيادة من قدرتها التنافسية .

آفاق الدراسة : من خلال فترة الدراسة تبين عدة مواضيع تحتاج إلى الدراسة :

. مدى مساهمة الميزة التنافسية في تطوير منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

. دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع :

مراجع باللغة العربية:

1. دمدوم كمال دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة ,دراسات اقتصادية
2. حلف عثمان ,واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها ,دراسة حالة الجزائر
3. قويقنادية,انشاء وتطوير المؤسسات ص و م في الدول النامية - حالة الجزائر
4. صلاح الدين نعيجي ,افاق تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الانفتاح الاقتصادي
5. سرور بوعسييلة، سميرة بن مدور، دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الاقتصاد الوطني،
6. لرقط فريدة واخرون ,(دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاديات النامية ومعوقات تنميتها وتطورها في العالم).
7. عبد السلام ابو قحف , التنافسية وتغير قواعد اللعبة , عمار بوشناف الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية .
8. محمد رجلان ,مؤشرات تنافسية المؤسسات الاقتصادية,
9. الجريدة الرسمية القانون رقم18/01المؤرخ في12/12/2001المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

مراجع باللغة الاجنبية:

10. Gilles Bressy , Economie d'entreprise , éd SIREY 1990.

Résumé

En raison de la différence dans la détermination de la définition précise des petites et moyennes entreprises dans tous les pays à la croissance et le développement du degré de chaque pays a fixé la définition pour l'Algérie guider la promulgation de la loi en 2001, qui soutiennent le secteur des piliers juridiques nécessaires.

Le problème de la croissance interne est le principal obstacle au développement des PME La compétitivité est le résultat d'un groupe de forces (internes et externes à l'institution) intégrées les unes aux autres pour montrer la capacité de l'institution à rivaliser avec ses concurrents

Recommandations: Dans notre étude, nous faisons les suggestions suivantes: L'institution doit mettre en place des barrières pour les nouveaux arrivants sur le marché sur lequel elle est active La nécessité de faire attention à l'étude de terrain sur ces sujets

L'organisation dispose d'une capacité de production exploitable pour accroître sa compétitivité

Perspectives pour l'étude: Au cours de la période d'étude, plusieurs sujets doivent être étudiés:

La mesure dans laquelle l'avantage concurrentiel contribue au développement des produits des PME Le rôle de la qualité dans la réalisation de l'avantage concurrentiel des petites et moyennes entreprises