



جامعة وهران 2
كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير
مذكرة
للحصول على شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية
تخصص: الاقتصاد الدولي

مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الدولية

مقدمة ومناقشة علنا من طرف
السيد: زقار بخدة

أماه لجنزة المناقشة

رئيسا	جامعة وهران 2	أستاذ التعليم العالي	حاكمي بوحفص
مقرر	جامعة وهران 2	أستاذ التعليم العالي	رفيق يسعد دريس
مناقشا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر -أ-	مجدد عبد النور
مناقشا	جامعة وهران 2	أستاذ محاضر -أ-	حمداني محمد

السنة: 2018-2019

المقدمة:

تعتبر المؤسسة الخلية الأساسية في أي اقتصاد، وبهذا فدرجة تطور ونمو أي بلد راجع إلى بنية وطبيعة مؤسساته. وهذا ما يميز الدول العظمى اقتصاديا في الوقت الحالي، أين تتركز المؤسسات الكبرى عالميا. نظرا لضخامتها وتكاليفها وصعوبة إقامتها لدى أغلب دول العامل لاسيما السائرة في طريق النمو، لذا أصبح من الضروري النظر في نوع آخر من المؤسسات أقل حجما وتكلفة وهي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تسعى الدول من خلال إقامة هذا النوع من المؤسسات إلى تحقيق العديد من الأهداف، لاسيما الاقتصادية منها، وذلك على المستويين الداخلي والخارجي، وعلى رأسها دفع حركة التنمية الاقتصادية، تنويع المصادر التمويلية للاقتصاد، خفض معدلات البطالة، وكذا تحقيق الاندماج الاقتصادي الذي يؤدي إلى رفع معدلات التبادل وتسهيل حركة السلع والخدمات ومختلف عوامل الانتاج بما في ذلك رؤوس الأموال، التكنولوجيا... إلى غير ذلك من المزايا. طموحا لتحقيق هذه الأهداف، أصبح موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أحد المواضيع الهامة التي تحظى باهتمام كبير من قبل دول العالم عامة، والدول النامية خاصة، وكذا المنظمات والهيئات الدولية الإقليمية، حيث تشكل ما نسبته 90% من المنشآت في العالم وتشغل ما يفوق 50% من عنصر اليد العاملة.

إلا أنه وفي ظل الانفتاح وتطور مفهوم العولمة، تعرف هذه المؤسسات مفارقة حادة، فمن جهة تسعى إلى تقوية وتوسيع نشاطاتها وذلك عن طريق التعاون والاندماج والسعي نحو التدويل، ومن جهة أخرى، تعاني هذه المؤسسات من المنافسة الحرة والتامة التي يفرضها اقتصاد السوق والتطور العلمي والتكنولوجي الحاصلين.

كغيرها من الدول، تسعى الجزائر ونظيراتها من الدول العربية، خلال العشريتين الأخيرتين إلى تدارك سلبيات أنظمتها الاقتصادية وخاصة الاشتراكية، والتحول نحو اقتصاد السوق والاستفادة من المزايا التي يجلبها هذا الانفتاح من تحقيق للاندماج والنمو الاقتصاديين. فوعيا

منها بيان فكرة إنشاء اقتصاد وطني مستقل في موارده عن المحروقات مبني على موارد دائمة ومتحددة، ارتأت التركيز على ثلاثة نقاط تمثلت فيما يلي:

- تعزيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كوسيلة للتنوع الاقتصادي وخلق الشغل؛
 - إدماج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية ترميم الموارد الطبيعية والنمو الاقتصادي المحلي والتكنولوجيات الجديدة؛
 - ترميم الطاقة الإنتاجية الوطنية عن طريق إدماج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في شبكات وبواسطة التعامل الباطني مع المشاريع الاستثمارية الضخمة العمومية.
- لذلك، قد وقعت تونس اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوربي منذ سنة 1996، وانضمت بعد ذلك إلى منظمة التجارة الدولية، تبعتها في ذلك المغرب سنة 2001. أما في الجزائر، فقد تم اتخاذ قرار التحول من الاقتصاد الموجه نحو اقتصاد السوق منذ سنة 1988 تبعا للمشاكل التي عرفها الاقتصاد الوطني، حيث تم إعادة النظر في هيكلية المؤسسات العمومية، أين تم حل المفلسة منها وتطهير بعضها ماليا والتنازل عن البعض الآخر. إلا أن هذه العملية لم تف بالغرض وأصبح من الضروري البحث عن حلول أخرى، ففي أبريل سنة 2002 تم توقيع اتفاق الشراكة والاندماج مع الاتحاد الأوربي (الذي دخل حيز التنفيذ في سبتمبر 2005) كبادرة لتحقيق التنمية والنمو الاقتصادي، ومسايرة التطور الاقتصادي الحاصل في العالم الخارجي، والبحث عن موارد أخرى لتمويل الاقتصاد، خاصة وأنها بلد يعتمد في موارده (أكثر من 70%) على قطاع المحروقات والتي تشكل أيضا ما يفوق 97% من قطاع الصادرات.
- بهذا أصبحت هذه الدول ملزمة بالتقيد بعدة إجراءات مفروضة من قبل الاتحاد ومختلف الهيئات والمؤسسات الدولية وعلى رأسها البنك وصندوق النقد الدوليين، باعتبارهما الهيئتان المنظمتان للعلاقات الاقتصادية الدولية.
- سعيًا من كل هذه الدول إلى تحقيق أهدافها، وجب عليها إعادة النظر في هيكلية مؤسساتها وذلك من خلال التقيد بمجموعة من الشروط وتتبع عدة إجراءات تتلخص في

إعادة تأهيل هذه المؤسسات وهيئتها وفقا لمتطلبات حوكمة المؤسسات. مما يسمح لها بالاستمرارية ومنافسة المؤسسات الأجنبية، داخليا وخارجيا، في ظل الانفتاح على العالم الخارجي.

تجدر الإشارة أيضا إلى أن برامج إعادة التأهيل تختلف من بلد لآخر، مما يجعل نتائجها تختلف أيضا. ففي الوقت الذي عرفت فيه هذه البرامج نجاحا في تونس مثلا لازالت الجزائر تعاني من عدة تعثرات، ويرجع ذلك أساسا إلى المحيط الاقتصادي ومحيط الأعمال في الوطن، على الرغم من اشتراكها في عدة خصائص منها العوامل التاريخية وموقعها الجغرافي مع دولة تونس...

الإشكالية:

إن الحديث عن درجة نمو اقتصاديات العديد من الدول يؤدي بالحديث عن طبيعة مؤسساتها الاقتصادية وهيكلتها. مما يؤدي بالضرورة إلى الاعتراف بالدور الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذه الدول، نظرا لاحتلالها النسبة الأكبر من المؤسسات (90% من المنشآت في العالم)، وما تحققة هذه الأخيرة من مزايا اقتصادية واجتماعية على الصعيدين الداخلي والخارجي للبلد.

إن دول المغرب العربي، وسعيها منها إلى تدارك التأخر الذي تشهده، تسعى، خلال العشريتين الأخيرتين، إلى التحول نحو اقتصاد السوق وتحرير تجارتها الخارجية، بالإضافة إلى رغبتها في الانضمام إلى منظمة التجارة الدولية، فقد وقعت تونس اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي سنة 1996، تلتها بعد ذلك المملكة المغربية سنة 2001، ثم الجزائر التي طبقت هذا الاتفاق بشكل فعلي في أول سبتمبر 2005.

لتحقيق ذلك، وجب على هذه الدول إعادة النظر في هيكلتها مؤسساتها، نظرا لما لعملية الانفتاح من آثار من شأنها المساس بوجود هذه المؤسسات وقدراتها التنافسية. أهم هذه

الإجراءات هو إعادة تأهيل المؤسسات وتهيئتها للمنافسة الأجنبية الشرسة، وعلى هذا الأساس يمكن طرح الإشكالية الآتية:

● ما مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية التجارة الخارجية للجزائر عامة

ورفع صادراتها كبديل المحروقات على وجه الخصوص؟

انطلاقا من هذا نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

● ما مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

● ما هو واقعها بالجزائر؟

● ما مدى مساهمتها في التجارة الخارجية وتطوير الصادرات؟

● ما هي أهم العراقيل التي تعترضها لتحقيق هدف تدويلها؟

● ما هي الإجراءات الكفيلة لضمان استمراريتها ونجاحتها؟

أهمية البحث:

إن دراسة موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومدى مساهمتها في التجارة الخارجية ينبع من المكانة التي أصبحت تحظى بها هذه المؤسسات من قبل دول العالم. سعيًا من الدول إلى هيمنتها على الأسواق الخارجية ونيتها في تحقيق النمو الاقتصادي، سخرت كل جهودها للنهوض بهذا القطاع، فبالاقتباس من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال، أصبحت الدول السائرة في طريق النمو (ومنها دول المغرب العربي) تولي لها عناية خاصة بتسخير موارد وتسطير برامج وتنفيذ التزامات إعادة الاعتبار لها بعد تهميشها لفترات هامة، والتي من شأنها تحقيق تنمية شاملة (اقتصادية واجتماعية...)، ومحاولة لرفع وتعزيز مساهمتها في التجارة الدولية وما لذلك من آثار إيجابية على اقتصاديات الدول (رفع الصادرات...) خاصة وأن معظمها يعتمد في مجمل صادراته على قطاع المحروقات، المورد الذي يعرف تذبذبات معتبرة في السوق العالمية، وما يتبعه من آثار سلبية على اقتصاديات هذه الدول، هذا من جهة. من جهة أخرى، تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بميزات تجعلها أكثر استجابة لتحقيق أهداف

الدول في تنمية ونمو اقتصادياتها من خلال تحسين موازينها التجارية عن طريق المساهمة في رفع صادراتها وإنتاج منتجات محلية تحل محل الواردات. أما بالنسبة للدول السائرة في طريق النمو المعتمدة على المحروقات والتي تعتبر من الثروات الآيلة للزوال وغير المتجددة، فيفترض في هذه الدول التفكير في إيجاد موارد أخرى لتمويل اقتصادياتها وتنميتها، ما يجعل موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من المواضيع الجديدة بالاهتمام.

أهداف البحث:

تتجلى أهداف البحث في النقاط التالية:

- التعرف على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- دور هذه المؤسسات في تطوير حجم التجارة الخارجية ورفع حصص صادرات البلد الذي تنتمي إليه.
- تبيان مدى حاجة الدول بما فيها دول المغرب العربي والجزائر على وجه الخصوص للاهتمام بموضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال تعويض المحروقات بهدف تمويل اقتصادياتها.
- التعرف على أهم جهود دول المغرب العربي لتحسين أداء هذه المؤسسات، وذلك بالحديث عن البرامج والمخططات وأهم الهيئات الداعمة لهذا النوع من المؤسسات.

محددات البحث:

نظرا للاهتمام المتزايد بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قبل الدول المتقدمة، لما لها من أهمية في تحسين أداء التجارة الخارجية، وتبعتها في ذلك دول العالم الثالث (لما لها من أهمية)، سنتطرق في بحثنا هذا إلى مكانة هذه المؤسسات إيجازا في بعض الدول (المتقدمة والسائرة في طريق النمو) وتفصيلا في الجزائر.

باعتبار الجزائر بلد حديث النشأة نظرا لاستقلالها حديثا، فسنحصر مجال الدراسة من سنوات الثمانينات إلى يومنا هذا، خاصة وأنها قد باشرت عمليات إعادة التأهيل لهذا النوع من المؤسسات في العشرية الأخيرة، منذ سنة 1988 إلى يومنا هذا، نتيجة اتخاذها قرار التحول نحو اقتصاد السوق وتحضيرها للاندماج لمنظمة التجارة الخارجية الدولية، من جهة. ومن جهة أخرى، البحث عن بديل للمحروقات فيما يخص تحقيق الإيرادات.

الفرضيات:

أولا: تعتبر المؤسسة الصغيرة والمتوسطة محرك التنمية في الوقت الحالي وذلك لمساهمتها في تحقيق التنمية الاقتصادية (زيادة الانتاج، خفض معدلات البطالة...)، ودورها البارز في تطوير التجارة الخارجية عن طريق رفع الصادرات وتحقيق تبادل مختلف عوامل الانتاج (رؤوس الأموال، التكنولوجيا...).

ثانيا: يعتبر اتخاذ قرار التحول من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق وإعادة النظر في ملكية المؤسسات العمومية وتسييرها، من أهم العوامل المساعدة على تطوير المؤسسات وتحسين أدائها.

ثالثا: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحسن بديل للمحروقات في مجال تحقيق الإيرادات في الجزائر.

رابعا: تعتبر برامج إعادة التأهيل كوسيلة لضمان استمرارية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتفعيل دورها وتنمية قدراتها التنافسية لتحقيق المهام الموكلة إليها.

الفصل الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواقعها في الاقتصاد العالمي

يعتمد كل بلد، عند إقرار نيته في الإصلاح إلى إعادة النظر في هيكله مؤسساته وتحسين أدائها باعتبارها الركيزة الأساسية للاقتصاد. تختلف هذه المؤسسات من حيث مكوناتها، طبيعة نشاطها، طبيعتها القانونية، حجمها... إلخ. لعب حجم المؤسسات دورا بارزا في تحديد مصيرها ومدى اهتمام الدول بها، وذلك بانقسامها إلى مؤسسات كبيرة وأخرى صغيرة ومتوسطة، إلى المصغرة. نظرا لانفراد هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بعدة خصائص ومميزات أهلتها إلى تحقيق أهداف وطموحات على المستويين الداخلي للبلد والدولي، جعل الدول تصب كل اهتماماتها للتكفل والنهوض بها لتحقيق الرفاهية الاقتصادية وما يتبعها من هيمنة على المستويات الأخرى (السياسية، الثقافية...).

فما هي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وما هو واقعها.

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن الحديث عن الم ص م¹ ودورها في التجارة الخارجية يدفع بنا بالضرورة إلى التعريف بها (المطلب الأول) ثم إلى إبراز أهميتها في الاقتصاد العالمي (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

سنتناول في هذا المطلب مختلف تعاريف الم ص م بعد الحديث عن إشكالية تعريفها ومعايير ذلك.

الفرع الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولا: إشكالية تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

¹ سيتم استعمال هذا الاختصار (م ص م) كبديل لعبارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا في حالة وجودها في بعض التسميات الرسمية للهيئات والبرامج أو العناوين.

يعترف العديد من الباحثين الاقتصاديين ومختلف الهيئات والمنظمات الدولية المهمة بالتنمية الاقتصادية وترقية ونماء الم ص م بوجود صعوبات كبيرة تحول دون وضع تعريف جامع مانع خاص بالم ص م من شأنه أن يلقي قبولا واجماعا من طرف المهتمين بهذا القطاع. فتحديد التعريف يحكمه مجموعة من القيود تنتج أساسا عن التباينات والاختلافات الموجودة بين مختلف دول العالم، وبين مختلف الأنشطة والقطاعات داخل الدولة الواحدة. قبل الحديث عن التعريف يجدر بنا أن نتطرق إلى أهم هذه القيود والتي يمكن عرضها كما يلي¹:

● التفاوت في درجات النمو الاقتصادي:

إن انقسام دول العالم إلى مجموعات متباينة، أهمها الدول المتقدمة صناعيا والدول النامية، والذي يرجع أساسا إلى طبيعة هيكلها الاقتصادية، ومستوى التطور التكنولوجي الحاصل في كل بلد ينتج عنه اختلاف النظرة إلى مؤسسات هذه الدول. فالمؤسسة الصغيرة في الدولة المتقدمة (اليابان، الاتحاد الأوروبي...) يمكن اعتبارها كبيرة أو متوسطة في بلد نامي (السودان، تونس...) والناتج عن اختلاف درجة النمو والتطور التكنولوجي، مهارة اليد العاملة المستعملة وحجمها... الخ، وينطبق نفس الأمر عند النظر بالعكس، فالمؤسسة الكبيرة في بلد نامي يمكن أن تعتبر صغيرة أو متوسطة في بلد متقدم.

● اختلاف النشاط الاقتصادي:

يمكن تصنيف المؤسسات من حيث طبيعة نشاطاتها إلى 03 قطاعات رئيسية:

- قطاع أول: تدرج فيه المؤسسات التي تستعمل عناصر الطبيعة كعنصر أولي وأساسي، كالزراعة والصناعات الاستخراجية.
- قطاع ثاني: قطاع الانتاج أي تحويل و انتاج السلع.
- قطاع ثالث: ويشمل المؤسسات العاملة في قطاع الخدمات، النقل، التأمين...

¹ رابح حميدة، استراتيجيات وتجارب ترقية دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم النمو وتحقيق التنمية المستدامة، دراسة مقارنة بين التجربة الجزائرية والتجربة الصينية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف،

من نشاط اقتصادي لآخر يختلف حجم المؤسسة وهيكلتها المادية والمالية، فبينما تحتاج المؤسسة العاملة في قطاع الاستخراج الى هياكل عملاقة ومساحات شاسعة وحجم كبير من اليد العاملة، تحتاج المؤسسات الانتاجية الى استثمارات أقل من ذلك (في شكل مباني، هياكل ومعدات...) بينما تحتاج المؤسسات التجارية والخدماتية الى عناصر متداولة (مخزونات البضائع، الحقوق...) ويد عاملة قليلة.

يكمن الفرق أيضا من ناحية هياكلها التنظيمية حيث تتميز بالتعقيد في مؤسسات النشاطين الأول والثاني وبالبساطة في المؤسسات الخدماتية.

على هذا الأساس، يمكن اعتبار بعض المؤسسات المتوسطة وحتى الصغيرة في القطاع الانتاجي أو الاستخراجي، كبيرة في القطاع الخدماتي أو التجاري.

● اختلاف فروع النشاط الاقتصادي

تبعاً للعنصر السابق، يتفرع كل نشاط اقتصادي بدوره الى فروع اقتصادية. حيث تختلف الصناعة الاستخراجية والتنقيب عن الزراعة من حيث كثافة اليد العاملة والاستثمارات الواجب إقامتها لممارسة نشاطاتها. وفي نفس الصدد وفي مجال الصناعة تختلف صناعة السيارات عن صناعة المواد الغذائية، وفي المجال التجاري تختلف المؤسسات المستوردة عن الناشطة محلياً، والعاملة بالجملة عنها بالتجزئة.

لذلك، وفي نفس النشاط الاقتصادي، يختلف حجم المؤسسات من نوع لآخر، وبهذا يمكن اعتبار مؤسسات صغيرة في صناعة الحديد والصلب مثلاً، كبيرة في فرع صناعة المواد الغذائية. بالنظر إلى حجم الاستثمارات، عدد العمال والمعدات المستعملة.

● تعدد معايير التعريف

يمكن اعتبار معايير تعريف المصنوع المتبنية من قبل مختلف دول العالم، من أهم القيود التي تحول دون تحديد تعريف موحد لهذه المؤسسات، فلكل دولة مجموعة من المعايير تأخذ بها لتعريف مؤسساتها، فمنها من تأخذ بالمعايير الكمية كحجم اليد العاملة، رقم الأعمال، الاستثمارات، ومنها

من تأخذ بالمعايير والخصائص النوعية كالتنظيم، التكنولوجيا... وذلك حسب النظام الاقتصادي السائد ودرجة نمو وتقدم البلد الذي تنتمي إليه المؤسسة.

إذ كما سبق ذكره، تعتبر هذه القيود من أهم العقبات التي تقف في وجه الباحثين والمؤلفين الاقتصاديين لوضع وتحديد مفهوم دقيق وموحد للم ص م. في الواقع العملي، تُحدد كل دولة تعريف الم ص م حسب الأهداف والسياسات المسطرة، متبعة في ذلك مجموعة من المعايير سيتم التطرق في النقطة الموالية.

ثانيا: معايير تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتعدد معايير تعريف الم ص م وتختلف من بلد لآخر ومن نظام اقتصادي لآخر، وذلك حسب الهدف من التعريف، فقد يكون الغرض منه هو معالجة قطاع بأكمله أو مؤسسات بعينها بشكل مختلف ومتميز عن الأخرى في نفس القطاع.

كما قد يكون ذلك للتمييز بين قطاعين مختلفين (مثلا الصناعي والخدمي...) وذلك لأهداف قد تكون من شأنها الاهتمام والنهوض بقطاع أو ترقية وتطوير مكاسب قطاع على حساب الأخر... وهذا ما يجسد من خلال سياسات الدولة الاقتصادية. ومهما تعدد هذه المعايير يمكن حصرها في صنفين¹:

● المعايير الكمية:

تعتبر هذه المعايير قياسية تستخدم كمؤشرات إحصائية وتنظيمية، من شأنها تسهيل عملية جمع البيانات والمعلومات عن مختلف المؤسسات نذكر منها:

- معايير رأس المال:

يعتبر حجم رأس المال من المعايير الهامة لتحديد حجم الطاقة الانتاجية للمؤسسة، حيث تقوم كل دولة، المعتمدة على هذا المعيار، بتحديد حجم ومستوى رقم الأعمال لتصنيف مؤسساتها وفقا للسياسة الاقتصادية المتبعة، مع الأخذ باعتبارات أخرى منها قيمة العملة الوطنية... الخ.

¹ العميد الركن الدكتور نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 2007، ص 31.

- معيار اليد العاملة:

لا يقل هذا المعيار أهمية عن سابقه، حيث يشكل حجم اليد العاملة المشغلة في المؤسسة مؤشرا لتصنيف هذه الأخيرة، وتجدر الإشارة أنه المعيار الأكثر استخداما في الدول النامية.

- معيار معامل رأس المال:

قد يؤدي الأخذ بكل معيار من المعيارين السابقين على حدى بالوقوع في أخطاء تقييمية وبالوصول على نتائج غير دقيقة في تحديد حجم المؤسسة. فنقص حجم اليد العاملة في مؤسسة لا يعني بالضرورة أنها تصنف ضمن المؤسسات الصغيرة، بل قد تكون كثيفة رأس المال أو عنصر التكنولوجيا، ويتم تصنيفها كبيرة حسب هذا المعيار، أو العكس.

لذا وجب الأخذ بعين الاعتبار المعيارين في آن واحد، وهو ما يسمى بمعيار معامل رأس المال ويمثل حجم رأس المال المستخدم بالنسبة لوحدة العمل ويحسب (رأس المال الثابت/ عدد العمال) ويعني كمية رأس المال اللازمة لتوظيف عامل واحد.

وحسب العلاقة، يكون هذا المعيار منخفضا في المؤسسات التي تتميز بقلّة رأس المال (التجارية والخدمائية) ومرتفعا في المؤسسات الانتاجية.

- حجم الانتاج والقيمة المضافة:

تتمثل في قيمة المنتجات التي تنتجها المؤسسة والناجحة عن استعمال مواد أولية او مواد وسيطية أخرى (نصف مصنعة). إلا هذا المعيار يخص المؤسسات الصناعية بالدرجة الاولى نظرا لإنتاجها منتجات نهائية بالمقارنة مع المؤسسات التجارية والخدمائية التي تقدم خدمات تدخل بدورها في انتاج منتجات أخرى.

● المعايير النوعية (الوظيفية):

على غرار النوع الأول من المعايير، تستخدم المعايير النوعية لإجراء التحليل الاقتصادي وتقييم كفاءات المؤسسات وتحديد الدور الكامن لكل مؤسسة (باختلاف حجمها) في تحقيق التنمية الاقتصادية. وتتمثل هذه المعايير فيما يلي:

- معيار التنظيم:

تظهر أهمية هذا المعيار من خلال الفروق الوظيفية التي تميز كلا من المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الكبيرة أو المتوسطة، حيث تظهر الخصائص فيما يلي:

على عكس المؤسسات الكبيرة التي تتسم بالفرقة بين المالكين والمديرين، تتسم المؤسسات الصغيرة بالجمع بين الملكية والادارة، وقلة عدد مالكي رؤوس الاموال، حيث يتولى شخص واحد، ممثل في مدير المؤسسة، بكافة الوظائف والمهام الادارية المختلفة وبمساعدة من ينوبه. كما يقوم بالاتصال والتعامل شخصيا مع مختلف المتعاملين مع المؤسسة (موردين، زبائن...) على عكس المؤسسات الكبيرة التي تقوم على التخصص الوظيفي.

محدودية مصادر التمويل في المؤسسات الصغيرة التي تعتمد على المصادر المحلية فقط (منطقة النشاط فقط) على عكس المؤسسات الكبيرة التي عادة ما تنتشر في أماكن مختلفة (المدن وأماكن تواجد المؤسسات الممولة...).

- المعيار التكنولوجي:

يستخدم هذا المعيار عادة في الدول المتقدمة، حيث تصنف ضمن المؤسسات الصغيرة تلك التي تستخدم أساليب إنتاج بسيطة ذات رأس المال منخفض وكثافة عمالية عالية.

- المعيار القانوني:

حسب هذا المعيار، تشمل المؤسسات الكبيرة شركات الأموال (SARL, SPA...) بينما تشمل المؤسسات الصغيرة باقي أنواع الشركات (شركات التضامن، التوصية البسيطة، الحرف، المحلات التجارية...).

● المعايير الاخرى:

إضافة إلى الصنفين من المعايير السابقة، يمكن ذكر معيار آخر يتمثل في:

استحواذ المؤسسات الصغيرة على الأسواق المحلية فقط، مما ينتج عنه العديد من المزايا أهمها:

- قربها من مصادر المواد الخام وقلة احتياج الاستيراد من الخارج؛

- انخفاض تكاليف النقل؛

- غياب المنافسة وما ينتج عنه من انعدام في تكاليف البحوث.

ثالثاً: تعريف الدول للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

بالرغم من تعدد المعايير المذكورة سلفاً، إلا أن الدول لم تتمكن من الاتفاق الرسمي لإعطاء تعريف شامل وموحد للم ص م. حيث تختلف التعاريف والمصطلحات من دولة لأخرى، وذلك حسب طاقة البلد وقدراته الاقتصادية:

• تعريف الولايات المتحدة الأمريكية¹:

تعتمد الو م أ على التعريف القانوني، حيث نص قانون الم ص م لسنة 1953 على أنها تعرف كالتالي: "تلك المؤسسات التي يتم امتلاكها وإدارتها بطريقة مستقلة حيث لا تسيطر على مجال العمل الذي تنشط في نطاقه" وقد أخذ هذا القانون بعين الاعتبار حجم المبيعات وحجم اليد العاملة كمعيارين لتصنيف المؤسسات الصغيرة على النحو التالي:

الجدول رقم 01: التعريف الأمريكي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

القطاع	المعيار	الحجم
الصناعات التحويلية	عدد العاملين	500 عامل فما دون
تجارة التجزئة	قيمة المبيعات السنوية	أقل من (5) مليون دولار
الخدمات	قيمة المبيعات السنوية	أقل من (5) مليون دولار
تجارة الجملة	عدد العاملين	100 عامل فما دون
مقاولات البناء	قيمة المبيعات السنوية	أقل من 17 مليون دولار
أنشطة تجارية خاصة	قيمة المبيعات السنوية	أقل من 7 مليون دولار
الزراعة	قيمة المبيعات السنوية	أقل من 0,5 مليون دولار

المصدر: الأثر التنموي للمشروعات الصغيرة الممولة في ظل استراتيجية التنمية²،

¹ رابع حميدة، استراتيجيات وتجارب ترقية دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم النمو وتحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 08.

² ميساء، حبيب سلمان، الأثر التنموي للمشروعات الصغيرة الممولة في ظل استراتيجية التنمية، دراسة تطبيقية على المشروعات الممولة من قبل هيئة التشغيل وتنمية المشروعات، في الجمهورية العربية السورية، رسالة ماجستير، السنة 2009، ص 26.

• تعريف البنك الدولي¹: يميز البنك الدولي ما بين ثلاثة أنواع من المؤسسات

- مؤسسات مصغرة:

- يكون عدد العمال فيها أقل من 10 عمال؛
- إجمالي أصولها أقل من 100.000 مليون دولار أمريكي؛
- حجم المبيعات السنوية أقل من 100.000 مليون دولار أمريكي.

- مؤسسات صغيرة:

- تضم أقل من 50 عامل؛
- إجمالي أصولها أقل من 100.000 مليون دولار أمريكي؛
- حجم المبيعات السنوية أقل من 100.000 مليون دولار أمريكي.

- مؤسسات متوسطة:

- تضم أقل من 50 عامل؛
- إجمالي أصولها أقل من 100.000 مليون دولار أمريكي؛
- حجم المبيعات السنوية أقل من 100.000 مليون دولار أمريكي.

• تعريف الاتحاد الأوروبي²:

بتاريخ 21 أبريل 1996 أصدرت المفوضية الأوروبية توصية تقضي باستخدام تعريف جديد موحد للم ص م داخل الاتحاد الأوروبي والدول الاعضاء بهدف تطبيق مشترك ومتكامل للنهوض بقطاع الم ص م في الاتحاد وترقيته.

¹ لخلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003-2004.

² سامية عزيز، مساهمة المؤسسات الصغير والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة جوان 2011، ص 79.

حيث اعتمد التعريف على معيار حجم اليد العاملة المستخدمة اضافة الى معيارين ماليين (رقم الاعمال والموازنة)، شريطة أن تتمتع المؤسسة قيد التعريف بالاستقلالية، أي ألا تزيد نسبة مساهمة مؤسسة أخرى في رأس مالها عن 25 % (كحد اقصى).

الجدول رقم 02: تعريف الاتحاد الاوربي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

نوع المؤسسات	عدد العمال الاقصى	رقم الاعمال الاقصى	الحد الاقصى للموازنة
مصغرة	9	-	-
صغيرة	49	7 مليون	5 مليون اورو
متوسطة	249	40 مليون	27 مليون

المصدر: نفس المرجع المعتمد في التعريف.

• تعريف بلدان جنوب شرق آسيا¹:

تأخذ هذه الدول مؤشر العمالة كمعيار لتصنيف الم ص م حيث يكون التصنيف كالتالي:

- مؤسسات عائلية وحرفية من: 1 الى 10 اعمال،

- مؤسسات صغيرة من: 10 الى 49 عامل،

- مؤسسات متوسطة من: 49 الى 99 عامل،

- مؤسسات كبيرة أكثر من: 100 عامل.

بالإضافة الى ذلك، تختلف هذه المؤسسات في بعض الميزات، حيث أن المالك هو المنتج مباشرة

في المؤسسات الحرفية، عكسها في المؤسسات الكبيرة أين يتجسد الفصل بين الادارة والملكية.

• تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة²:

إن الاستراتيجية التي اتبعتها الجزائر في مسيرتها التنموية أدت الى تهميش الم ص م لفترة طويلة.

سنتطرق إلى هذا الموضوع في المبحث الثاني من الفصل الثاني.

¹ لخلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003-2004. ص 13.

² طرشي محمد، الدور التنموي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، حالة الصناعات الغذائية، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الشلف، 2004-2005.

فقد ظهرت أول محاولة لتعريف هذه المؤسسات في الجزائر عند وضع التقرير الخاص ببرنامج تنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة لوزارة الصناعة في بداية السبعينات، والذي يرى أن الم ص م هي وحدة إنتاجية تتميز بما يلي:

- الاستقلالية القانونية،
 - تشغل أقل من 500 عامل،
 - تقدر قيمة إنشائها بأقل من 10 مليون،
 - تحقق رقم أعمال سنوي يقدر بأقل من 15 مليون دينار جزائري.
- تأخذ هذه المؤسسات أشكالاً عدة:
- مؤسسات تابعة للجماعات المحلية،
 - فروع للمؤسسات الوطنية،
 - مشروعات مختلطة،
 - مؤسسات مسيرة ذاتياً،
 - تعاونيات،
 - مؤسسات خاصة.

قد كانت هناك محاولة ثانية في إطار الملتقى الأول حول الصناعات الصغيرة والمتوسطة، حيث طرحت المؤسسة الوطنية لتنمية الصناعات الخفيفة (EDIL) تعريفاً يركز على معيارين كميين هما: اليد العاملة ورقم الأعمال، حيث تم تعريف الم ص م على أنها مؤسسة تشغل أقل من 200 عامل وتحقق رقم أعمال أقل من 10 مليون دينار جزائري.

لم تقدم السلطات الرسمية في الجزائر على وضع تعريف للم ص م إلا في سنة 2001، وذلك من خلال القانون 01-18 الصادر في 12 ديسمبر 2001 والذي يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث تم تعريفها كالتالي¹: "تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها كل مؤسسة إنتاج/سلع/أو خدمات:

¹ المادة 04 من القانون 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- تشغل من 1 الى 250 شخصا،

- لا يتجاوز رقم أعمالها ملياري (2) دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية

خمسائة (500) مليون دينار جزائري؛

- تستوفي معايير الاستقلالية". بحيث لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25 % فأكثر من قبل

مؤسسة أو مجموعة من مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

كما تم تعريف المؤسسة المتوسطة¹: على أنها هي المؤسسة التي تشغل من 50 الى 250 عاملا، وتحقق رقم أعمال محصور بين 200 مليون دينار و 2 مليار دينار، أو أن يكون المجموع السنوي لميزانيتها محصور بين 100 و 500 مليون دينار.

المؤسسة الصغيرة²: " هي المؤسسة التي تشغل من 10 الى 49 عاملا ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 200 مليون دينار أو أن لا يتجاوز المجموع السنوي لميزانيتها 100 مليون دينار".

المؤسسة المصغرة³: (MICRO ENTREPRISE/TPE) كما يلي:

"هي المؤسسة التي تشغل من 1 الى 9 عمال وتحقق رقم اعمال اقل من 20 مليون دينار جزائري أو أن لا يتجاوز المجموع السنوي للميزانية 10 مليون دينار جزائري".

في ظل انضمام الجزائر الى المشروع الاورو متوسطي، وكذا التوقيع على الميثاق العالمي حول المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في جوان 2000 أخذ القانون الجزائري بتعريف الاتحاد الاوروبي.

رابعا: العناصر المكونة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

كغيرها من المؤسسات، تشمل الم ص م على العناصر التالية:

- **الموارد المادية:** وتشمل العناصر المنقولة (رؤوس الاموال، السيارات...) والعقارية (المباني، الأراضي...) وكذا جميع العناصر الوسيطة (المواد الأولية...).

¹ المادة 05 من القانون 01-18، السالف الذكر.

² المادة 06 من القانون 01-18، السالف الذكر.

³ المادة 07 من القانون 01-18، السالف الذكر.

● **الموارد غير المادية:** وتشمل على العناصر غير المادية وتلعب دورا رئيسيا في حياة المؤسسة منها: الملكية الفكرية، السمعة التجارية...

● **الموارد البشرية:** يشتمل هذا العنصر على المدراء والمالكين والعمال وتعتبر أهم ميزة للمص م، وذلك من خلال الدور الذي يلعبه المدير باعتباره مالكا للمؤسسة على عكس المؤسسات الكبيرة أين يقتصر دور المدير على الدور القيادي، وينفرد المالك بالملكية. وفيما يخص العمال فقد يمتلك بعض الافراد (في شكل أسر) ملكية المؤسسة (خاصة في المؤسسات الحرفية) مما يجعلهم يشاركون مباشرة في التسيير واتخاذ القرارات داخل المؤسسة. في حين يقتصر دور العمال في المؤسسات الكبيرة على تقديم خدمة عنصر العمل فقط ومقابل أجرة أو راتب.

الفرع الثاني: أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأصنافها القانونية

أولا: أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

للمص م عدة أشكال تختلف حسب عدة معايير يمكن جمعها في النقاط التالية:

1) **المص م حسب طبيعة توجهها¹:** حسب هذا الأساس تنقسم المص م إلى:

● **المؤسسات العائلية:** يكون مكان إقامتها المنزل وتمثل اليد العاملة المستخدمة في أفراد العائلة، تنتج منتجات تقليدية وبكميات محدودة، قد توجه هذه المنتجات الى الافراد للاستهلاك المباشر، أو لصالح مصانع توجد في نفس المنطقة كمواد وسيطية.

● **المؤسسات التقليدية:** لا تختلف هذه المؤسسات عن سابقتها، غير أنها تستخدم يد عاملة من غير أفراد العائلة، وقد يختلف مكان إقامتها بحيث يكون خارج المنزل (العائلة).

● **المص م المتطورة وشبه المتطورة:** بينما يعتمد النوعين السابقين من المؤسسات على كثافة أكبر في عنصر العمل، والاستخدام الأقل للتجهيزات والتطور التكنولوجي، يعتمد هذا النوع من المؤسسات على الاستخدام الكثيف للتكنولوجيا، والتوسع في استخدام رأس المال الثابت، والتنظيم في العمل طبقا للمقاييس الصناعية الحديثة وعلى حساب الحاجات العصرية

¹ يوجد هذا النوع من المؤسسات في بعض البلدان الصناعية مثل اليابان، سويسرا.. وتعمل في إطار ما يعرف بالمقاومة الباطنية.

المتطورة. وهو الأمر الذي تسعى اليه معظم دول العالم لاسيما النامية منها وذلك من خلال العمل على تطوير قطاع المؤسسات الحرفية والعائلية وذلك بإدخال الاساليب الحديثة والآلات المتطورة في عمليات الإنتاج.

2) الم ص م حسب طبيعتها الاقتصادية¹:

يمكن تصنيف الم ص م حسب طبيعتها الاقتصادية إلى الأنواع التالية:

• المؤسسات الانتاجية: وتصنف المؤسسات حسب هذا النوع الى:

- مؤسسات إنتاج السلع الاستهلاكية: والتي تقتصر على تصنيع المنتجات الغذائية، تحويل المنتجات الزراعية، الجلود والنسيج... ويعتبر هذا النوع من الانتاج أكثر تلائما وخصائص الم ص م نظرا لاعتماد هذه الانشطة على اليد العاملة المكثفة، وقربها من مصادر تواجد المواد الاولية التي تدخل في هذه الصناعات (المواد الزراعية، الجلود...)
- مؤسسات انتاج السلع الوسيطة: تختص هذه المؤسسات في صناعة تحويل المعادن، الصناعة الكيماوية والبلاستيكية، مواد البناء...

• المؤسسات الخدمائية: وتشمل المؤسسات التي تختص في تقديم خدمات للغير مثل النقل، التوزيع، تقديم الاستشارات لصالح مؤسسات أخرى (لاسيما المؤسسات الكبيرة...)

الاصلاحات بالإعلام الالي...

• المؤسسات التجارية: وتشمل المؤسسات التي تقوم بعمليات شراء وبيع السلع سواء بالجملة أو بالتجزئة.

• المؤسسات التكاملية: يعرف هذا النمط من المؤسسات بالتكامل أو التعامل من الباطن، وهو أحد الميزات الحديثة للمؤسسات في الوقت الحالي، ويقصد به التعاون والترابط بين

¹ العميد الركن الدكتور نبيل جواد، ادارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره.

مؤسسة رئيسية وأخرى ثانوية (عادة ما تكون مؤسسات صغيرة) والذي يمنحها القدرة على التكيف ومواكبة التطور.

1. التعاون أو التكامل: يأخذ التعاون شكلين رئيسيين:

- **التعاون والتكامل المباشر:** ويتحقق هذا النوع من التعاون عندما يكون إنتاج مؤسسة وسيطا لإنتاج آخر (تنتجه مؤسسة أخرى) ويكون ذلك:

أ. إما عندما تتعاقد مؤسسة صغيرة مع مؤسسة كبيرة وتتعامل معها بكامل إنتاجها.

ب. أو عندما تتعاقد مؤسسة بحرية مع أكثر من مؤسسة كبيرة.

يكون هذا التعاون لصالح المؤسسات الصغيرة التي تتفادى مشاكل التسويق وتحظى بكسب فرص جديدة في السوق لتطورها ونموها.

- **التعاون والتكامل غير المباشر:** يؤدي هذا النوع من التكامل إلى دعم نظام تقسيم العمل والتخصص، حيث يتيح فرص أمام المؤسسات الصغيرة لتخصص في إنتاج معين في حدود إمكانياتها الإدارية والفنية، وفي تلك النشاطات التي لا تمارسها المؤسسات الكبيرة. وهي تتجنب منافسة هذه الأخيرة مع تكاثرها إلى جانبها. غير أن المؤسسات الصغيرة تجد نفسها عند هذه العملية مقتصرة من جهة على أقسام السوق التي تتميز بنوعية أدنى وأسعار منخفضة نسبياً، ومنتجات أو خدمات كثيفة العمل، مع بقائها من جهة أخرى خاضعة ولو بصورة مباشرة إلى المؤسسات الأخرى. ويمكن القول أن علاقة التعاون غير المباشر قد تصلح لتكون وسيلة للتشغيل المكثف لا وسيلة للنمو الصناعي.

2. المقاوله الباطنية: تأخذ الم ص م المقاوله أشكال عديدة من المقاوله الباطنية حدها

A. SALLEZ. في ثلاثة اشكال أساسية:

- **تنفيذ الأشغال:** يتمثل هذا النوع في إقدام الم ص م المقاوله، على تنفيذ أشغال معينة لصالح جهة أخرى، وذلك في وقت عمل محدد مسبقاً.

- **الانتاج:** تقوم المؤسسات الصناعية في هذا الشكل من المقاولات الباطنية بإنتاج وصناعة قطع الغيار، والمكونات، وبعض الأدوات... حسب الخصائص والمواصفات المتفق عليها مع الجهة المستفيدة من هذه العملية.

- **تقديم الخدمات:** تقدم الم ص م العديد من الخدمات في شكل تعاون مع الغير، حيث تقوم بالتكوين والبحث والدراسة والاستشارة الفنية والاقتصادية.

ثانيا: الاصناف القانونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹

يختلف النظام القانوني للمؤسسات بصفة عامة والم ص م بصفة خاصة من دولة لأخرى وذلك حسب طبيعة النظام السياسي السائد في البلد، حيث تطغى أشكال الملكية الخاصة في الأنظمة الليبرالية، بينما تسود الملكية العمومية في الأنظمة الاقتصادية الموجهة التي تتميز بالتدخل الواسع للدولة في التسيير والتملك مع انحصار دور الافراد في ممارسة بعض الانشطة كالزراعة والخدمات.

استنادا للقوانين المطبقة في مختلف الدول فان الأصناف القانونية للمؤسسات تنحصر فيما يلي:

1) **المؤسسات الفردية:** هي المؤسسات التي يمتلكها شخص واحد (أو عائلة) ويعتبر صاحب رأس المال، يقوم هذا الشخص ب:

- توفير رأس المال الأساسي المكون للمؤسسة؛

- الاشراف على جميع الاعمال الادارية والفنية؛

- اتخاذ القرارات المتعلقة بسير ونشاطات المؤسسة والتنظيم.

2) **الشركات:** وهي مؤسسات تعود ملكيتها الى شخصين أو أكثر، يلتزم كل منهم بتقديم حصة من مال أو عمل أو شيء عيني آخر. على أن يقسم هؤلاء الأشخاص الأرباح أو يتحملون الخسائر التي قد تنتج عن نشاط المؤسسة. وتقسم الشركات الى:

¹ الأمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، لاسيما المواد من 544 إلى 840 منه.

أ. **شركات الاشخاص:** يقوم هذا النوع من الشركات على أساس الثقة المتبادلة بين الاشخاص المشاركة، وهي ثلاثة أنواع:

1. **شركات التضامن:** هي عقد بين شخصين أو أكثر، مسؤولين فيما بينهم مسؤولية تضامن وغير محدودة النشاطات والأعمال التي تمارس داخل المؤسسة. حيث يلتزم الشركاء بالوفاء بالتزامات الشركة حتى من أموالهم غير المساهم بها في الشركة، مما يزيد من ثقة المتعاملين معها. ومن عيوبها، أنه قد يتحمل الشريك خسائر ناجمة عن تصرفات لم يشارك في حدوثها.

2. **شركة التوصية البسيطة:** تضم هذه الشركة نوعين من الشركاء. شركاء متضامنون يسألون عن ديون الشركة من أموالهم الخاصة (كما هو الحال في شركة التضامن)، وشركاء موصون لا يسألون إلا في حدود مساهمتهم، ويتحصل هؤلاء على نسب ثابتة كأرباح حتى في حالة خسارة المؤسسة، ولا تكون مساهمتهم عملا ولا يشاركون في إدارة المؤسسة ولا تظهر أسماءهم في عنوانها.

3. **شركات المحاصة:** هي عبارة عن اتفاق بين شخصين أو أكثر (الشركاء) للقيام بنشاط اقتصادي عادة ما يكون تجاريا مثل صناعة الأفلام، أو موسميا مثل تسويق المحاصيل الزراعية خلال فترة زمنية محدودة، لتحقيق ربح يتم تقاسمه بين الشركاء، وتنتهي حياة الشركة بانتهاء النشاط الاقتصادي الذي أقيمت من أجله.

يتمتع نشاطها بصفة شخصية، لا تتمتع بالشخصية الاعتبارية وليس لها رأس مال ثابت (عقارات، مباني...).

ب. **شركات الاموال:** يتضمن هذا النوع من الشركات:

1. **شركات المساهمة:** هي عبارة عن شركة يقسم رأس مالها إلى أسهم متساوية، تطرح في الأسواق المالية للاكتتاب، ويمكن تداولها في بورصة الأوراق المالية دون الرجوع إلى الشركة أو موافقة المساهمين. وللسهم قيمة إسمية تدون عليه وقيمة حقيقية مرتبطة بمدى نجاح الشركة خلال ممارسة نشاطاتها. توزع الأرباح المتحصل عليها بصفة دورية على المساهمين. لها مزايا وعيوب.

● **المزايا:**

- تمتاز بقدرة عالية على استقطاب رؤوس أموال ضخمة وتوظيفها في تطوير منتجاتها،
- تمتاز بقدرة عالية وكبيرة على مبدأ التخصص للاستفادة من مزايا تقسيم العمل،
- تتحدد المسؤولية بقدر المساهمة في رأس مال الشركة وللمساهمين الحرية في شراء وبيع هذه الأسهم،
- تملك شخصية اعتبارية مستقلة عن الشركاء.

● العيوب:

- تأخذ عملية الاكتتاب فترة طويلة، وتحمل المؤسسة أعباء مالية كبيرة؛
 - تتميز بإجراءات تأسيس جد معقدة؛
 - صعوبة الاحتفاظ بسرية المعلومات لتعدد الاطراف في المؤسسة.
2. شركة ذات مسؤولية محدودة: يقوم عدد من المستثمرين بتأسيس الم ص م على شكل شركات ذات مسؤولية محدودة للتخلص من عيوب شركات التضامن، وتتميز هذه الشركات بما يلي:
- مسؤولية الشريك محصورة بحدود مساهمته في رأس مال الشركة؛
 - يوزع رأس مال الشركة إلى حصص متساوية، ويمكن للشريك شراء حصة أو أكثر كما يمكن بيع حصته لغير الشركاء؛
 - لا يقبل في عداد الشركاء إلا الاشخاص الطبيعيين؛
 - تكون الإدارة فيها من طرف شريك أو أكثر أو من طرف شخص خارجي لهم.
- قد اختلفت الآراء في تحديد صنف هذه الشركات، فمنهم من أدرجها ضمن شركات الاشخاص وآخرون يرون أنها من نوع شركات الأموال وهذا راجع لوجود شبه بينها وبين كلا من شركات الاشخاص وشركات الاموال.
- تبعاً لهذه الاشكال فان اختيار نوع معين للمؤسسة من طرف صاحبها مرتبط بعدة اعتبارات أهمها:

- اعتبارات متعلقة برأس المال: حيث يقوم المستثمر باختبار الشكل الذي يسهل عليه تمويل مؤسسته، وفقا للحد الأدنى لرأس المال المنصوص عليه حسب كل نوع من أنواع الشركات.
- اعتبارات تتعلق بالائتمان: ومدى تعرض المؤسسة لمطالب الدائنين والمقرضين.
- الضرائب: ينبغي على صاحب المؤسسة أن يدرس مقدار الضرائب الواجب دفعها في كل شكل من الأشكال.
- الإدارة والملكية: فالجمع بين وظيفتي الإدارة والملكية تظهر بوضوح في الم ص م.

المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد

سنتناول في هذا المطلب أهمية الم ص م في الاقتصاد الذي تنتمي إليه. لكن، قبل الحديث عن ذلك، سنتطرق الى الجدول القائم حول وجود الم ص م ومدى أهميتها في اقتصاديات الدول وذلك من خلال الدراسات والابحاث التي انجزت مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.

الفرع الأول: الجدول القائم حول وجود ومدى أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تضاربت الآراء حول وجود وأهمية الم ص م، ففي حين ينفي بعض الباحثين دورها في الاقتصاد يبرز البعض الآخر أهميتها وخاصة خلال الثلاثين سنة الأخيرة. حيث أثبتت دراسة إحصائية¹ أن عدد المقالات المهمة بهذا النوع من المؤسسات انتقل من 5292 مقال قبل سنة 1970 لتتعدى 13000 مقالا في يومنا هذا. يعتبر أغلبها، حسب بعض الباحثين، ذا نوعية رديئة وسطحية لا تفي لتأسيس نظريات كاملة.

فدراسة موضوع الم ص م لم يكن بالصدفة، حيث جاء نتيجة لمواضيع أخرى نذكر منها ما قام به Veblen في مرجعه Theory of Business Enterprise سنة 1904 الذي انتقد التفريق المتزايد بين أصحاب المؤسسات الصغيرة وأصحاب رؤوس الأموال المالكين للمؤسسات

¹ Pierre-André JULEIN, trente ans de théorie en pme ; de l'approche économique à la complexité. Note de recherche, université du Québec à trois rivières, 2009.

الكبيرة. ودور كل منهم في البحث عن مواقع الاحتكار بهدف تعظيم الأرباح. من جهته Commons سنة 1921، ناقش دور الطبقة المتوسطة في إنشاء المؤسسات الصغيرة ودورها في التنمية الاقتصادية. في سنة 1926 أكد Ansiaux على وجود م ص م في الاقتصاد مادام هناك إنتاج ذا طلب منخفض، خاصة الطلب المشخص (personnalisé) والطلب المبني على معلومات المستوحاة من الحوار من جهة، ومن جهة أخرى غياب تكاليف المراقبة في الم ص م مقارنة معها في المؤسسات الكبيرة.

كما اعترف Fernand Bradel من جهته سنة 1979 بوجود م ص م منذ آلاف السنين، وتمثل دائما ما يقارب 99% من مجموع المؤسسات في جل دول العالم، بالرغم من تغيير أشكالها وتسمياتها مع مرور الزمن.

في الاقتصاد المعاصر، يجب الاعتراف للمفكرين الايطاليين بالدور البارز في دراسة الم ص م وأعمالهم التي مست الآلاف من هذه المؤسسات.

تجدر الإشارة إلى أنه وخلال الثلاثين سنة الأخيرة حظيت الم ص م باهتمام بالغ من طرف العديد من التخصصات لتصبح ميدان دراسة مستقل بذاته، فيما يخص النطاق الزماني لهذه الدراسات فيمكن تقسيمه إلى ثلاثة مراحل: المرحلة الاولى التي كانت محل اهتمام الاقتصاديين، تلتها المرحلة الثانية التي تميزت بتناول المختصين في علوم التسيير للم ص م، وانتهاء (في المرحلة الثالثة) بتفتح م ص م على باقي العلوم الاخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس...

حيث تناول كل اختصاص (في كل فترة) واقع هذه المؤسسات وطريقة تطورها في ذات المرحلة.

المرحلة الاولى: فكر المحللين الاقتصاديين حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹.

(من المؤسسات الكبيرة الى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)

¹ Pierre-André JULEIN, Trente ans de théorie en pme ; de l'approche économique à la complexité. Op.cit., Page 127.

في هذه المرحلة شهدت الم ص م رأيين حول مدى أهميتها. فالأول ينفي أي دور بل وجود للم ص م في الاقتصاد (الوطني أو الدولي) في حين يرى الرأي الثاني بأهميتها ودورها البارز في تطوير ونمو الاقتصاديات.

● **الرأي المعارض:** ينطلق هذا الرأي من فكرة حجم المؤسسة حيث يرى البعض من المفكرين الاقتصاديين المنتقدين لفكرة أهمية الم ص م أن حجم المؤسسة لا يؤثر مطلقا على الاقتصاد أو ميكانيزمات توازنه. وأن المؤسسة ليست إلا عوناً اقتصادياً، مهما كان حجمها، هدفها تعظيم أرباحها، تاركة تنمية الاقتصاد لتحقيق وفقاً لمبدأ اليد الخفية. كما يرى بعض الاقتصاديين (1967 Marchlup) بصورة بسيطة أن المؤسسة علبة سوداء لا تجدر الأهمية لدراستها.

في حين أثار البعض منهم (المنتقدين) نقطة حجم المؤسسة. أي أن المؤسسة يجب أن تحظى بحجم معين (كبير نوعاً ما) وذلك لمواجهة أخطار المنافسة والاحتكار والتمويل. وأشار البعض الآخر (Pigou 1920) إلى الحجم المثالي (La taille optimale) الذي يجب أن تحافظ عليه المؤسسة، لأن تجاوز هذا الحد يؤدي إلى زيادة التكاليف (تكاليف التسيير والمناجمنت) التي تؤدي إلى تحقيق مردودية متناقصة.

تعرضت هذه الفكرة إلى الانتقاد من طرف بعض الباحثين، إلا أن البعض الآخر يساندها، مؤكداً على أن الحجم المثالي يجب أن يكون كبيراً (مؤسسة كبيرة). وأن الم ص م لا أساس لها وأن وجودها لا يكون إلا انتقالي. حيث يكون مآلها التلاشي والاختفاء، أو تتحول في مرحلة معينة إلى مؤسسة كبيرة ذات فعالية، أو تتواجد في خدمة مؤسسة كبيرة لتدمج فيما بعد معها وتصبح مؤسسة واحدة كبيرة. وحسب بعض الاقتصاديين (Simon Et Bonini 1958) فإن 01% فقط من هذه المؤسسات (الثلاثة أنواع المذكورة) تنجح في التحول إلى مؤسسات كبيرة قادرة على المنافسة في السوق. هذا العجز ناتج عن عدم قدرة المسيرين على التحكم والتسيير للمؤسسات الكبيرة. كما أن بعض المؤسسات الصغيرة لا تهدف إلى النمو، في حين تنتهي حياة البعض منها ببلوغ الأهداف المسطرة مسبقاً من طرف المؤسسين.

في نفس السياق، ذهب بعض الباحثين الى إبراز دور المؤسسات الكبيرة على غرار المؤسسات الصغيرة وذلك بتبيين دورها في الاقتصاديات السلمية (Les économies d'échelles) حيث يرى (Walsh 1970) أنه في حالة وجود اقتصاديات سلمية كاملة وبدون عوائق، فهذا يعني انعدام المنافسة في الامد الطويل باحتكار المؤسسات الكبيرة لكل نوع من الاسواق. مما ينجم عنه استحالة دخول مؤسسات جديدة الى المنافسة.

في حالة ظهور قطاع جديد، فذلك يتطلب دخول مؤسسة كبيرة للتحكم في السوق الجديدة (الظاهرة حديثا) أو مؤسسة صغيرة أو متوسطة والتي يشترط أن تتطور في ظرف قصير جدا (3 أو 4 سنوات) حتى تتمكن من المنافسة وتحقيق اقتصاديات سلمية (وفورات الحجم)، وهذا أمر يصعب تحقيقه من طرف الم ص م في ظل المنافسة الشرسة التي تشهدها السوق الاقتصادية.

بهذا وحسب الرأي المعارض، فإن تنمية أي اقتصاد ونموه يرجع الى المؤسسات الكبيرة في حين ينعدم دور الم ص م، وأن وجودها أحيانا يكون مكملا للمؤسسات الكبيرة وظرفيا. فما هي وجهة نظر الرأي المؤيد في هذه الفكرة؟

● **الرأي المؤيد:** يرى هؤلاء أن تخلي المؤسسات الكبيرة عن بعض الاسواق، ولو لفترات معينة، يعتبر بمثابة الفجوة. هذه الفجوات ناتجة عن البعد الجغرافي، أو لأسباب ثقافية واجتماعية. كما ينتج أيضا عن ارتفاع الاجور التي تؤدي بالمؤسسات الكبيرة الى التخلي عن انتاج بعض المنتجات كثيفة اليد العاملة. وقد ينتج عن ذلك تجزئة أسواق بعض السلع لاسيما المرتبطة منها بنمط الحياة وذوق المستهلك (الإطعام، السياحة الاثاث المنزلي...) أو المودة (الملابس...). فالم ص م قريبة نوعا ما من المستهلك على عكس الكبيرة.

كما يعود السبب لارتفاع عدد المؤسسات الصغيرة في العالم وأهميتها الى التحول الذي شهده الاقتصاد العالمي لاسيما التقدم التكنولوجي الذي أدى إلى ارتفاع إنتاجية هذه المؤسسات بالمقارنة مع المؤسسات الكبيرة.

كما أن المرونة اللازمة للاستجابة للطلب المتزايد والمتغير والنتائج عن تطور وتكثف المنافسة الدولية التي تفرض على المؤسسات أقل حجما مما يؤدي إلى ارتفاع نسبة الم ص م في المحيط الاقتصادي.

إن الحاجة المتزايدة لهذه المرونة تفرض على هذه المؤسسات الامام بجميع المعلومات المتعلقة بالطلب (الحصول وجمع ومعالجة المعلومات خاصة الضمنية منها) ومواجهة هذا الطلب بزيادة الانتاج أو تعديله أو حتى اختراع منتج جديد. فعملية خلق هذا المنتج تتوقف على مدى تحليل ودراسة المعلومة (لاسيما الضمنية منها) والتي تلجأ المؤسسات الكبيرة إلى إنتاجه في الم ص م (باعتبارها متعامل باطني)، وذلك بحكم قربها من المستهلك مما يسهل الحصول على المعلومات بدقة وحصوله هو الآخر على المنتج (الجديد) بأقل تكلفة (مقارنة مع حصوله على المنتج من المؤسسة الكبيرة مباشرة).

تأكيدا لما سلف ذكره، انتهى مؤيدي فكرة أهمية الم ص م إلى حصر هذه المؤسسات في عدة أنواع، حيث نجد المؤسسات صغيرة جدا، (وهي الأكثر انتشارا وتحوي العمال المستقلين)، الم ص م، كما يلجأ البعض منهم الى تصنيف آخر، فبالإضافة إلى ما سبق نجد الم ص م التافهة والتي تستجيب للحاجات الفورية للمستهلك. المؤسسات الصغيرة التكنولوجية العاملة في قطاعات الاتصال، الطب، الصيدلة، المحاسين، الكهربائيين... الخ.

المرحلة الثانية: اهتمام علوم التسيير بمجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

(اختلاف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن المؤسسات الكبيرة)

لم تقتصر دراسة الم ص م من طرف الباحثين الاقتصاديين فقط. بل حظيت بالدراسة أيضا من طرف المختصين في علوم التسيير. حيث اهتمت دراسات بتسيير الم ص م لتشمل بذلك التسيير المالي، تسيير الموارد البشرية... بما فيها السياسات والاستراتيجيات المنتهجة من طرف هذه المؤسسات، وذلك خلال الخمسين سنة الأخيرة. كما أثبتت هذه التجارب نجاعة بعض المؤسسات التي انتهجت تخطيطا واستراتيجيات مقتبسة من بعض المؤسسات الكبيرة المجاورة. لتؤكد أيضا أن الم

ص م هي مصدر الاختراع والخلق للمنتجات الجديدة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة (أو أكثر منها) أو على الأقل فإن تكلفة الاختراع تكون أقل في المؤسسات الصغيرة.

كما أن المؤسسات الصغيرة جدا تحوز عمالا وزبائن ذوي خصائص مميزة عنهم في الم ص م أو الكبيرة مما يساعدها على إنتاج سلع وخدمات ذات خصائص تتوافق وطلبات وأذواق المستهلكين وهو ما يدفعها أيضا إلى التكيف مع هذه الطلبات وزيادة قدرتها على الاختراع.

تجدر الإشارة أن التفرقة بين الم ص م والكبيرة تعدت هذا المجال لتشمل التفرقة بين المؤسسات الصغيرة جدا والمؤسسات المتوسطة حيث أثبت بعض الباحثين¹ في مجالات مختلفة أن عدة مؤسسات كبيرة التي لم تحقق أهدافها تلجا إلى اعتماد سياسات وأدوات مطبقة من قبل مؤسسات صغيرة جدا.

يهدف القائلين بهذا الرأي إلى تجسيد فكرة أهمية الم ص م إلى جانب المؤسسات الكبيرة، من خلال الدور الذي تلعبه في تنشيط الدورة الاقتصادية وتفادي العجز وتحقيق النمو من جهة، ومن جهة أخرى، فهي تحظى بنفس المميزات، كما هو الشأن في المؤسسات الكبيرة، لاسيما في مجال التسيير والتنظيم والسعي إلى تحقيق الأهداف المسطرة مسبقا من طرف المالكين. بل وفي بعض الأحيان، فإن فرص النجاح في هذه المؤسسات تكون كبيرة بالمقارنة مع غيرها من المؤسسات.

الفرع الثاني: الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسماتها

تفرد الم ص م بعدة ميزات جعلها تحتل أهمية كبيرة وتحظى باهتمام بالغ من طرف الدول مقارنة بالمؤسسات الكبيرة، تتمثل أهمها فيما يلي²:

- 1) سهولة تأسيس الم ص م: حيث لا تحتاج هذه المؤسسات إلى رأس مال كبير أو متطورة.
- 2) قدرتها على الاستفادة من المواد الخام: تملك هذه المؤسسات قدرة كبيرة على الاستفادة من المواد الخام المتوافرة (خاصة في المناطق المقيمة بها) والمنتجات نصف المصنعة (من طرف

¹ Pierre-André JULEIN, trente ans de théorie en PME ; page 130.

² د. محمد راتول، أ. داودية وهيبية، بعض التجارب الدولية في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التجارب المستفادة، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، يومي 17 و 18 أبريل 2006، جامعة الشلف.

مؤسسات أخرى) لإنتاج سلع تامة الصنع لتلبية احتياجات واذواق المستهلكين. مما سهل عليها أيضا العمل في مجال إنتاج الصناعات الحرفية والسلع الغذائية الصغيرة التي عادة ما يتم استيرادها من الخارج، مما يؤدي إلى سد جانب من احتياجات السوق المحلي من هذه السلع، وتخفيض نسبة من عجز ميزان المدفوعات.

3) الاستغلال الأمثل للموارد البشرية والمادية للمؤسسة: تشكل الم ص م معبئا فعالا للموارد البشرية، المالية والمادية. بحيث تعتبر بمثابة ادخار لأصحاب رؤوس الأموال الصغار، وذلك باستثمار أموالهم بإنشاء مؤسسات صغيرة خاصة بهم عوض تكديسها وانخفاض قيمتها بفعل التضخم وتدهور قدراتها الشرائية، أو توظيفها في البنوك مقابل عوائد ممكن أن تكون منخفضة.

4) خلق فرص جديدة للعمل: أثبتت دراسات أجريت محليا ودوليا أن الم ص م قادرة على خلق فرص عمل أكثر مقارنة بالمؤسسات الكبيرة، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار حجم رأس المال المستثمر، أي أن تكلفة خلق منصب عمل في الم ص م أقل منه في المؤسسات الكبيرة.

كما أن استخدام الم ص م للتكنولوجيا البسيطة الأقل كثافة (نظرا لتخصصها في عدد محدود من عملية التصنيع) يؤدي إلى انخفاض مستويات معامل رأس المال العمل ما يجعل هذه المؤسسات أكثر قدرة على استيعاب الفائض من العمالة. لأن سهولة وبساطة التكنولوجيا المستعملة يسهل تدريب العمال على استخدامها والتقليل من نفقات التعطيل والصيانة.

5) انحصار نشاط الم ص م في مكان إقامتها: يؤدي انحصار نشاط الم ص م في مكان إقامتها إلى:

- اكتساب المؤسسة الخبرة في معرفة أذواق وسلوكيات المستهلكين ورغباتهم والتنبؤ بحجم الطلب الحالي والمستقبلي؛

- دعمها للاستهلاك المحلي؛

- يؤدي انخفاض أجور العمال العاملين بالم ص م إلى ارتفاع حجم استهلاكهم الكلي نتيجة لتوجيه كل أو معظم دخولهم نحو الاستهلاك وبصفة خاصة نحو السلع الاستهلاكية.

6) **زيادة حجم الناتج المحلي الإجمالي:** تعتبر الم ص م أداة فاعلة في توسيع القاعدة الإنتاجية عند تطبيق استراتيجيات إنتاج بدائل الواردات لتوفير حاجات السوق من السلع الاستهلاكية والسلع الوسيطة بالإضافة إلى قدرتها واعتمادها على الخامات المحلية وهذا ما يؤدي إلى زيادة حجم الناتج المحلي الخام. كما تعتمد هذه المؤسسات على طريقة الإنتاج على دفعات لمواجهة الطلبات الصغيرة من السلع والخدمات مما يساهم في تطويرها وتنميتها وجعلها أكثر قدرة للاستجابة لحاجة المستهلكين.

7) **إقامة التكامل الإنتاجي:** تعتمد المؤسسات الكبيرة على مبدأ وفورات الحجم في عملية الإنتاج وذلك بتخفيض تكلفة المنتج إلى أقل ما يمكن وبإنتاج أكبر حجم ممكن من الإنتاج. في حين تعتمد الم ص م، نظرا لقدرتها على إنتاج حجم كبير من الإنتاج، إلى التكامل مع المؤسسات المقيمة في المناطق المجاورة لها، وذلك بهدف إنتاج وتصنيع منتجات كثيرة الطلب وتغطية عجزها في تلبية الطلب المتزايد على سلعة ما.

8) **رفع قيمة الصادرات:** تساهم الم ص م في رفع قيمة الصادرات، حيث تساهم نسبة متساوية مع المؤسسات الكبيرة في عملية التصدير، وذلك في بعض الدول المتقدمة مثل إيطاليا، فرنسا وهولندا...

وتأكيد لما سبق ذكره، تشير إحدى الدراسات¹ أن الم ص م، خاصة العاملة منها في قطاع الصناعة، تساهم بنحو من 25% إلى 30% من الصادرات العالمية للمواد المصنعة، وتشير منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي أن مساهمة هذه المؤسسات في دول المنظمة تبلغ حوالي 26% من إجمالي الصادرات.

في هذا الصدد، أصبحت جل دول العالم تولي اهتماما بالغاً لهذه المؤسسات، لما لها من أهمية وللدور الذي أصبحت تلعبه، كميدان لروح المبادرة والإبداع المتواصل.

¹ العميد الركن الدكتور نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 31.

المبحث الثاني: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد العالمي

المطلب الأول: تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعتبر التدويل كخيار استراتيجي هام يسمح للمؤسسات بصفة عامة والم ص م بصفة خاصة بالتطور. إذ أن المؤسسات الدولية مهما كان نمط تدويلها بإمكانها تحقيق اقتصاديات سلمية لتطوير إنتاجياتها ومبيعاتها وتطوير اليد العاملة بها.

الفرع الأول: مفهوم التدويل

أولاً: تعريف التدويل (Internationalisation des PME)

"التدويل يعنى به استراتيجية التنمية المتبعة من طرف المؤسسة خارج الإقليم الوطني نحو الأسواق الدولية، والتي يمكن أن تنحسد في:

- إنتاج وحدات إنتاجية في بلد أو عدة بلدان أجنبية؛
- التفتح على عدة أسواق أجنبية.

ثانيا: أشكال التدويل¹

تختلف أشكال التدويل تبعا لتنوع طبيعة الم ص م، وهذا السبب يصعب تحديد وتوحيد هذه الأشكال. لذا تتميز بعض المؤسسات بإمكانياتها المحدودة مما يفرض عليها ممارسة نشاطاتها في أسواقها الوطنية فقط، في حين نجد أن بعضها يمتلك إمكانياتها وقدرات تسمح لها باختراق حدودها الجغرافية والتواجد بالأسواق الخارجية.

لم يتم الاعتراف بموضوع شرعية تدويل الم ص م إلا في الآونة الأخيرة، كما أن مختلف الدراسات أثبتت أن موضوع م ص م جد متشعب، وأنه أي مؤسسة مهما كان أصلها، أو تواجدها الجغرافي، فهي لن تتشابه مع مؤسسة أخرى. (Torres 1998).

بناء على ذلك، تأسست المقالات المقدمة من طرف الباحثين حول وصف وتحليل سلوك تدويل هذه المؤسسات. أبرز هذه الدراسات تلك المقدمة من طرف (Bukley Et Casson 1995)، المعروفة بالمنهج الاقتصادي التي يركز على القدرات الإنتاجية للمؤسسة وكذا المالية والمادية. بنيت دراسات أخرى وبرزت نظرية أخرى للوجود تحت إسم نظرية سلوكيات المؤسسة (la théorie behavioriste de la firme) لـ Agénor, Huault, 2002، ترى هذه الأخيرة أن التدويل هو مسار تسعى فيه المؤسسة إلى التمرن واكتساب المعارف بطريقة تدريجية حتى تصل إلى الهدف المنشود.

نذكر أيضا أن هناك تيارين جديرين بالذكر وهما منهج الموارد والكفاءات (approche par les ressources et les compétences) الذي يرى أن المؤسسة مجموعة من الموارد المتكاملة، ويسلط الضوء أيضا على كفاءات الفريق أو الطاقم المسير (Penrose 1959). ومنهج الشبكات (approche par les réseaux) لـ (Gemser, Brand et Sorge, 2004).

¹ Le Penne Ekaterina, L'impact des réseaux d'influences l'internationalisation des PME, doctorante en science de gestion, paris.

الفرع الثاني: المناهج النظرية للتدويل¹

تركزت أنظار الباحثين الاقتصاديين في الآونة الأخيرة حول المناهج النظرية (الاقتصادية، بالسلوكيات...) لتدويل المؤسسات. حيث اهتم كل من (Johanson et Vahlen, 1977 ;) بدراسة موضوع تدويل م ص م، (Amis et Schumacher, 1993 ; Gemer et al, 2000) وفي هذا السياق يمكن تقسيم وحصر هاته الأبحاث إلى منهجين، منهج السلوكيات ومنهج الموارد والكفاءات.

أولاً: المنهج السلوكياتي

يعرف أيضا بالمنهج التدريجي الكلاسيكي، هذا المنهج أُسس من نموذجين معروفين على مستوى الفكر الاقتصادي.

نموذج Uppsala (modèle d'Uppsala ou U-modèle) لـ (Johanson et) ونموذج الإبداع (Wiedersheim-Paul, 1975 ; Johanson et Vahlne, 1977) (Modèle d'innovation ou I-modèle).

1) نموذج **Uppsala**: طُور هذا النموذج من طرف رواد المدرسة السويدية لـ Uppsala، والذي تم بناءه على أساس الدراسة المجراة في أربع مؤسسات سويدية. والذي يرى أن التدويل هو مسار بطيء، تدريجي يرتبط أساسا بالتجربة المكتسبة من طرف المؤسسة في السوق الدولية. وأنه يستوجب عليها المرور بعدة مراحل من أجل الوصول إلى هدفها.

في هذا الصدد، استنبط Johanson et Vahlne سنة 1977 أربع مراحل متتابعة ومتسلسلة للتدويل:

1. مرور المؤسسة بالسوق المحلية أو الوطنية من دون تصدير وذات نشاط غير منتظم.

¹ Le Penne Ekaterina, L'impact des réseaux d'influences l'internationalisation des PME, op.cit, page 04.

2. بداية المؤسسة بالتصدير عن طريق وسطاء مستقلين، وذلك عن طريق إمضاء اتفاقيات مع وسطاء وموزعين مستقلين من أجل الحصول على المعلومات الضرورية التي تسمح بالتصدير نحو الأسواق الدولية؛

3. إنشاء وحدة تجارية في الخارج بعد مدة زمنية معينة، أي إنشاء فروع بيع في الخارج؛

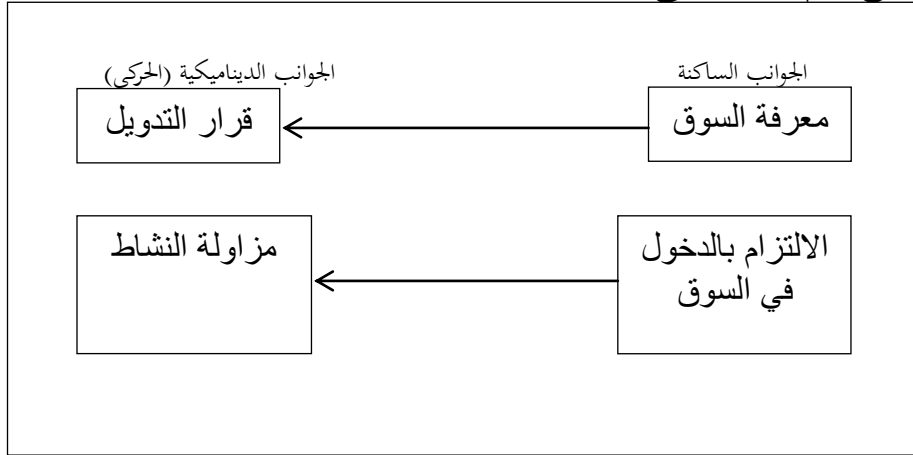
4. إنشاء وحدة إنتاجية في الخارج، من أجل تخفيض التكاليف المتعلقة بعملية التصدير وكذلك الإنتاج.

سيتم التطرق إلى شرح هذه النقاط في الأمثلة الواردة في الفرع الرابع من هذا المطلب.

مع مرور الوقت وتطور النشاطات، تستطيع المؤسسة تجميع تجاربها ومعلوماتها حول السوق الدولية، مما يسمح لها بإزالة البعد النفسي¹ والثقافي بينها وبين محيطها الخارجي.

توصل هذان المفكران إلى بناء نموذج ديناميكي يشرح سلوك المؤسسة في اتخاذ قرار التدويل

النموذج رقم 01: نموذج Uppsala J Johanson et Vahlne, 1977



Source : L'impact des réseaux d'influences l'internationalisation des PME, op.cit.

Page 05

كما هو ملاحظ، ينقسم النموذج إلى جانبين ساكن وحركي، حيث يمثلان العنصران الأساسيان للتدويل. بعبارة أخرى، يتكون هذا النموذج من عاملين هما: الموارد المتاحة ودرجة اتخاذ القرار

¹ يعرف البعد النفسي على انه مجموع الفوارق الثقافية التي تؤثر على حركة معلومة المؤسسة ومحيطها وأسواقها.

(الجانب الساكن) من جهة، ومن جهة أخرى، تطوير هذه المعلومات والمتعلقة بالسوق (مرحلة اتخاذ القرار)، وكذا درجة استغلال الموارد والمعلومات أثناء مزاولة النشاط في السوق (الجانب الحركي).
ومما سبق يتبين أن إقرار المؤسسة التدريجي للتدويل يقتضي التزامها بتسخير مواردها واجتهادها باكتساب المعرفة والمعلومات الخاصة بالأسواق الأجنبية. وذلك من أجل خلق مكانتها في الأسواق الخارجية المجاورة أولا بهدف اكتساب التجارب التي قد تسمح لها باختراق الأسواق البعيدة جغرافيا. وبالتالي قد يدفعها ذلك إلى إنشاء فروع لها في بلدان خارجية على شكل استثمارات أجنبية مباشرة مثلا.

2) نموذج الإبداع (I-modèle):

يبين هذا النموذج على يد صاحبه (Rogers 1962) أن التدويل هو مسار من التمرن مصحوب بإبداع معين أو تبني فكرة جديدة. من أهم نماذجه نجد نموذج (Bilkey et Tessar, 1977) اللذان يريان أن التدويل عبارة عن مسار من التمرن التدريجي مكون من عدة محطات أو مراحل. حيث يبدأ بجهل المؤسسة بجميع عوامل التصدير إلى اقتحامها الدول التي لا تتطابق معها تماما فيما يخص العوامل النفسية والثقافية (بعيدة ثقافيا جدا). وفي كل مرحلة من المراحل، تظهر المؤسسة إبداعا جديدا.

من هذا المنطلق، يرتكز نموذج الإبداع على أسس نموذج Uppsala، حيث يرى هو الآخر أن التدويل عبارة عن مسار خطي بطيء يأخذ بعين الاعتبار البعد النفسي والثقافي.
لقي هذان النموذجان انتقادا واسعا نظرا لاكتسابهما الصفة الآلية (الميكانيكية) في التحليل، ولم يأخذ بعين الاعتبار سلوكيات مؤسسات وفاعلين آخرين قد تخرج من هذا النطاق (تفكير النموذجين). هذا ما أدى إلى بروز المنهج التالي.

ثانيا: منهج الموارد والكفاءات

يُعرف هذا التيار المؤسسة على أنها مجموعة من الموارد المنتجة، ويدرس دور الكفاءات المكتسبة للفريق المسير لها (Penrose, 1959). فالميزة التنافسية وقدرة المؤسسة على المنافسة في

السوق يرجع إلى كفاءتها لتعبئة وتنسيق مواردها، لاسيما الكفاءات الأساسية، الاستراتيجية، العملياتية والتقنية (Amis et Schoemaker, 1993, Prahalad et Hamel, 1990).

تمد الموارد والكفاءات الاستراتيجية المؤسسة بميزات تنافسية نظرا لطبيعتها، قيمة، نادرة، صعبة التعويض والتبديل (Accrochage, 1991). أما الموارد التقنية فهي غير كافية لتمد المؤسسة بميزة تنافسية.

تمتاز الموارد المذكورة بميزة أخرى وهي عدم قابليتها إلى القسمة (التقسيم) مما يؤدي إلى سوء أو نقص في استعمالها وهو ما يدفع بالمؤسسة إلى التدويل لاستغلالها في إنتاج منتجات قابلة للتصريف على المستوى الخارجي. لكن، كيف يمكن للمؤسسة القيام بذلك وتحويل هذه الموارد عبر العالم؟ بالنظر لطبيعة هذه الموارد وخصائصها فقد يصعب على المؤسسات، أمام طاقتها المحدودة، نقل وتبادل هذه الموارد مع العالم الخارجي، حيث تصنف إلى الموارد الملموسة (المحسوسة) التي ترتبط بمكان تواجدها والموارد المعنوية وغير الملموسة (impalpables) مثل المعرفة التي هي الأخرى صعبة التحويل نظرا لأنها خاصة بمنطقة جغرافية معينة.

هناك عوامل أخرى لها تأثير بالغ على التدويل وهي مدى إتاحة الموارد ودور تنمية الكفاءات. فالمؤسسات ذات الموارد المحدودة وذات القدرات الضعيفة في اكتساب الخبرات تلقى صعوبات في التطور حتى على المستوى المحلي أو الوطني، على عكس المؤسسات ذات الموارد الوفيرة فلها القدرة على النجاح في التدويل.

من هذا المنطلق، يشجع الباحثون المؤسسات على العمل من خلال الشبكات مما يسهل لها عملية الاندماج في الأسواق العالمية. ويساعدها على كسب وتطوير معارفها وتحقيق موارد إضافية.

ثالثا: منهج الشبكات¹

¹ Mme Sultana DAOUD, structuration sectorielle et contribution des pme algériennes au commerce extérieur, communication sur l'évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombés sur l'emploi, l'investissement et le croissance économique, université de Sétif, mars 2013.

بالاعتماد على منهج Uppsala السابق، طور كل من (Johanson et Mattsson) في سنة 1988 المنهج الشبكاتي، حيث عرفا التدويل على أنه الامتداد، التسرب (infiltration) والاندماج في شبكات وعلاقات العمل في الخارج. فالامتداد يعني المشاركة بالاستثمارات في شبكات غير معروفة لدى المؤسسة، أما التسرب فيعني زيادة وتسخير موارد إضافية في شبكات تتواجد بها المؤسسة من قبل. أما الاندماج فيقصد به التنسيق بين شبكات محلية أو وطنية مختلفة. وضع هذان المفكران الاهتمام على التمرن التدريجي وتنمية المعارف عن طريق الفعل التضادي (Win-Win) في الشبكات. أما عن وضعية المؤسسة في الشبكة فيمكن أن تكون جزئية من مؤسسة إلى أخرى (من مؤسسة لمؤسسة) أو كلية من مؤسسة نحو الشبكة. ولتوحيد هذه العلاقات (الجزئية والكلية) استنبط كل من (Johanson et Mattsson) أربع محطات للتدويل:

1. **الداخل الأول (le premier entrant):** خلال هذه المرحلة تكون نفقات المؤسسة ضخمة جدا نتيجة لقلّة معلومات المؤسسة حول السوق الأجنبية. حيث هدفها جمع وتحقيق التجارب فقط. مما يجبرها على مواجهة مشاكل عدة منها عدم كفاية منتوجاتها لمواجهة الطلب.

2. **التدويل الوحيد (l'international solitaire):** المؤسسة في هذه المرحلة قادرة على الانضمام لأي شبكة قائمة بحكم تواجدها المسبق في العالم الخارجي وكذا المعارف والمعلومات المكتسبة.

3. **الداخل الأخير (le dernier entrant):** على خلاف ما سبق، المؤسسة تكون منضمة مسبقا إلى شبكة معينة، مما يمكنها أن تستفيد من مزايا هذه الشبكة¹. إلا أنه يلاحظ الدور الفعال للزبائن والموردين للمؤسسة (الفاعلين في الشبكة) في تحديد مسار تدويلها.

● **التدويل ما بين الآخرين (l'international parmi d'autre):** يجرى هذا التدويل في شبكة تنافسية ومتطورة وتنحدر من جنسيات وأماكن مختلفة.

¹ تنحدر الإشارة أن حجم المؤسسة في هذه المرحلة يلعب دورا حرجا. فكلما كان حجمها صغيرا، كلما كانت ضرورة تخصصها في نشاط معين أكثر.

الفرع الثالث: ... نحو المزج بين المناهج الثلاثة¹

تفاديا للنقص المسجل في كل اقتراب، ونظرا لاختلاف وشساعة الأفكار المحتواة في هذه النظريات سعيا منها لشرح مفهوم وظاهرة تدويل م ص م، فكان من الضروري إيجاد إطار عام يجمع وينسق بين هذه المناهج (Coviello et McAuley, 1999 ; Gemser et al., 2004 ; Hutchinson et al., 2005)، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار الخصائص المميزة لكل شكل ونوع من الم ص م.

أولاً: مبدأ الموارد والكفاءات

إضافة إلى نظرية Penrose، اعتمد الكثير من المفكرين في تطوير نظرياتهم معتمدين في ذلك على فكرة الموارد. وفي هذا الموضوع، عرف (Koenig 1999)، أربع مناهج مختلفة لكنها متكاملة. المنهج المؤسس على الموارد، منهج الكفاءات الأساسية، منهج الكفاءات الديناميكية والمنهج التطوري.

اتجهت هذه المناهج على تعريف أن الموارد المتاحة للمؤسسة هي تلك التي تملكها هذه الأخيرة، سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة، وكفاءاتها مرتبطة بقدره التوفيق بين هذه الموارد والتوليف بينها. من جهة أخرى، حدد كل من (Amis et Shoemaker, 1993) نوعية الموارد، فليست كل الموارد المتاحة مساهمة في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة، بل تلك المصنفة تحت اسم الموارد الاستراتيجية (الفوارقية أو الأساسية). وتمتاز هذه الموارد بندرتها، ديمومتها، صعوبة تحويلها وتقليدها².

¹ SOULAIMANE Laghzaoui, ressources et compétences : une nouvelle grille de lecture de l'internationalisation des pme, université Paul Cézanne, Aix-Marseille III.

² يلاحظ (Grant 1991) من جهته، أن الأدبيات تنسب أربع خصائص أساسية للموارد: الديمومة، الشفافية غير التامة، القابلية غير التامة للتحويل والقابلية غير التامة لإعادة الإنتاج.

إن تطبيق هذه الأفكار على جميع أنواع الم ص م تلقى صدى واسعا لأن هذه الدراسات قد أخذت الخصائص النوعية لكل مؤسسة بعين الاعتبار لاسيما العامل المهم وهو نقص الموارد المتاحة للمؤسسات ومحدوديتها.

هذه الدراسات، تعطي للمسير أيضا فرصة لاتخاذ قرارات التسيير لاسيما من خلال التوليف بين الموارد والكفاءات المتاحة من أجل دفع المؤسسة إلى النمو والتقدم، فهو على الأقل على علم ووعي تام بما تملكه المؤسسة.

ثانيا: الموارد والكفاءات، تصور تكاملي (fédérateur)

من خلال ما سبق ذكره، يتضح أن تدويل المؤسسات هو مسار معقد وغير متجانس نسبيا إذا ما مزجنا مساهمات جميع التيارات.

حيث انطلاقا من هذه المناهج، يمكن استخلاص أن قدرات المؤسسة (المالية، المادية، العلاقاتية، قدرة التعلم واكتساب المعارف والميزات...) تساهم بدرجات متفاوتة في عملية تدويل المؤسسات، والتي تحمل أساسا في مفهوم الموارد والكفاءات. كما تشكل عنصرا هاما ومتكاملا إذا ما قلنا أن مسار التدويل يعتمد ويرتكز أساسا على تعبئة مجموع الموارد والكفاءات، والتي بدورها، تشمل مجموع عناصر ومكونات المؤسسة.

كما أن مفهوم الموارد والكفاءات يمكن المؤسسة من الوصول إلى العالم الخارجي بشرط احترام واقتحام المراحل المذكورة آنفا. لاحظ بعض المفكرين (Gankema et al, 2000) أن هناك موارد وكفاءات أخرى تمكن المؤسسة من تخطي عدة مراحل، لتبلغ هدفها مباشرة، تتمثل في الموارد المالية، التقنية وكفاءاتها في تشكيل العلاقات مع الشبكات الأخرى¹ التي تمكنها من الحصول على معلومات متعلقة بالسوق مباشرة دون الحاجة إلى الدخول في هذه المراحل واكتساب المعارف المتعلقة بها.

¹ يشير رواد المنهج الشبكاتي إلى دور العلاقات الاجتماعية، حيث يعتبرها هؤلاء أنها العامل المهم والساند في منهجهم، حيث تسخر المؤسسة هذه الموارد وتستغلها في إطار علاقاتها مع الغير مما يسمح لها بالانسجام والتفاعل مع الأعضاء (باقي المؤسسات) وبالتالي يمكن لها تحقيق هدفها للوصول للعالم الخارجي.

إن الفكرة الجوهرية لمسار التدويل هو التمرن واكتساب المعارف عن طريق التجارب بهدف كسر الحواجز وإزالة البعد النفسي والثقافي. أما الاقتراب الاقتصادي فيركز على القدرات والمكتسبات التنظيمية التي تملكها المؤسسة والتي تسعى إلى تنظيمها وتكيفها بهدف بلوغ أهدافها وعلى رأسها التدويل.

انطلاقاً من هذه الأفكار، يمكن استخلاص فكرة أن لب هذه النظريات يرتكز ولو بطريقة ضمنية على مفهوم الموارد والكفاءات. هذه الأخيرة مرتبطة أساساً بالمؤسسة وخصائصها ومتأتية من داخلها (الحجم، القدرة الإنتاجية، التكاليف...) من جهة. من جهة أخرى، خصائص الفريق المسير للمؤسسة وعلى قدراته وكفاءاته (السن، التجربة، الكفاءات المهنية والتكون...) أو على محيط المؤسسة (متأتية من المحيط الخارجي). التي من شأنها أن تدفع بالمؤسسة لإيجاد مكان لها في العالم الخارجي (الأسواق الدولية).

كما يمكن القول أيضاً أن مسار التدويل يمكن أن ينتج عن طريق التوليف بين مختلف الموارد والكفاءات المكتسبة من طرف المؤسسة مع الأخذ بعين الاعتبار لخصائصها ومميزاتها. كما أنها تلعب دوراً قبل اتخاذ قرار التدويل أو بعده أين يمكن للمؤسسة زيادة وتيرة تدويلها وقد تتوقف وتنسحب من السوق الدولية، وذلك حسب موقع المؤسسة ووضعيتها داخل السوق الدولية وعلى جميع المستويات.

الفرع الرابع: تصنيفات أخرى للتدويل

1) منهج المؤسسات "العالمية بنشأتها" né globale

يتجسد هذا المنهج لدى المؤسسات كثيفة التكنولوجيا والمعرفة بحيث تسمح لها (للمؤسسات) بانتهاج التدويل منذ نشأتها، أو قد تعرف ب "المؤسسات الحديثة الدولية" وبهذا تعتبر الأسواق على أنها سوق وحيدة. مما يجعلها توزع منتجاتها أو خدماتها على الصعيدين الوطني أو الدولي بكل سهولة.

فهذه المؤسسات تسمح لنفسها باختراق الأسواق والتدويل بصفة مباشرة وسريعة، جذرية وغير تدريجية أي بفضل معرفتها الكثيرة بمحددات السوق.

كما أنها تستطيع التغلب على العقبات المتعلقة بالموارد المالية والبشرية وكذا مشاكل التسيير بفضل اندماجها في شبكات دولية للم ص م والناجحة في اقتحامها المبكر للأسواق الدولية.

(2) منهج المؤسسة "عالمية بعد نشأتها renaissance globale"

يخص هذا المنهج الم ص م الوطنية (غير الحديثة). والتي قد تقرر فجأة انتهاء مسار التدويل فيها لحدوث أي حادث معين خاص بها. وقد يكون هذا التحول تلقائي أو تدريجي. كما أن الحدث قد تتمثل في تغيير هيكل المؤسسة أو رأس مالها أو طريقة تسييرها.

(3) منهج سلسلة القيم العالمية (chaine de valeurs mondiale)

تعريف سلسلة القيم العالمية¹: عرف Porter سلسلة القيمة على أنها "مجموعة مرتبطة من النشاطات التي تكون ضرورية لخلق البضائع والخدمات من استخدام المواد الأولية ولغاية تسليم المنتج الى المستهلك النهائي"

أما Day فقد عرفها على أنها "المهارات والموارد المطلوبة لتنفيذ كل من أنشطة المنظمة لإيصال البضائع أو تقديم الخدمات عبر منافذ التسويق"

وقد أعطى Ansari تعريفا لسلسلة القيمة يشير الى أنها "تفاعل عدة أطراف، الجهاز، أقسام المنظمة والموزع وجميع تلك الاطراف تضيف القيمة في عدة أطوار لعمليات سلسلة القيمة" من خلال التعاريف السابقة نستطيع القول أن سلسلة القيم هي أسلوب أو طريقة أو تحليل يتطلب دراسة كل أنشطة المنظمة الداخلية والخارجية بحيث يتم ترتيب وتنظيم تلك الأنشطة على وفق هيكل تنظيمي واختيار الموارد البشرية الكفؤة القادرة على الاستغلال الأمثل لتلك الموارد وبالشكل الذي يساعد في تحقيق افضل عائد للمنظمة.

¹ زينب جبار يوسف، مقال حول إدارة وتخفيض الكلفة باستخدام سلسلة القيمة، دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الإنشائية، الفترة 2004.

كما يمكن القول أنها تتمثل في¹ "المسار الكامل للأنشطة اللازمة التي يمر بها المنتج أو الخدمة بدءاً من تصميمها إلى غاية الاستهلاك النهائي لها، وكذلك طريقة توزيع هذه الأنشطة جغرافياً وعبر الحدود الدولية".

من هذا التعريف، يتبين أن السلسلة تتميز بوجود مجموعة من المؤسسات تتكامل فيما بينها، تتقدمها مؤسسة رئيسية ذات حجم مهم والتي تقوم بتوريد حاجاتها (منتجات أو خدمات) من طرف مؤسسات أخرى، مختلفة الأحجام، لاسيما الصغيرة والمتوسطة منها.

حيث تشارك المصنوع بصفة مباشرة أو غير مباشرة في تمويل المؤسسات الكبيرة، أجنبية كانت أو وطنية. مما يجعلها في وضعية حرجة لاسيما أمام المنافسة الشرسة من طرف المؤسسات الأخرى، التي قد تحتل مكانتها بتقديم منتجات وسيطية أو أولية، ذات تكنولوجيا عالية أو بتكاليف منخفضة.

وبهذه الصفة، المشاركة في دورة تكوين المنتج، قد تكتسب المصنوع القدرة والكفاءة مما يسمح لها باختراق الأسواق الأجنبية.

الفرع الخامس: الدراسة التجريبية لمختلف نظريات التدويل²

نحاول من خلال هذا الفرع أن نسقط مختلف أبعاد المنهج على مراحل حياة المؤسسة، ثم إبراز سلبيات وإيجابيات كل منهج. حيث سنأخذ مؤسسة STS³ كنموذج للدراسة، وسيتم تعريفها من خلال شرح الدراسة.

أولاً: تطبيق مراحل المنهج السلوكي على مؤسسة STS

¹ AARON SYDOR : article sur les Affaires étrangères et Commerce international Canada, 2011

² Jean-Marc Bigler et Nathalie Nyffeler : Processus d'internationalisation de la PME : la nécessité d'une approche intégrative, communication à la 8^{ème} CIFEPME, 2006.

³ STS pour surface treatment system, une entreprise suédoise.

بني نموذج Uppsala لـ (Johanson et Widarsheim-Paul) على الدراسة الامبريقية حول أربعة مؤسسات سويدية. فخلال ما يقارب خمسة وعشرين سنة، استنبط هؤلاء المراحل الأساسية للتدويل، فبالإضافة إلى مرحلة التنمية على مستوى السوق المحلية أو الوطنية، ترد مرحلة تنمية الصادرات لإنشاء وحدة تجارية في بلد أو عدة بلدان أجنبية ثم إلى مرحلة إنشاء وحدة إنتاجية في بلد أجنبي. أما عن نموذج الإبداع، فيعتبر مسار التدويل كمسار إبداع، وكل مرحلة مستقلة عن الأخرى وتنجز فيها المؤسسة إبداعا ما.

● المرحلة الأولى: التنمية على مستوى السوق الوطنية 1978

من خلال الرسم التوضيحي، نلاحظ أن المؤسسة لم تكن بحاجة إلى المرحلة الأولى ولم تبين وجودها إلا من سنة 1978، مما ينفي فكرة إجبارية المراحل للنموذج السلوكي.

● المرحلة الثانية: التوسع في السوق الدولية 1976-1985

منذ نشأتها في سنة 1975، قامت المؤسسة بأول عمليات تصدير اتجاه ألمانيا الشرقية، تبتعتها في ذلك سويسرا ثم إيطاليا، فالمؤسسة جسدت فعليا المرحلة الثانية من النموذج، حيث أن هذه الدول قريبة جغرافيا وبالتالي تكاد تنعدم الفوارق النفسية والثقافية مما يجنب المؤسسة عدة أخطار. انطلاقا من سنة 1980، احتلت المؤسسة السوق الآسيوية متبينة في ذلك النوعية الجيدة لمنتجاتها. مما جعل المؤسسة تحتك مع عدة مؤسسات وفروع أجنبية في هذه الأماكن، وهو ما جعلها تدرس مشاريع قرارات توسيع نشاطاتها في جنوب شرق آسيا حيث تنخفض التكاليف لاسيما المتعلقة باليد العاملة.

ابتداء من سنة 1983، استطاعت مؤسسة STS أن تندمج مع مؤسسة أخرى *Shipley Chemicals Inc.*، مكونين بذلك *Shipley Sts Ltd* ما ساعدها على غزو أسواق أمريكا الشمالية مسجلة بذلك توسعا جغرافيا معتبرا، معطية بذلك الفرصة للمؤسسة الشريكة باقتحام الأسواق الشرقية.

● المرحلة الثالثة: إنشاء الوحدات التجارية 1986

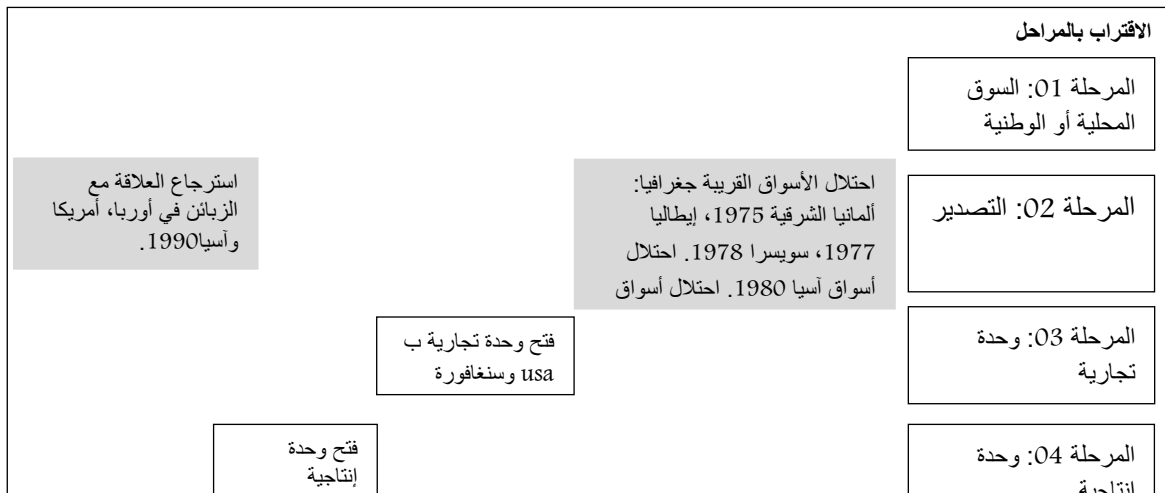
يجدر التذكير أنه في سنة 1981، قبل الاندماج مع المؤسسة الشريكة، كادت المؤسسة أن تتخطى المرحلة الثالثة من النموذج. حيث وخلال مسارها التدويلي، استطاعت أن تؤمن وتقدم خدمات بصفة حصرية لمنتجاتها بسنغافورة وماليزيا، وذلك بالتنسيق مع مكتب مهندسين محليين. إضافة إلى ذلك، انتهجت المؤسسة سياسة تقرب منتجاتها من الزبائن الأساسيين والأسواق ذات الطلب المتزايد. مكسرة بذلك سنة 1986 هاجس البعد الجغرافي، وفتح وحدتين تجاريتين، بسنغافورة (Tuas) وكاليفورنيا (Anheim).

● المرحلة الرابعة: إنشاء وحدة إنتاجية 1987

بعد سنة من إنشاء الفروع التجارية، احتلت المؤسسة المرحلة الرابعة من النموذج بفتح وحدة إنتاجية بسنغافورة محققة بذلك 10% من رقم أعمال الشركة. كرد فعل للوضع الاحتكاري لفقدان المؤسسة للوضع الاحتكاري في أسواق شرق آسيا. وإلى سنة 1986، ظلت المؤسسة المكونة تسوق منتجاتها التنافسية بالرغم من ارتفاع تكاليفها الناجمة عن ارتفاع تكاليف النقل، إلا أن السعر لم يكن المحدد الرئيسي في اختيار المنتج لدى الزبون الذي ظل يحرص على التكنولوجيا والإبداع المستخدم في الإنتاج لدى المؤسسة.

في سنة 1989، أنشأت مؤسسة جديدة في هونغ كونغ (مؤسسة PAL)، مختصة هي الأخرى في نفس ميدان المؤسسة محل الدراسة بإنتاجها لمنتجات مشابهة لتلك المسوقة من طرف الشركة الأولى وبرزها كأول منافس لها. حينئذ أصبح للسعر دور بالغ في تحديد كميات الإنتاج المسوقة، بالإضافة إلى مصاريف النقل الضئيلة، مما أزم الظروف وأجبر المؤسسة بإنشاء وحدة إنتاجية أخرى في الجنوب الشرقي لآسيا بهدف تدارك التراجع المسجل في تسويق المنتجات في ذات الأسواق.

النموذج رقم 02: مسار التدويل لمؤسسة STS (1976-2002)



Source : L'impact des réseaux d'influences l'internationalisation des PME,
op.cit. Page 05

- مصير مؤسسة STS:

بالرغم من المزايا المحققة من الاندماج بين المؤسستين (مضاعفة رقم الأعمال أربعة أضعاف من 12 إلى 45 مليون وحدة نقدية)، نشأت نزاعات بين الطرفين أدت إلى حل المؤسسة المركبة *Shipley Sts Ltd*، كانت طبيعة النزاعات ثقافية (اختلاف أنماط التفكير بين الأوربيين والأمريكيين) واستراتيجية متمثلة في طبيعة الإنتاج (تجهيزات مقابل مواد كيميائية). نتج عن ذلك، غلق الوحدات التجارية، غلق الوحدة الإنتاجية، فقدان الأسواق الأمريكية، ضعف حصة المؤسسة الأصلية في الأسواق الآسيوية والأوربية. بذلك عادت المؤسسة لترتب في المرحلة الثانية في النموذج. بعد أربعة عشر سنة، أي في 1990، وُضع مصير المؤسسة في يد أفراد من الفريق المؤسس واجبهم حماية المؤسسة من الزوال في ظل الأوضاع المطروحة آنذاك. فقدان الزبائن بعد انفصال المؤسستين، نقص السيولة في السوق الدولية (الناجحة عن تراجع معدلات الاستثمار خلال حرب الخليج في 1991) في الوقت الذي هي بحاجة إليها إعادة بعث نشاطها. لم يبق أمام الشركاء المؤسسين سوى اللجوء لخدمة ما بعد البيع للمنتجات المباعة في السنوات السابقة، والتي حققت المؤسسة بها نجاحا معتبرا مضاعفة بذلك رقم أعمالها إلى 3 مرات (09 ملايين دولار). في سنة 1994، فرضت المؤسسة نموها بإنشاء نظام لتوزيع المنتجات الكيميائية لشركة موتورولا بالصين.

- تقييم أبعاد الاقتراب السلوكاتي في هذه المؤسسة.

- دراسة مسار تدويل هذه المؤسسة أثبت أن المرحلة الأولى من الاقتراب (التنمية على المستوى المحلي أو الوطني) غير ضرورية.
- لم يأخذ هذا الاقتراب بعين الاعتبار فكرة إمكانية انسحاب المؤسسة من السوق الدولية (من العالم الخارجي).
- يبقى هذا النموذج وصفي، حيث أنه لم يشرح كيفية الانتقال من مرحلة لأخرى سوى بفكرة التمرن واكتساب الخبرة والتجربة.

ثانياً: تطبيق مراحل منهج الموارد على مؤسسة STS

نحاول مرة أخرى إسقاط أبعاد الاقتراب على المؤسسة حيث نقوم بتحليل الموارد الاستراتيجية، العملياتية والنفسية المتاحة لدى مؤسسة STS ومدى استغلالها لاقتحام مسار التدويل.

● المرحلة الثانية: التوسع في السوق الدولية 1976-1985

يعود أصل تأسيس المؤسسة STS إلى مهندسين (اثنين) كسبا تجربة من الشركة المتعددة الجنسيات Oxy. رافقهما في سنة 1976 ثلاثة مهندسين آخرين. زيادة على المستوى التعليمي العالي، يتمتع الفريق بميزة كبيرة في مجال التسيير مع اكتساب المعارف والمهارات التقنية (التحدث ب 6 لغات) مع التجربة الدولية في العمل، مما خفض حجم الأخطار المتوقعة أمام المؤسسة عند اقتحام إقليم نشأتها والسعي نحو التدويل.

توزع هؤلاء، كل حسب معرفته واختصاصه وتجربته المهنية المكتسبة مسبقاً، على المناصب الحساسة في المؤسسة، من الرئيس المدير العام إلى المدير التنفيذي. هذا ما أهل المؤسسة إلى النجاح في إنتاج منتجات ذات تقنية عالية وبأحسن المهارات والإبداعات.

● المرحلة 3+4: إنشاء وحدات تجارية سنة 1986، ووحدة إنتاجية في 1987 في الخارج

القدرات المكتسبة لدى الطاقم المسير، أهله إلى فهم وتحليل حاجات المستهلك وإنتاج منتجات تتطابق ومتطلباته. هذا العرض تجاوز الحدود الوطنية، حيث قام الفريق ببعث مفوض من المؤسسة

لدراسة السوق في سنغافورة، بهدف نقل المهارات وإنشاء فرع إنتاجي في المكان للاستجابة للطلب هناك، بنفس القدرات والمهارات الإنتاجية ونفس خصائص المنتج، وبنفس الموارد المحلية.

- تقييم المنهج:

- ساهم هذا الاقتراب في فهم مسار التدويل الذي انتهجته المؤسسة آخذا بعين الاعتبار الموارد والكفاءات المملوكة من طرفها. كما يبدو أنه مكملًا للمنهج السابق.
- إلا أنه لم يوضح لحد الآن كيفية استغناء المؤسسة عن المرحلة الأولى من التدويل.

ثالثًا: تطبيق مراحل منهج الشبكات على شركة STS

• المرحلة الثانية: التوسع في السوق الدولية 1976-1985

كما سبق الذكر، استفادت مؤسسة STS مباشرة من اتصالات الشركة *Oxy*. حيث أمضت أول العقدين (اتفاقيتين) مع زيونين للشركة المتعددة الجنسيات، هذا ما جعلها تصنف ضمن الصنف "الداخل الأخير le dernier entrant" وتستفيد من الاستغناء عن المرحلة الأولى من مسار التدويل.

استفادت الشركة أيضا من شبكة أخرى وهي شبكة الاتصالات والمعلومات التي يحوزها مؤسسها الذين اكتسبوا هذه الدراية من الشركة *Oxy*.

علاقتها البنكية ساهمت هي الأخرى في فتح المجال أمامها لاقتحام السوق الأجنبية، حيث ساعدها البنك السويدي في إجراء اتصالات وإبرام عقود في الجنوب الشرقي لآسيا، وكل المفاوضات التي تمت في الولايات المتحدة الأمريكية.

الانتقال من هذه المرحلة إلى مرحلة التدويل بين الآخرين تم بفضل اندماجها مع شركة Shipley. حيث وفر لها هذا الاندماج المزيد من المعاملات التي كانت تنفرد بها هذه المؤسسة قبل الاندماج لاسيما في أمريكا الشمالية، وطبيعة منتجاتها المكملة لمؤسسة STS (حيث كانت مختصة في ميدان الصناعة الكيميائية).

• المرحلة 3+4: إنشاء وحدات تجارية 1986، ووحدة إنتاجية 1987 في الخارج

الامتيازات المذكورة مكنتها من فتح وحدات تجارية وإنشاء وحدة إنتاجية بالخارج.

منذ سنة 1990، وبعد الانفصال فقدت المؤسسة كل اتصالاتها وإمكاناتها مما اجبرها على الانسحاب والبقاء في الوسط الأوربي فقط، والاكتفاء بتقديم خدمات ما بعد البيع إلى غاية بيعها سنة 2002.

- **تقييم المنهج:** مكن هذا المنهج من شرح وتكملة المناهج السابقة، حيث وضح دور الموارد شارحا بذلك دور الموارد الخارجية للمؤسسة. كما أبرز هذا المنهج دور مختلف الشبكات التي أتاحت للمؤسسة، مما مكنها من تحسين أدائها في ظرف وجيز بالمقارنة مع حجمها.

المطلب الثاني: استراتيجيات التدويل لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

بعد التطرق للجانب النظري لتدويل الم ص م، وإبراز أهم المراحل التي يجب على المؤسسات تخطيطها بهدف الوصول إلى الأسواق الخارجية (عن طريق مختلف المناهج)، نحاول من خلال هذا المطلب تجسيد هذه المبادئ على الواقع العملي، ورسم المبادئ الواجب على المؤسسة احترامها وإعادة النظر فيها (كل حسب مستواها وحسب أهدافها)، واستنباطها من تجارب الم ص م الأخرى التي استطاعت توسيع نشاطاتها وإيجاد مكان لها في التبادل الدولي. لهذا سوف نتطرق في النقطة الأولى إلى ذكر الميزات الدنيا الواجب توفرها في هذه المؤسسات، ثم إلى المرحلة الأساسية الفاصلة في مسار تدويل المؤسسات، ألا وهي التصدير. ثم إلى الاستراتيجيات المتبعة في تنمية ذلك.

الفرع الأول: الميزات الأساسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التبادل الدولي

إن دراسة إشكالية اقتحام الم ص م للأسواق الخارجية يحتم علينا الحديث عن المزايا التي يشترط أن تتوفر عليها هذه المؤسسات حت يمكن لها أن تترشح إلى تدويل نفسها، والتي شخصت في المرونة والتخصص.

أولا: المرونة

يمكننا أن نعرف المرونة¹ بـ "القدرة على تكيف النظام الهيكلي والإنتاجي للمؤسسة مع تقلبات المحيط الاقتصادي الدولي بصفة مستمرة وبأسرع وقت ممكن وبالتالي القدرة على رد الفعل في أسرع وقت". بصفة عامة، تعتبر أي هيكلية تنظيمية مرنة إذا استطاعت أن تكيف نفسها حسب المعطيات أو حسب الأهداف التي سطرته لنفسها. وهو الشيء الذي يتطلب التغيير الجزئي أو الكلي لمجمل خصوصياتها. من جهة أخرى يميز البعض من المفكرين بين المرونة العملية التي تمكن المؤسسة من تحقيق التكيفات على مستوى حجم النشاط بأسرع وقت ممكن، وبين المرونة الاستراتيجية التي تمكن المؤسسة من تحقيق التكيفات التي تخص طبيعة النشاط أكثر من حجم النشاط، وبين مرونة الهيكلية التنظيمية التي تمكن المؤسسة من تحقيق تغيرات عميقة بأقل تكلفة ممكنة وبأقل خطورة.

إن دراسة الهيكلية التنظيمية للم ص م ونظامها المعلوماتي إلى جانب طبيعة تواجدها في الأسواق الدولية تجعلنا نكتشف أنها تتمتع بالمرونة الثلاثة السالفة الذكر. كما أن قلة استثمارها المباشر في الدول المضيفة يجعلها أكثر قدرة على استغلال الفرص المتاحة لدخول أسواق جديدة، لذا أصبحت أكثر مردودية عما كانت عليه (بسبب ظهور عوامل جديدة مالية أو سياسية...)². إلى جانب ذلك فليونة الهياكل التنظيمية لهذه المؤسسات يمكنها من استغلال عمليات الشراكة المالية والتكنولوجية مع مؤسسات الدول المضيفة وهو الشيء الذي تنص عليه أغلبية قوانين الاستثمار لهذه الدول.

كما أن طبيعة تسيير الم ص م والتي تمتاز بدرجة عالية من الاتصال بين المستويات التنظيمية، بسرعة تبادل المعلومات وبالذات الدور الاستراتيجي لمدير المؤسسة الذي يتكلف بنفسه بمعظم شؤون الإدارة ومعظم القرارات، يجعل عملية اتخاذ القرارات العملية أو الاستراتيجية (اختيار الاستثمارات أو اختيار مواقع الإقامة الجغرافية) تتم بأسرع ما تتطلبه تلك العملية في المؤسسات الضخمة، ذلك أن

¹ بوكريف موسى: الاستراتيجية الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة مؤسسة جزائرية "إفري"، مذكرة ماجستير، 1998-1999، جامعة الجزائر.

² في هذا الصدد، تجدر الإشارة أن المؤسسات الفرنسية المتوسطة الحجم استطاعت أن تغزو السوق الأمريكية بعد تمكنها من تكيف أنماطها الإنتاجية والتنظيمية مع معطيات السوق الأمريكي، مثل مؤسسة STS المذكورة سلفاً.

عملية اتخاذ القرار في المؤسسات الكبيرة يتطلب تدخل عدة جهات تحمل كل واحدة منها قيم ثقافية، اجتماعية وتكوينية تحاول كل واحدة التأثير على حياة المؤسسة مما يخلق نوع من الصراع بين أهداف المؤسسة كمنظمة والأهداف الشخصية لمجموع الأعوان الذين يتدخلون في اتخاذ القرار، وهو الصراع الذي لا نجد بنفس الحدة في المؤسسات ذات الأحجام الصغيرة والمتوسطة.

ثانيا: التخصص¹

إن الدراسات التي قام بها العديد من الاقتصاديين حول عوامل نجاح المصنوع على الصعيد الدولي أثبتت وجود نقطة مشتركة بين كل المؤسسات التي تتمتع بمركز الريادة في الأسواق العالمية في القطاع الصناعي الذي تنشط فيه (مثل ما هو الحال بالنسبة للمؤسسة COMASEX الرائدة عالميا في إنتاج قفازات الوقاية بأكثر من 50 سوق دولي وب 35% من رقم أعمالها يتحقق في الخارج، ومؤسسة Champifrance الرائدة عالميا في إنتاج الفطور حيث تحقق أكثر من 65% من رقم أعمالها في الخارج) إلى غير ذلك من المؤسسات وتتمثل النقطة المشتركة في مبدأ التخصص. إن التخصص في إنتاج منتج واحد يمكن المؤسسة من التعبئة العقلانية والكلية لكل مواردها المالية، البشرية والتكنولوجية وتركيزها حول حرفة واحدة عوض بعثرة الجهود والإمكانات حول العديد من الحرف.

كما أن مبدأ التخصص يمكن المؤسسة من تحقيق أحجام إنتاجية معتبرة تؤدي إلى تخفيض التكاليف بفعل اقتصاديات الحجم وبفعل منحنى الخبرة مما يسمح لها بتقديم منتج ذا سعر تنافسي وبالتالي تحقيق مردودية مالية أحسن من التي تحققها المؤسسات التي تعتمد استراتيجية التنوع في الإنتاج. وهكذا لوحظت النجاحات وارتفاع المردودية المالية في المؤسسات ذات الأحجام المتوسطة التي اعتمدت مبدأ التخصص كاستراتيجية لها، وبالتالي استطاعت تحقيق أرباحا أكثر.

¹ بوكريف موسى، الاستراتيجية الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة مؤسسة جزائرية "إفري"، مرجع سبق ذكره.

الفرع الثاني: التصدير

يعتبر التصدير أبسط طريقة تستطيع المؤسسة الدخول إلى السوق الأجنبية، ويقصد به¹: "قدرة الدولة وشركاتها على تحقيق تدفقات سلعية، خدماتية، معلوماتية أو مالية وثقافية، سياحية وبشرية إلى دول وأسواق دولية أخرى، بغرض تحقيق الصادرات من أرباح وقيمة مضافة، وتوسيع ونمو وانتشار، وتوفير فرص العمل، والتعرف على ثقافات البلدان الأخرى، والحصول على تكنولوجيات جديدة وغيرها... إلخ".

ويحتاج التصدير إلى الحد الأدنى من رأس المال مقارنة بالبداية الأخرى، ولا يتطلب تغيير جذري في خط منتجات المؤسسة (إنما بعض التغيرات البسيطة التي تتماشى مع احتياجات السوق الأجنبي)، أو تغيير في هيكلها التنظيمي، أو الاستراتيجية المسطرة، والتي يمكن للمؤسسة أن تقوم بعملية التصدير بشكل مباشر أو غير مباشر.

في حالة استراتيجية التصدير المباشر فيكون دور المؤسسة فعالا في التعامل مع العالم الخارجي، حيث يكون المسير (سواء بنفسه أو يعين شخصا كقفاً ينوب عنه) مسئولا على التعامل مع الأجانب ومختلف الفاعلين. أو تقوم بإنشاء وحدة أو مصلحة داخل المؤسسة مكلفة بتسويق المنتجات إلى الخارج. ويمكن أن يتم في عدة أشكال:

● **قسم تصدير محلي:** حيث تخصص المنشأة في بلدها الأصلي قسما خاصا لعمليات التصدير وبإشراف مدير يرأس مجموعة مستخدمين. وتنحصر مهام القسم في أداء كافة الأنشطة المتعلقة بالتصدير، والقيام بعمليات البيع الفعلي للمنتجات، وتقديم المساعدة التسويقية للمنشأة في الأسواق الخارجية.

● **فرع الجمعيات الدولية أو الخارجية:** "أو ما يسمى بمفهوم الشركة التابعة، وتسمح هذه الأخيرة من تحقيق سيطرة أكبر في السوق الدولية، ويتعامل الفرع بجميع السياسات التسويقية الخاصة بالصادرات (بيع، تخزين، توزيع، ترويج).

¹ أ عماري جمعي، استراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تسيير المؤسسات، جامعة باتنة، 2011.

- **ممثلي مبيعات التصدير المتجولين:** هنا ترسل المؤسسة ممثلين عنها إلى الدور الأخرى لغرض التعريف بمنتجاتها أو التفاوض، أو عقد الصفقات التجارية من الجهات المستفيدة.
- **الوكلاء أو الموزعين الجانِب:** يمكن أن تتعاقد المؤسسة مع وكلاء أو موزعين أجنبى لغرض بيع منتجاتها نيابة عن المؤسسة، وفي هذا الإطار يمنح للوكلاء الحقوق الخاصة التي تتيح لهم إمكانية تمثيل المؤسسة في بلادهم.

ضمن التصدير المباشر، تستجيب المؤسسة لطلبات الزبائن في الأسواق الأجنبية من خلال:

- الاشتراك في المعارض المحلية أو الدولية؛
 - الإعلانات التجارية في الصحف المتخصصة؛
 - البيع عن بعد، وفي هذه الحالة تستعين بأخصائيي البيع بالمراسلة، وتعرض منتجاتها في السوق الخارجي من خلال إرسال كتالوج، أو اقتراحات العمل عبر الفاكس... إلخ".
- أما في حالة التصدير غير المباشر توكل المؤسسة نشاطها الخارجي إلى مؤسسة أخرى تنوبها في عملية بيع منتجاتها في الأسواق الخارجية. مما يجنبها عدة آثار سلبية قد تواجهها في حالة اقتحامها السوق الأجنبية بنفسها. كما يُعرف¹ بـ "النشاط الذي يترتب عن قيام شركة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد محلي، يتولى عملية تصدير المنتج إلى الخارج، سواء كان المنتج بشكله الأصلي، أو بشكله المعدل".
- وفي سياق هذا النوع، تلجأ المؤسسات إلى إنتاج المنتجات التي تتلاءم مع احتياجات السوق الأجنبي، عادة ما يتطلب ذلك تغيير في خطوط إنتاجها أو استراتيجيتها التسويقية وطرق تنظيمها أو فلسفتها، ويعتمد التصدير غير المباشر على الوسطاء المستقلين الممثلين في:

- **المصدر:** حيث يقوم بشراء المنتجات المصنعة، ومن ثم بيعها للخارج لحسابه الخاص.
- **وكالة التصدير المحلية:** تعمل على البحث عن الأسواق الخارجية للسلع المحلية، والتفاوض مع المستوردين الأجانب، مقابل عمولة معينة.

¹ أعمارى جمعي، استراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

● **المنظمة التعاونية:** تقوم هذه المنظمة بالأنشطة التصديرية نيابة عن عدة منتجين، وتكون هذه الأنشطة تحت سيطرتها الإدارية، وغالبا ما يستعين بهذه المنظمة منتجي السلع الأساسية أو الأولية كالمنتجات الزراعية أو الحيوانية.

على هذا الأساس، احتلت قضية التصدير كمحرك للنمو والتنمية مكانا هاما في الفكر الاقتصادي المرتبط بالتنمية الاقتصادية للدول النامية، خصوصا في ضوء ما يسفر عنه الواقع العملي من اتساع المتنامي للفجوة التي تفصل الدول الصناعية المتقدمة عن الدول النامية، وكذا بعد بروز نتائج سيئة لبعض السياسات التي كانت منتهجة في بعض الدول النامية ويتعلق الأمر بسياسة إحلال الواردات وسياسة الإقراض الخارجي، اللتان أدتا إلى تفاقم العجز في الميزان التجاري وزيادة حجم المديونية الخارجية وتزايد أعبائها وبالتالي ضعف القدرة على الاستيراد وتعثر جهود التنمية. فتنمية الصادرات تعتبر قضية استراتيجية تؤدي إلى وجود مصادر أساسية يمكن الاعتماد عليها لتوفير الاحتياجات من النقد الأجنبي بشكل منظم، خاصة وأن المصادر الأخرى (صادرات المواد الأولية) لا تتصف بالاستقرار والاستمرارية، لأجل هذا تسعى الكثير من الدول لاسيما النامية منها إلى التركيز على سياسة تشجيع الصادرات.

انطلاقا من هذا يصبح قيام اقتصاد تصديري غير تقليدي من المهام الأولى لأجهزة التخطيط ورسم السياسات لكونه في الأساس عملية نمووية طويلة الأجل. لذلك توصل الفكر الاقتصادي كما توصلت العديد من الدراسات التجريبية إلى أن النمو السريع للصادرات يعجل بالنمو الاقتصادي. كما أثبتت تجارب الدول النامية التي تبنت سياسة تشجيع الصادرات كإحدى استراتيجيات التنمية الاقتصادية، إن تنمية الصادرات تهيئ وسائل النمو الاقتصادي على نحو أسرع مما يتحقق في ظل سياسة إحلال الواردات أو السياسات الأخرى. ولقد تزايد اهتمام الاقتصاديين بسياسة تشجيع الصادرات، وتركزت جهودهم في بحث وتحليل العلاقة بين الصادرات والنمو

الاقتصادي¹، وتوضيح أسباب هذه الظاهرة، وأجريت العديد من الدراسات التجريبية لبحث أثر نمو الصادرات على نمو اقتصاديات الدول النامية من جوانب متعددة، نذكر منها على سبيل المثال:

- أثر نمو الصادرات على الدخل القومي Michael Michaely 1977

- أثر نمو الصادرات على كفاءة رأس المال وإمكانية التغلب على الأزمات الاقتصادية

الخارجية Belassa 1981 Bela

- أثر نمو الصادرات على آثار وفورات الحجم الخارجية William G Tayler 1981

- أثر نمو الصادرات على كفاءة تخصيص الموارد Gershonfeder 1982

- أثر نمو الصادرات على الإنتاجية الكلية لعناصر الإنتاج Kavoussi 1984.

بالحديث عن تدويل الم ص م، يعتبر التصدير النقطة الفاصلة بين نشاط المؤسسة في إقليمها الوطني وبين اقتحامها العالم الخارجي. حيث وكما لاحظنا سابقا، يعتبر أول مرحلة بعد مرحلة التنمية على المستوى المحلي أو الوطني والتي اعتبرت كمرحلة يمكن الاستغناء عنها.

الفرع الثالث: العوامل المساهمة في رفع قيمة الصادرات

هناك مجموعة من العوامل تساعد المؤسسة، لاسيما الم ص م، في تنمية صادراتها. مما يفتح لها المجال بالاحتكاك بالأسواق الدولية.

أولا: الإبداع (l'innovation)

1) تعريف الإبداع

يعرف Joseph Schumpeter الإبداع على أنه² "النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه".

¹ وصاف سعيدي، أستاذ مساعد، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنمية الصادرات مع إشارة لحالة الجزائر، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ورفلة، 2002.

² د. عبد الله بلوناس، الأستاذ طراد فارس، الإبداع ودره في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلة الجزائرية للتسيير، العدد رقم 04، جويلية - ديسمبر 2008، ص 168.

كما عرفه Peter Drucker على أنه¹: "تغيير في ناتج الموارد، وبلغة الاقتصاد تغيير في القيمة والرضا الناتج عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك". ومن ذلك يظهر جليا أن الإبداع تطبيق لأفكار جديدة أو إعادة مزج للأفكار المعروفة على المنتجات والآلات والمعدات وطرائق التصنيع، وتحسينات في التنظيم والتسويق، ويكون لها أثر على نتائج المؤسسة وعلى أدائها الناجع.

2) أنواع الإبداع

حدد Schumpeter خمسة أشكال للإبداع:

- إنتاج منتج جديد؛
- إدماج طريق إنتاج جديدة؛
- تحقيق تنظيم جديد؛
- استخدام مصدر جديد للمواد الأولية؛
- فتح مدخل جديد (سوق جديدة).

3) طرق اعتماد الإبداع:

للوصول لتحقيق الإبداع يجب على المؤسسة اعتماد إحدى الطرق التالية:

- **التطوير الداخلي (الإبداع من الداخل):** خاصة عن طريق وظيفة البحث والتطوير والتي توفر وتمتد المؤسسة أكثر استقلالية في حالة نجاح الإبداع.
- **عقود التعاون:** أهم أشكالها التحالفات والشراكة، وتنبع أهميتها من التكلفة المرتفعة للبحث والتطوير خاصة، ومن الأخطار الناجمة عن الإبداعات والتي أصبحت كعائق في كثير من الميادين، خاصة الصناعية منها (الإعلام الآلي...)، زيادة إلى البحث عن الحجم للتجاوب مع عوامة الأسواق.
- **النمو الخارجي:** يمثل تملك مؤسسة مؤسسة أخرى مبدعة بطريقة جزئية وذلك بزيادة حصة في رأسمالها المخصص للإبداع والاستفادة من النتائج المحصل عليها، أو تملك كلي براءة المؤسسة كاملة.

¹ د. عبد الله بلوناس، الأستاذ طراد فارس، الإبداع ودوره في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره.

- **المقاول من الباطن:** تخص المقاول الباطنية للإبداع عقود بحث بين المؤسسة وهيئات مختصة مثل مكاتب الدراسات، الاستشاريين، مركز البحوث العمومية والخاصة ومع الجامعات.
- **اقتناء الرخص:** أي اقتناء رخصة من مؤسسة مبدعة أو من فرد مبدع، ومن عيوب هذه المؤسسة التبعية للمؤسسة الأم، والنقص في الاستقلالية، وهو ما جعلها طريقة أقل استعمالاً خاصة في الدول المتقدمة.

4) الإبداع لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

بالحديث عن الم ص م الصناعية أو الخدمائية، فالانفتاح على العالم الخارجي يفرض على المؤسسة تملك معارف خاصة تنفرد بها وحدها، من شأنها أيضاً خلق منتجات وخدمات جديدة، فتتمية حجم الصادرات يفرض على المؤسسة بذل جهد إبداعي متواصل ودائم نوعاً ما، بإنتاج منتجات ذات خصائص معينة (لصيقة بالمنتج) أو حسب طلبات المستهلكين.

حسب الدراسات التي قام بها st pierre سنة 2003 فإن الم ص م المصدرة مبدعة أكثر من الأخرى التي ينحصر نشاطها في الإقليم الوطني فقط، وتسوق منتجات ذات تقنية عالية أو على الأقل متوسطة، منفردة بمعرفة دقيقة، مسخرة لخدمة زبائنها وطلباتهم الاستهلاكية، مسيرة من طرف فريق خبرة بالميدان.

في سنة 2004 أكد Young et al دور التأثير الإيجابي لدور البحث والتنمية في الميل إلى التصدير، من خلال الدراسة التي قاما بها على مؤسسات تايوانية. هذه النشاطات تسمح برفع مستوى الإبداع ورفع قدراتها على رفع منتجاتها المتميزة في الأسواق الخارجية، وبالتالي تحقيق النمو والتوسع على الصعيد الدولي.

ثانياً: نشاطات البحث التسويقي

إن اتخاذ المؤسسة قرار اقتحام الأسواق الخارجية يدفعها لانتهاج سياسة اكتساب ومعالجة المعلومات المتعلقة بالمحيط الخارجي وإلى بلورتها ودراستها بهدف تحقيق النتائج الإيجابية مما يؤدي بها إلى تجنب مختلف المخاطر المتعلقة بالمحيط الاقتصادي لها، لاسيما البعد والفوارق الثقافية والنفسية.

تجدر الإشارة أن المسير يلعب دورا في هذا المجال، مما يفترض فيه الخبرة والكفاءة اللازمة لدراسة وتحويل هذه المعلومات وصياغتها نحو تحقيق النجاعة وبلوغ الأهداف المنشودة.

ثالثا: الشراكة وتنسيق الأعمال

الانفراد بإنتاج منتج معين وبمعرفة معينة لا تعني بالضرورة اتسام المؤسسة بطابع الوحدة (isolationniste). وهذا يعني ضرورة وجود المؤسسة في شبكة علاقاتية تغطي النقص المحتمل في خبرة المؤسسة ودرابتهما بالسوق الدولية.

هذه العلاقات يجب أن تؤسس مع الموردين، الزبائن، مراكز البحث، المؤسسات العلمية والتعليمية، المنظمات والهيئات العمومية والخاصة... من شأن هذه الشراكة وهذا التنسيق أن تغطي حاجة المؤسسة للموارد والخبرة التي قد تؤثر على أدائها على المستوى الدولي.

بالإضافة إلى ذلك، كثافة المنافسة الدولية، إثراء المعارف والمعلومات حول جميع النشاطات الاقتصادية، تخفيض دورة حياة المنتج المنتهجة من طرف المؤسسات، تبرز أيضا ضرورة عمل المؤسسة بالتنسيق مع شركاء ومتعاملين اقتصاديين بهدف الوصول إلى المعلومة الاستراتيجية التي من شأنها التأثير على تحسين أداء التصدير.

رابعا: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال (TIC) على درجة التصدير¹

تقاربت الآراء حول درجة تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال. فمن المفكرين من يولي لها اهتماما بالغا في تسهيل الاتصالات مع المحيط الخارجي، ومنهم من يعطيها دورا ثانويا وجزئيا في ذلك. في المؤسسات، تنقسم تكنولوجيات الإعلام والاتصال إلى قسمين أساسيين: التكنولوجيا المحسدة في معالجة المعلومات (الإعلام الآلي والانترنت) التي تسهل عملية جمع المعلومات وتبادلها. ومن جهة أخرى، التطبيقات المعلوماتية المطورة بفضل رقمنة المعلومة.

¹ Josée St-Pierre, Marie-Christine Monnoyer et Martine Boutary, Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire.

هذه الأخيرة تسمح بتسهيل تبادل المعلومات بين مختلف الفاعلين انطلاقاً من التبادل البسيط للمعلومة، وضع نظام محاسبي داخل وتبادل المعلومات بين رؤساء الورشات، إلى الدخول في شبكة اتصالات معقدة بين الوحدات والفروع الأساسية (التموين، الإنتاج، التوزيع...).

فالاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال من شأنه تسهيل تسيير المعلومة (جمع، معالجة، بث...) واستغلاله نحو الصعوبات التي تواجه المصممين مثل نقص الموارد المالية، الموارد البشرية وضيق الوقت. في الوقت الحالي مثلاً: اللجوء إلى استعمال الانترنت هو استجابة فورية، سريعة واقتصادية لمسألة استغلال المعلومة. فزيارة موقع الكتروني يسمح، وبأقل التكاليف، بالحصول على معلومات متعددة الاستعمال، ناجعة وصارمة مما يجعلها تساهم في اتخاذ قرارات استراتيجية (اختيار الأسواق والفاعلين...) وتخفيض درجة عدم اليقين المتعلق بتسيير المصمم.

هناك ميزة أخرى لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وهي خلق الروابط والقربان (lien et proximité) مما يسمح للمؤسسة بإنشاء ميزة وكفاءات علاقاتية قوية، وتكون المؤسسة آنذاك، بصدد تقديم خدمات ومنتجات عن بعد، وهذا ما يلاحظ في العشرية الأخيرة حول الهيمنة التي يكتسبها البريد الإلكتروني في تعزيز العلاقات التجارية. ما يسمح للمؤسسة بتخفيض تكاليفها في حالة اتخاذ قرار التصدير نحو تدويل نشاطاتها.

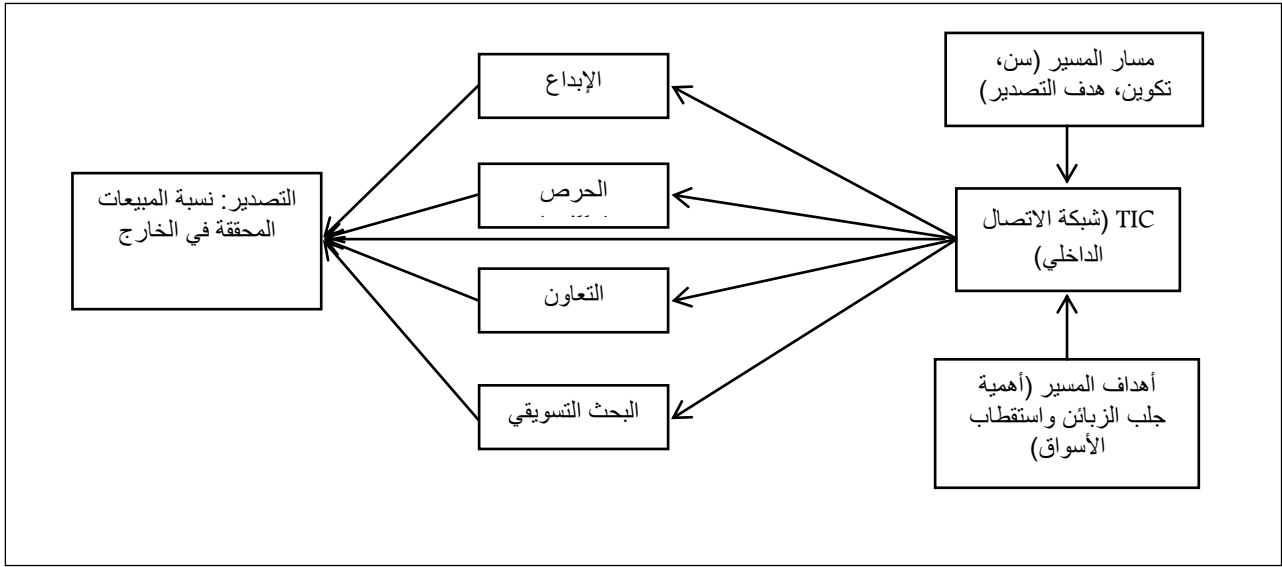
بعد الحديث عن دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع قيمة الصادرات، فإن ذكر دور المصممين لا يقل أهمية عن ذلك. يرى (Riemenschneider et Mykytyn, 2000) أن التجارب المكتسبة ومستوى التكوين لدى المصمم تعتبر عوامل مكبوتة مما يؤثر على استعمال التكنولوجيا بالإيجاب. يضيف Raymond et al 2005 أن التجربة والمستوى التعليمي العالي يساعدان مصمم المصمم على فهم أهمية استعمال التكنولوجيا في استغلال المعلومة مما يؤدي به إلى حسن تسييرها واستغلالها لتحقيق هدف المؤسسة في رسم مسار تدويلها.

كما يضيف Jeffcoate et al 2002 أن مصمم المصمم الراغبة في التدويل مجبر على استعمال التكنولوجيا في الإعلام والاتصال أكثر منه في المؤسسة الناشطة في الإقليم الوطني فقط.

الفصل الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواقعها في الاقتصاد العالمي

اختصاراً، يمكن القول أن معدل الصادرات في الم ص م مرتبط ارتباطاً وثيقاً بدرجة إبداعها ودرجة تعاملها مع مختلف الفاعلين الاقتصاديين وكذا البحث في مجال التسويق. نجاح هذه النشاطات مرهون بدوره باستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي بدورها هي الأخرى مرتبطة بمستوى وأهداف المسير القائم على رأس المؤسسة.

النموذج رقم 03: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على نسبة الصادرات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



Source : Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME: une étude exploratoire, op.Cit.

الفرع الرابع: علاقة التصدير مع حجم المؤسسات

بينت النظريات الاقتصادية الحديثة أن التجارة الدولية تعتمد على الاقتصاديات السلمية التي ترى أن التبادلات التجارية، على عكس النظريات الكلاسيكية، تتم بين دول تتشابه فيما بينها فيما يخص الخصائص الاقتصادية.

في سنوات السبعينيات ركزت الدراسات حول دور المؤسسات الاقتصادية في التجارة الدولية، وذلك بالنظر إلى أحجامها وإنتاجياتها خاصة المصدرة منها.

فحسب دراسة قام بها arndt et al 2012 على مجموعة من المؤسسات بألمانيا، بينا أن حجم المؤسسة وإنتاجياتها هما العاملان الأساسيان في تحديد دور المؤسسة في التجارة الدولية من خلال

تحديد مدى امكانياتها في التصدير وعدم ذلك، حيث استنبطنا أن المؤسسة الكبيرة أكثر ميولا للتصدير مقارنة بنظيراتها الصغيرة والمتوسطة.

دراسة أخرى أجريت على مؤسسات أوروبية من طرف كل من Berthou et Vicard (2005), Love et Al (2015), et Majocchi et Al (2015)، أثبتت أن المؤسسات المصدرة أكثر إنتاجية من المؤسسات الناشطة في الحدود الوطنية فقط. وأبعد من ذلك، فإن المؤسسات المصدرة بانتظام ومنذ فترة طويلة تعتبر منتجة أكثر من تلك التي بدأت في التصدير حديثا. مما يعني أن تجربة المؤسسات في التصدير له أثر مباشر على إنتاجيتها. ومن ذلك نرى أن تجربة المؤسسات في التصدير تعزز العلاقة بين حجم المؤسسة وإنتاجيتها، فكلما كبر حجم المؤسسة زادت إنتاجيتها وبالتالي تستمر في مضاعفة حجم صادراتها.

بالنسبة للمؤسسات الصغيرة فإن لها، هي الأخرى، دور بارز في التجارة الخارجية، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار هيكل الصادرات وحجمها. حيث وبناء الدراسة التي قام بها Cebeci et Al (2012)، حول مؤسسات تنتمي إلى 45 دولة أغلبها نامية، فإن حجم الصادرات يختلف حسب حجم المؤسسات وحسب تنوع المنتجات التي تصدرها. إذ تحتل المؤسسات المتوسطة المكانة الأولى في التصدير، لا سيما تلك التي تقوم بتصدير أنواع محدودة من المنتجات نحو جهات محدودة أيضا، تليها المؤسسات الكبيرة، والتي يقل عددها عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي تصدر أنواع متعددة من المنتجات نحو جهات متعددة أيضا.

تأتي المؤسسات الصغيرة في المرتبة الأخيرة، لا سيما تلك التي تصدر منتج واحد ونحو جهة واحدة فقط. هذا ما يدل على هيمنة المؤسسات الكبيرة في تحديد هيكله وحجم التبادلات الدولية.

المطلب الثالث: تأثير التدويل على نجاعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاركتها في سلسلة القيم العالمية

بصفة عامة، للمؤسسات الكبيرة ميل في توسيع نشاطاتها في الأسواق الخارجية مقارنة بتلك الصغيرة والمتوسطة لاسيما ذات الإنتاجية العالية منها. خاصة عن طريق عملية التصدير مقارنة بإنشاء فروع لها في الخارج، لما لهذه العملية من تكاليف وأخطار قد تؤثر سلبا على بعض المؤسسات.

بالرغم من الجدل القائم حول وجود علاقة سببية بين تدويل المؤسسة ونجاحتها، فهناك رأي آخر ينفي وجود هذه العلاقة أو حتى انعدام التأثير السلبي وذلك حسب الدراسة التي قام بها Lu et Beamish (2004)¹. يرى رأي آخر² أن للتدويل أثر إيجابي على فعالية المؤسسات، حيث أن المؤسسات التي تدول نشاطاتها تسعى دائما إلى ترقية إنتاجها وذلك عن طريق منافسة المنتجات الأجنبية ومحاولة لتخفيض تكاليف منتجاتها لا سيما تلك المرتبطة بتوسيع نشاطاتها بالخارج.

أما عن الم ص م فخصوصياتها المتمثلة في نمط الملكية، مواردها وهيكلها التنظيمية... تعتبر أحيانا كعوائق داخلية تحد من امكانياتها وقدراتها لاكتساح الأسواق الدولية خاصة التنافسية منها مما يؤثر سلبا على نتائجها المحققة.

إضافة إلى التدويل، هناك عامل آخر، له أثر بارز على فعالية الم ص م وهو سلسلة القيم العالمية. فطلب المؤسسات الكبيرة (الرئيسية في سلسلة إنتاج منتج معين) لتموينات (محلية أو أجنبية) من مختلف الموردين أغلبهم م ص م، من شأنه تشجيع الإنتاج الداخلي لهذه المؤسسات، حجما ونوعية، ومشاركتها غير المباشرة في إنتاج منتج معين، مما يجعلها تكتسب معارف وتقنيات حديثة، تبعا لمتطلبات المؤسسات الرئيسية، وبالتالي تعمل على مضاعفة إنتاجيتها. فقيام المؤسسات الكبيرة

¹ Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC, page 74.

² حسب الدراسة التي قام بها المفكرين الاقتصاديين (Sapienza et Al (2006) و (Pangarkar (2008)، تقرير حول التجارة العالمية، مرجع سبق ذكره، ص 71.

الفصل الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواقعها في الاقتصاد العالمي

الرئيسية باستيراد منتجات ومواد وسيطية له أثر إيجابي على تطوير تنافسية الم ص م وصادراتها، المباشرة أو غير المباشرة، وبالتالي تحقيق هدف النمو في الأسواق الخارجية.

فاندماج الم ص م في سلسلة انتاج معينة يفرض عليها تقوية وتكثيف التكنولوجيا المستعملة من طرفها، وتخفيض كثافة اليد العاملة خاصة غير المؤهلة والمضاعفة لتكاليف الإنتاج. كما بينته السياسة المنتهجة من طرف شركة TUYAUTO المغربية، والتي نجحت في اختراق الأسواق الخارجية بفضل مشاركتها في سلسلة إنتاج عالمية، وهو صناعة سيارات رونو الأوربية المغربية.

الفرع الأول: دراسة حالة مؤسسة تويوتو¹

تويوتو شركة مغربية أنشأت كورشنة عائلية منذ سنة 1960، متخصصة في صناعة قطع الغيار وبالأخص أنابيب العادمت وكاتمت الصوت للسيارات، لفائدة الشركة الوطنية المغربية لصناعة السيارات (SOMACA). في الفترة الممتدة من سنة 1995 إلى 2005 شهد إنتاج المؤسسة تراجعاً ملحوظاً، خاصة مع تطور أنظمة العدم وإدخال تكنولوجيات حديثة للسيارات ذات الأهداف البيئية.

تزامنت هذه الفترة مع انفتاح المغرب على العالم الخارجي حيث تم إنشاء فروع لشركات صناعات السيارات على رأسها شركة رونو الفرنسية، من جهة. وفتح المجال لاستيراد السيارات، من جهة أخرى. مما صعب على المؤسسة مهمة مواجهة متطلبات السوق الوطنية فيما يخص القطع الغيار المصنعة من طرفها.

نظراً لإمكانيتها المادية والمالية التي تحول دون مواجهة جميع طلبات المتعاملين في مجال السيارات. عملت المؤسسة على إمضاء عقد مع شركة رونو الأوربية يتضمن إنتاج قطع غيار متنوعة وحسب متطلبات الشركة، ما جعلها الموزع الرئيسي للشركة المختلطة رونو-سوماكا لمختلف قطع الغيار.

¹ Rapport sur le commerce mondial 2016, page 79, op.cit.

- Site officiel de la société : <http://www.tuyauto.ma/index.php/fr/>

الفصل الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواقعها في الاقتصاد العالمي

ومنذ سنة 2010 أصبحت تطور كفاءاتها لمواكبة متطلبات الشركة التي تعمل هي الأخرى باستمرار على تطوير منتجاتها.

هذه الشراكة سمحت لها بإنجاز عقود مع مؤسسات أخرى أبرزها إنقاذ شركة ETIEC المغربية، والعمل معا على تطوير قطع الغيار والأنظمة الميكانيكية المطلوبة من طرف شركة رونو.

من 2012 إلى 2014، ضاعفت شركة رونو طلباتها من قطع الغيار، وذلك من أجل تصديرها نحو فروعها في كل من المغرب، أوروبا والهند.

فاندماج مؤسسة تويوتو المغربية في صناعة سيارات رونو العالمية، سمح لها بتحقيق عدة تطورات على رأسها:

- تخفيض حجم اليد العامل من 160 إلى 120 عامل سنة 2015، الناتج عن ادخال تقنيات تكنولوجية حديثة وسعيا منها إلى تطوير انتاجياتها.

- نمو رقم الأعمال الإجمالي وبالعامل: والذي تطور أكثر من أربعة أضعاف في الفترة من 2005 إلى 2015.

الجدول رقم 03: أهم مؤشرات شركة تويوتو 1995-2015

2015	2005	1995	
120	120	160	عدد العمال
13.0	3.0	2.5	رقم الأعمال (بالمليون أورو)
0.11	0.03	0.02	الإنتاجية (رقم الأعمال/العامل) (بالمليون أورو)
220.000	60.000	30.000	عدد السيارات المنتجة في المغرب باستعمال منتجات تويوتو

المصدر: تقرير المنظمة العالمية للتجارة، مرجع سبق ذكره بالفرنسية، ص 80.

في 2015 اهتمت المؤسسة بجانب البحث والتنمية وذلك بتسطير برنامج لتعزيز فريق المهندسين والتقنيين مع آفاق 2019، وذلك من أجل تطوير قدراتها الإبداعية التي تسمح لها بتطوير منتجاتها وجعلها أكثر تنافسية.

الفرع الثاني: تأثير الاندماج في سلسلة القيم العالمية على شركة تويوتو

كان لاندماج شركة تويوتو اثرا إيجابيا بارزا عليها حيث انعكس هذا التطور على مسار المؤسسة، والتي أصبحت مُصدرا غير مباشر لقطع الغيار، بعدما كانت منحصرة في الحدود الوطنية فقط. فبعد ما كان رقم أعمالها محققا 100% من السوق الوطنية، أصبح في سنة 2015، متأيا من شراكتها مع شركة رونو بنسبة 92%. في حين يتحقق الباقي 08% عن طريق التصدير غير المباشر مع شركة رونو ونحو دول متعددة.

هذا التوسع في النشاط، جعل المؤسسة، تستورد المواد الأولية المستعملة في إنتاج قطع غيار السيارات من بلدان أجنبية مختلفة على رأسها اسبانيا.

مع مرور السنوات، اتخذت المؤسسة قرارات تسمح لها بمواكبة التطور الحاصل في صناعة السيارات وذلك بتبنيها استراتيجيات تتمحور حول النوعية، الفعالية الصناعية، وكذا تطور خدمة الزبائن، مما سمح لها بتحقيق شراكة مستدامة مع شركة رونو التي استطاعت، بواسطتها، التوسع في انتاجها في دولة المغرب.

بهدف تحقيق ذلك، اهتمت المؤسسة بتطوير وتنويع مصادر تمويلها والتي تمحورت حول ثلاثة مصادر:

- رؤوس الأموال الخاصة؛
- الاقتراض من المؤسسات المالية؛
- المساهمة في رأس مال شركة رونو عن طريق اقتناء التجهيزات المصنّعة للمركبات الصغيرة للسيارات المصنّعة (التجميع والتركيب).

في سنة 2015، تمكنت المؤسسة من الاستفادة من امتيازات برنامج "امتياز-تطور" المسطر من طرف السلطات المغربية لتطوير الم ص م.

في ختام هذا المثال، يمكن القول أن اندماج الم ص م في سلسلة القيم العالمية تفرض عليها مواكبة المتطلبات التقنية والتسييرية للشركات الرئيسية التي تنتمي إليها (اندجحت معها).

بالحديث عن شركة تويوتو، فبفضل الجهود المبذولة من طرف مسيرتها في إشباع متطلبات شركة رونو، عن طريق الاندماج في سلسلة صناعة السيارات المنتجة من طرفها، استطاعت الحصول على عدة شهادات دولية:

- في سنة 1997، الحصول على شهادة ISO9002، المعيار المطبق على الم ص م في نشاطات الشراكة الباطنية.

- في 2006، الحصول على الشهادة ISO16949 المتعلقة بالنوعية في صناعة السيارات.

- في 2015، الحصول على الشهادة ISO14001 المتعلقة بالتسيير البيئي.

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

تعتبر التجارة الخارجية أكثر القطاعات حيوية في أي اقتصاد، نظرا لأهميتها البالغة في تنمية وتطوير العلاقات الاقتصادية الدولية. كما ألفت هذا القطاع وجود مؤسسات كبيرة تمثل مركز العلاقات بين مختلف الدول، إلا أنه وفي العشرينيتين الأخيرتين شهدت هذه المؤسسات منافسة شديدة من طرف مؤسسات أخرى أقل حجما (م ص م)، والتي بدورها حظيت باهتمام بالغ من طرف الدول خاصة المتقدمة منها، ثم تبعتها في ذلك السائرة في طريق النمو.

المبحث الأول: مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الدولية

قبل الحديث عن واقع الم ص م في التجارة الدولية يجدر التعريف بهذا القطاع (قطاع التجارة الخارجية) باعتباره مجمعا هاما في الدورة الاقتصادية لكل بلد. ذلك بالتطرق إلى أهم النظريات التي اهتمت بالتجارة الخارجية ثم إلى السياسات المنتهجة والمسيرة لهذا القطاع، في المطلب الأول. ثم إلى واقع الم ص م ومكانتها في التجارة الخارجية.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الدولية ونظرياتها

الفرع الأول: مفهوم التجارة الدولية

عرف الإنسان التجارة منذ القدم، وكان ذلك بأوجه مختلفة باختلاف الزمن، وما أتى به من تطورات في الحياة، ولكن الشيء المتفق عليه هو أن التجارة هي العمود الفقري للعلاقات الدولية لما توفره من مزايا، وسوف نحاول تسليط الضوء على بعض جوانبها في هذا المبحث.

أولا: تعريف التجارة الدولية

مهما اختلفت النظم السياسية في دول العالم المختلفة، فإنها لا تستطيع اتباع سياسة الاكتفاء الذاتي بصورة كاملة ولفترة طويلة من الزمن، ذلك لأن اتباعها يضطر الدولة أن تنتج كل احتياجاتها، رغم أن ظروفها الاقتصادية والجغرافية لا تمكنها من ذلك، ومهما يكن ميل أي دولة إلى تحقيق هذه السياسة فإنها لا تستطيع أن تعيش في عزلة عن الدول الأخرى، إذ أن الدول كالأفراد ليس بإمكانها

أن تنتج كل ما تحتاجه من السلع، وإنما يقتضي الأمر أن تخصص في إنتاج السلع التي تؤهلها ظروفها الطبيعية والاقتصادية لإنتاجها ثم تبادلها بفائض منتجات دول أخرى لا تستطيع إنتاجها داخل حدودها، أو تستطيع إنتاجها ولكن بتكلفة مرتفعة، يصبح عندها الاستيراد من الخارج مفضلاً.

هذا هو الأساس الذي تقوم عليه التجارة الخارجية، إذن فالمقصود بالتجارة الخارجية هي: "عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل¹.

وبالرغم من أن التجارة سواء الداخلية أو الخارجية هي نتيجة لقيام التخصص وتقسيم العمل²، فقد جرت عادة الكثير من الاقتصاديين الذين يتعرضون لموضوع التجارة الخارجية على تأكيد الفوارق بينها وبين التجارة الداخلية استناداً إلى واحد أو أكثر من الفوارق التالية:

- التجارة الداخلية داخل حدود الدولة الجغرافية أو السياسية، في حين أن التجارة الخارجية على مستوى العالم.

- اختلاف العملة المحلية عن العملة الأجنبية، فنجد أن التجارة الخارجية تتم بعملات متعددة ولكن التجارة الداخلية تتم بعملة واحدة فقط.

- التجارة الخارجية تتم مع نظم اقتصادية وسياسية مختلفة، في حين أن التجارة الداخلية في ظل نظام واحد.

- وجود عقبات وموانع وتشريعات وقوانين تنظم التجارة الخارجية وتختلف عن تشريعات التجارة الداخلية.

- اختلاف طرق النقل، حيث أن 90% من التجارة الخارجية تتم بالنقل البحري وجزء بسيط منها يتم بالنقل البري على عكس التجارة الداخلية.

¹ حمدي عبد العظيم: إقتصاديات التجارة الدولية، دار النهضة العربية، 2000، ص 13.

² عادل أحمد حشيش: أساسيات الإقتصاد الدولي، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص 12.

- اختلاف ظروف السوق والعوامل المؤثرة فيه في حالة التجارة الخارجية، عنها في حالة التجارة الداخلية من خلال طبيعة المستهلكين، الأسعار، المنافسة، الأنظمة المسيرة للأسواق...إلخ.
 - صعوبة انتقال عناصر الإنتاج في حالة التجارة الخارجية مقارنة بالتجارة الداخلية.
 - اختلاف طرق وأساليب التمويل.
- بعد أن تعرفنا على أهم الفوارق بين التجارة الخارجية والتجارة الداخلية يمكن تعريف التجارة الخارجية من زاويتين مختلفتين:

● **المعنى الضيق:** ويشمل:

- الصادرات والواردات المنظورة (السلع).
- الصادرات والواردات غير المنظورة (الخدمات).

● **المعنى الواسع:** ويشمل:

- الصادرات والواردات المنظورة.
- الصادرات والواردات غير المنظورة.
- الحركة الدولية لرؤوس الأموال.
- الهجرة الدولية للأفراد.

ويطلق الاقتصاديون على المعنى الضيق للتجارة الخارجية مصطلح " التجارة الخارجية " وعلى المعنى الواسع مصطلح " التجارة الدولية".

من خلال ما سبق يمكن أن نبين مفهوم التجارة الخارجية على أنها: "عملية تبادل السلع مادياً عبر الحدود السياسية للدولة ، إما داخلة إليها وتسمى "الواردات" أو خارجة منها وتسمى "الصادرات" ، كما تأخذ أيضا شكل خدمات تؤدي من رعاية دولة إلى رعاية دولة أخرى ، وتسمى الخدمات التي تؤدي للغير بـ "الصادرات غير المنظورة"، وتسمى الخدمات التي يتم تلقيها من الغير بـ "الواردات غير المنظورة"¹.

ثانياً: أهمية التجارة الخارجية

¹ مجدي محمود شهاب وآخرون: أساسيات الإقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة للنشر، 1998، ص 19

تلعب التجارة الخارجية دوراً مميزاً في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية إذ يمكن من خلال هذا الدور تحديد الملامح الأساسية للدولة، والجوانب والمظاهر والأشكال الأساسية لعلاقتها مع الدول الأخرى، ويتمثل هذا الدور الهام للتجارة الخارجية في المجالات التالية:

1) المجال الاقتصادي

تسعى التجارة الخارجية في المجال الاقتصادي إلى تحقيق التالي:

- تعتبر منفذاً لتصريف فائض الإنتاج عن حاجة السوق المحلية، حيث يكون الإنتاج المحلي أكبر مما تستطيع السوق المحلية استيعابه، والاستفادة من ذلك في تعزيز الميزانية من الصرف الأجنبي.
- تساعد في الحصول على مزيد من السلع والخدمات بأقل تكلفة، نتيجة لمبدأ التخصص الدولي الذي تقوم عليه.
- تشجيع الصادرات يساهم في الحصول على مكاسب في صورة رأس مال أجنبي، يلعب دوراً في زيادة الاستثمار وبناء المصانع وإنشاء البنية خاصة في الدول النامية، وبالتالي النهوض بالتنمية الاقتصادية.
- تعتبر مؤشراً على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولية لارتباط هذا المؤشر بالإمكانات الإنتاجية المتاحة، وقدرة الدول على التصدير ومستويات الدخل فيها، وكذلك قدرتها على الاستيراد وانعكاس ذلك كله على رصيد الدولة من العملات الأجنبية.
- نقل التكنولوجيا والمعلومات الأساسية التي تفيد في بناء الاقتصادات المتينة وتعزيز عملية التنمية الشاملة.
- تحقيق التوازن في السوق الداخلية نتيجة تحقيق التوازن بين كميات العرض والطلب.

2) المجال الاجتماعي

تسعى التجارة الخارجية في المجال الاجتماعي إلى تحقيق التالي:

- زيادة رفاهية الأفراد عن طريق توسيع قاعدة الاختيارات فيما يخص مجال الاستهلاك.
- تحقيق التغييرات الضرورية في البنية الاجتماعية الناتجة عن التغيير في البنية الاقتصادية.
- الارتقاء بالأذواق وتحقيق كافة المتطلبات والرغبات وإشباع الحاجات.

- إمكانية الحصول على أفضل ما توصلت إليه العلوم والتقنيات المعلوماتية وبأسعار رخيصة نسبياً.

- التأثير المتزايد للتجارة الخارجية على حياتنا اليومية.

3) المجال السياسي

تسعى التجارة الخارجية في المجال السياسي إلى تحقيق ما يلي:

- تعزيز البنى الأساسية الدفاعية في الدول من خلال استيراد أفضل وأحسن ما توصلت إليه العلوم والتكنولوجيا.

- إقامة العلاقات الودية وعلاقات الصداقة مع الدول الأخرى المتعامل معها.

- العولمة السياسية التي تسعى لإزالة الحدود وتقصير المسافات، فهي تحاول أن تجعل العالم بمثابة قرية كونية جديدة، وبذلك تكون قد استفادت من التكنولوجيات الحديثة ومسالك التجارة الخارجية العابرة للحدود.

ثالثاً: السياسات التجارية

يتعرض نشاط التجارة الخارجية في مختلف بلدان العالم المتقدمة والمتخلفة على حد سواء لتشريعات ولوائح رسمية من جانب أجهزة الدولة التي تعمل على تقييده بدرجة أو بأخرى أو تحريره من العقبات المختلفة التي تواجهه على المستوى الدولي، ومجموعة هذه التشريعات واللوائح الرسمية وكل ما يلحق بها من أساليب وإجراءات تنظيمية متبعة من جهة السلطات المسؤولة في الدولة تسمى بـ "السياسة التجارية"¹.

قد كثر الحديث عن السياسات التجارية باعتبارها "مجموعة الإجراءات التي تتخذها الدولة في نطاق علاقاتها التبادلية مع الدول الأخرى لتحقيق أهداف معينة"، بين من يدافعون عن حماية التجارة الخارجية، وأولئك الذين يجذبون تحريرها، وسوف نسلط الضوء على الحجج والأدوات التي يضعها كل من الحمائيين وأنصار حرية التبادل الدولي.

1) سياسة الحماية التجارية

¹ عبد الرحمان يسري أحمد: الاقتصاديات الدولية، الدار الجامعية، 2001، ص 152.

تعتبر سياسة الحماية التجارية من أقدم السياسات المتبعة في التاريخ الاقتصادي¹.

أ. تعريف سياسة الحماية التجارية

يمكن تعريف سياسة الحماية التجارية بأنها: "تبني الدولة لمجموعة من القوانين والتشريعات واتخاذ إجراءات بقصد حماية سلعها أو سوقها ضد المنافسة الأجنبية"².

ب. حجج أنصار سياسة الحماية التجارية

يدافع المؤيدون عن هذه السياسة بالاستناد على عدد من الحجج منها:

1. **حماية الصناعات الناشئة:** تعتبر الصناعات الناشئة صناعات ضعيفة لا تستطيع منافسة الصناعات الأجنبية المتخصصة في إنتاج وتصدير سلع مماثلة، قد اكتسبت خبرة لا يمكن توفرها في بداية قيام الصناعات.

2. **معالجة البطالة وتحقيق مستوى التوظيف:** الحماية التجارية تحد من الواردات، وبالتالي ترفع من مستوى الاستثمار، فإقامة المشاريع تعطي فرصة للعمل وبذلك تشغل الأيدي العاملة المتاحة، فيتم القضاء على البطالة أو التخفيض من حدتها عكس ما يحدث في حالة تحرير التجارة.

3. **تفادي العجز في ميزان المدفوعات:** إن إتباع سياسة الحماية التجارية من خلال تقليل الواردات يساعد على تحسين العجز في ميزان المدفوعات.

4. **زيادة إيرادات الدولة العامة:** من خلال الرسوم الجمركية المرتفعة على السلع الكمالية والسلع التي لها بدائل محلية، التي تفرضها سياسة الحماية.

5. **مكافحة سياسة الإغراق:** تلجأ بعض الشركات الأجنبية لاحتكار الأسواق الخارجية، إلى بيع منتجاتها بأسعار أقل بكثير من الأسعار التي تبيع بها في سوق الدولة الأم، وذلك بغرض القضاء على الصناعة المحلية المنافسة لها أو بغرض الربح، وفي هذه الحالة يمكن للدولة أن تواجه سياسة الإغراق عن طريق اتباع سياسة الحماية التجارية.

¹ مصطفى رشدي شيحة: المعاملات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 1998،

² السيد أحمد عبد الخالق: الإقتصاد الدولي والسياسات الإقتصادية الدولية، مركز الدراسات السياسية والدولية،

6. تحقيق الاستقرار الاقتصادي: إن سياسة الحماية التجارية تمكن الدولة من إنتاج العديد من السلع، أي تنويع هيكلها الإنتاجي، ويؤدي هذا التنويع إلى تقليل الأهمية النسبية لكل سلعة في تأثيرها على الناتج القومي أو الصادرات، ومن ثم مواجهة أخطار الأزمات الاقتصادية التي قد تحدث من حين لآخر.

7. اجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية: تشجع سياسة الحماية على إغراء رؤوس الأموال الأجنبية لدخول الدولة بقصد الاستثمار المباشر، تجنباً للرسوم الجمركية المفروضة التي تعرقل انتقال السلع، وهكذا تستخدم سياسة الحماية بقصد تشجيع صناعات وطنية يعتمد قيامها على رأس المال الأجنبي فيساعد ذلك على زيادة الدخل القومي¹.

ج. أدوات سياسة الحماية التجارية:

تعتمد هذه السياسة على مجموعة من الأدوات التي يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية كما يلي:

1. الأدوات السعرية: يظهر أثر هذا النوع من الأدوات الحمائية على تيارات التبادل في أسعار الصادرات والواردات وأهمها:

- الرسوم الجمركية: وهي مبالغ تفرضها الدولة على السلعة عند عبورها للحدود الجمركية الوطنية دخولا (واردات) أو خروجاً (صادرات)، ويطلق على مجموعة النصوص المتضمنة لكافة الرسوم الجمركية المطبقة في الدولة في وقت معين اسم التعريفات الجمركية.

- الإعانات: تقدم إعانات التصدير للمنتجين الوطنيين قصد تدعيم قدرتهم التنافسية في السوق الخارجية بخفض أسعار بيع منتجاتهم، وقد تقدم الإعانات بشكل مباشر أي بدفع مبلغ نقدي معين على أساس قيمي أو أساس نوعي، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق منح بعض الامتيازات وتدعيم المركز الاقتصادي للمنتج الوطني مثل الإعفاءات التخفيضات الضريبية أو التسهيلات الائتمانية، وعادةً ما يقابل دعم الدولة لصادراتها بالمثل من طرف الدول الأخرى أو بفرض الرسوم التعويضية على دخول السلع المعانة مما يقلل أهمية الإعانات المقدمة.

¹ زينب حسين عوض الله: الإقتصاد الدولي، الدار الجامعية، 1998، ص 295.

- **الإغراق:** يعرف نظام الإغراق بأنه بيع السلعة المنتجة محلياً في الأسواق الدولية بسعر يقل عن تكلفة إنتاجها، أو بسعر يقل عن أسعار السلع البديلة المماثلة، فالهدف الأساسي للإغراق هو السيطرة على الأسواق لأن البيع بسعر منخفض كفيلاً بالتأثير على المنافسين في تلك الأسواق.

- **الرقابة على الصرف وتخفيض قيمة العملة:** تعتبر هذه الأداة من الوسائل الغير مباشرة لتقييد التجارة الخارجية إذ أن العملات الأجنبية هي الوسيلة التي يمكن للأفراد والمؤسسات الاستيراد بواسطتها، فالحكومة يمكنها أن تقيد الواردات إذا تمكنت من السيطرة على كل مصادر العملة الأجنبية واستخداماتها، والرقابة على الصرف تتمثل في تدخل الحكومة بوضع قيود مباشرة على عمليات بيع وشراء العملات الأجنبية.

كما قد تعتمد بعض الدول إلى التغيير في سعر صرفها مقابل العملات الأخرى، والذي يعني تغييراً في الأثمان النسبية للسلع والخدمات المتبادلة بين الدول، هذا التغيير يؤدي إلى التأثير في حجم الصادرات وكذلك الواردات، ففي حالة تغيير سعر الصرف بالانخفاض فهذا يعني انخفاض الأسعار الوطنية مقومة بالعملة الأجنبية وارتفاع الأسعار الخارجية مقومة بالعملة الوطنية مما ينقص الواردات.

2. **الأدوات الكمية:** يعد نظام الحصص وتراخيص الاستيراد من أهم الأدوات الحمائية الكمية.

- **نظام الحصص:** يعمل هذا النظام على تحديد الكميات والقيم المسموح تبادلها مع طرف أجنبي، ويخص هذا القيد عادة الواردات.

- **تراخيص الاستيراد:** يقتزن تطبيق هذا النظام بنظام الحصص، حيث تعتمد دولة الحصص إلى تقسيم الحصص الكلية المسموح باستيرادها من السلعة بين مختلف المستوردين الوطنيين الذين يرغبون في استيرادها، وتقوم دولة الحصص بوضع الأسس التي يتم بناء عليها توزيع الحصص على المستوردين، فقد يكون ذلك على أساس الاسترشاد بحجم النشاط الخاص بكل مستورد أو بمتوسط الحصص خلال المدة السابقة، وهذا النظام مفيد في حالة عدم رغبة الدولة في الإعلان عن حجم الحصص لسبب أو لآخر وكذلك إذا أرادت وضع رقابة على مستوردي السلعة.

غير أنه يؤخذ على نظام الحصص وتراخيص الاستيراد أنه يفتح المجال لانتشار الفساد والرشوة للحصول على حصة أكبر، ويتيح الفرصة للمتاجرة في تراخيص الاستيراد بدل الانشغال في الاستيراد الفعلي.

3. الأدوات التنظيمية: تحاول بعض الدول التأثير على التجارة الخارجية باستعمال أدوات تنظيمية، ومن أهم صور هذه الأدوات ما يلي:

- **المعاهدات التجارية:** هي معاهدات يتم التوصل إليها بأساليب دبلوماسية لتنظيم التبادل التجاري بين دولتين أو أكثر، مثل الرسوم الجمركية والمعاملات الضريبية على السلع المتبادلة وتقوم المعاهدات التجارية على مبادئ عامة مثل المساواة، المعاملة بالمثل والدول الأولى بالرعاية أي منح الدولة أفضل معاملة يمكن أن تعطيهها الدولة الأخرى لطرف ثالث.

- **الاتفاقيات التجارية:** هي اتفاقيات قصيرة الأجل عن المعاهدة، كما تتميز بأنها تشمل قوائم السلع المتبادلة وكيفية تبادلها، والمزايا الممنوحة على نحو متبادل فهي ذات طابع إجرائي وتنفيذي في إطار المعاهدات التي تضع المبادئ العامة.

- **اتفاقيات الدفع:** وهي عادة مقترنة بالاتفاقيات التجارية، وقد تكون منفصلة عنها، وتنطوي على تنظيم لكيفية تسوية الحقوق والالتزامات المالية بين دولتين، لذلك يغلب على بنودها مسائل مثل تحديد عملة التعامل، كيفية تسوية الالتزامات أي من خلال فتح حساب العملات المحلية أو الدولية، تحديد سعر الصرف، تحديد العمليات الداخلة في التبادل... إلخ. هذه السياسة تنتشر بين الدول التي تتبع سياسة تجارية حمائية، لذلك فهي في تقلص مستمر مع الاتجاه نحو تحرير التجارة الخارجية.

2) سياسة الحرية التجارية

تتلخص فكرة هذه السياسة في ضرورة إزالة كل القيود والعقبات المفروضة على التجارة بين المقيمين في الدول المختلفة، وقد نادى هذه السياسة منذ ظهورها بحق الأفراد والمؤسسات في القيام بالنشاط الاقتصادي والتبادل كما يرغبون وابتعاد الحكم عن التداخل كلما أمكن ذلك.

أ. تعريف سياسة الحرية التجارية:

تعرف سياسة الحرية التجارية بأنها: "تلك السياسة التي تقوم على إصدار القوانين واللوائح واتخاذ الإجراءات التنفيذية اللازمة لإزالة وتحقيق القيود على علاقاتها الاقتصادية والتجارية مع العالم الخارجي.

ب. حجج أنصار سياسة الحرية التجارية

ينادي أنصار سياسة الحرية التجارية بوجود القيام بالمبادلات الدولية في نظام دولي خال من القيود والعراقيل استناداً إلى مجموعة من الحجج أهمها:

1. الحرية تسمح بالتخصص في الإنتاج: حيث يتم تخصص كل دولة في إنتاج السلعة التي تتمتع فيها بميزة نسبية، فتتوسع في إنتاج تلك السلعة بما يفوق احتياجاتها المحلية، وتقوم بمبادلة ذلك الفائض من هذه السلعة إلى دولة أخرى تحصل منها على احتياجاتها من السلع التي تعاني من قصور نسبي في إنتاجها.

2. الحرية تسمح بانخفاض أسعار السلع الدولية: استناداً إلى مبدأ التخصص وتقسيم العمل فإن حرية التجارة تؤدي إلى انخفاض السلع المستوردة التي لا يمكن إنتاجها في الداخل إلا بنفقات مرتفعة، لأن هذه السلع تنتج في الدول ذات الميزة النسبية في إنتاجها بالمقارنة مع بقية الدول وهذا ما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي الحقيقي للدولة لما تستورد السلع بسعر منخفض عوض إنتاجها محلياً بسعر مرتفع.

3. الحرية حافز للتقدم الفني: تسمح الحرية التجارية في ظل المنافسة الحرة، بتنافس المنتجين لتقديم منتجاتهم، ويؤدي هذا إلى الابتكار وتطوير وسائل وأساليب الإنتاج من أجل تطوير المنتجات لكسب أسواق جديدة.

4. الحرية تحد من قيام الاحتكارات: لا يستطيع المنتج أن يحتكر السوق ويفرض الأسعار التي تساعد، لأنه في ظل وجود حرية تجارية يمكن للمستثمر أن يستورد السلع بأسعار منخفضة ليمنع استغلال المنتج المحلي له.

5. الحرية تساعد على ارتفاع الإنتاج : يرى أنصار الحرية أنه لو سادت هذه السياسة بين الدول لمساعد ذلك على وصول مشروعاتها الإنتاجية إلى الأهداف المسطرة، فإذا كان الطلب المحلي منخفضاً فإنه في ظل نظام حر للتبادل الدولي ، فالطلب الآتي من الخارج يؤدي إلى إنعاش المشروع وزيادة الإنتاج¹.

ج. أدوات سياسة الحرية التجارية

تتحول معظم دول العالم إلى سياسة الحرية التجارية خاصة في ظل الجات سابقاً (المنظمة العالمية للتجارة حالياً) وتنفذ في الكثير منها ما يسمى ببرامج الإصلاح الاقتصادي التي يمثل تحرير التجارة الخارجية فيها أحد الجوانب المحورية، وبالتالي فالأدوات المستخدمة لهذا التحول معاكسة تماماً لأدوات سياسة الحماية التجارية.

وفيما يلي بعض أدوات سياسة الحرية التجارية:

1. التخليص التدريجي للرسوم الجمركية: إن برامج الإصلاح الاقتصادي في الجانب الخاص بتحرير التجارة الخارجية منذ نشأة الجات (1947) وحتى إعلان قيام المنظمة العالمية للتجارة (1995)، اتجهت نحو تخفيض معدلات التعريفية الجمركية المرتفعة فيما يطلق عليه بتحرير التجارة الخارجية من القيود التعريفية، بل أن النظرة الجديدة للرسوم الجمركية ستكون على أنها أداة لتشجيع التجارة الخارجية وليس قيداً عليها، إلا ما تعلق منها بمحاربة سياسة الإغراق.

2. حوافز التصدير: وهي الأداة المقابلة للأداة الخاصة بإعانات التصدير حيث تحل محل هذه الأخيرة مجموعة من حوافز التصدير التي تعمل على تشجيع الصادرات في ظل سياسة الحرية التجارية، حيث يمكن أن تنطوي على مجموعة من الإعفاءات الضريبية المؤقتة، تحرير واستقرار سعر الصرف، تخفيض وإزالة الرسوم الجمركية على المدخلات المستوردة لزيادة القدرة التنافسية لأسعار الصادرات، خفض تكاليف تمويل الصادرات، إلغاء حصص الصادرات، ضمان الصادرات وإيجاد نظام كفاء للتأمين عليها.

¹ رعد حسن الصرن: أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، دار الرضا للنشر، سوريا، الجزء الثاني، 2001

3. تحرير التعامل في الصرف الأجنبي: ويقصد بذلك ترك قيمة العملة الوطنية تتحدد في السوق من خلال التفاعل الحر بين العرض والطلب على الصرف الأجنبي، أي تقويم سعر الصرف بدل الرقابة على الصرف الأجنبي ومنه كسر احتكار الدولة لشراء وبيع النقد الأجنبي، كذلك فإن تحرير المعاملات في سوق الصرف يتطلب إلغاء القيود الكمية المباشرة لأن وجودها يتعارض مع وجود سوق حرة للصرف الأجنبي.

4. إزالة القيود الكمية المباشرة: في ظل سياسة الحرية التجارية، يسعى الكل لإزالة القيود الكمية على التجارة الخارجية وإلغاء نظام الحصص، وتبقى من القيود الكمية المباشرة إجراءات تراخيص الاستيراد ضمن أدوات تنظيم التجارة الخارجية طالما لا يتم استخدامها كوسيلة لتقييد حرية التجارة.

5. التكامل الاقتصادي الدولي: يعرف التكامل الاقتصادي على أنه: "العملية التي يتم بموجبها إزالة كافة العقبات التي تعترض وجه التجارة القائمة بين مجموعة الدول الأعضاء في مشروع التكامل الاقتصادي"¹.

رابعاً: العوامل المؤثرة على التجارة الخارجية ومخاطرها

بالرغم من أن نشاطات التجارة الخارجية تخضع للسياسات التجارية التي تحكمها، إلا أنها تتأثر كذلك بالعديد من العوامل، كما قد تواجه جملة من المخاطر تحد من توسعها، وفيما يلي سنحاول التعرف على أهمها في هذا المبحث.

1) العوامل المؤثرة على التجارة الخارجية

تتأثر التجارة الخارجية بجملة من العوامل تتفاوت في أهميتها بتفاوت الظروف، فهي عوامل مترابطة متفاعلة يمكن إرجاع أهمها إلى:

أ. عوامل طبيعية

1. سوء توزيع الموارد الطبيعية: بين الدول وتركز مصادر الثروة في بعضها والذي يؤدي إلى تركيز شديد مناظر للتجارة الخارجية، بحيث تتلخص صادرات عدد كبير من دول العالم في

¹ رعد حسن الصرن: أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، دار الرضا للنشر، سوريا، الجزء الثاني، 2001،

شكل سلعة واحدة أو سلعتين، فالدول التي أخذ فيها هذا التركيز في مصادر الثروة شكل مواد أولية صناعية، أدخلت كثيرا من التنوع على صادراتها، بينما الدول التي أخذ فيها هذا التركيز شكل مواد أولية زراعية وإنتاج غذائي، لم تستطع أن تسلك نفس السبيل خاصة وأنها كانت في مرحلة مبكرة من تاريخها خاضعة للاستعمار الأجنبي¹.

2. حجم الدولة أو المساحة الجغرافية التي تشغلها: والذي يؤثر في التجارة الخارجية لها عن طريق تأثيرها على درجة تكامل الموارد الطبيعية والبشرية بالنسبة للدولة بالإضافة إلى ما يوفره ذلك الحجم من مزايا الإنتاج الكبير².

3. المناخ: المناخ له أثر في تكاليف الإنتاج بصفة عامة ونفقات الإنتاج الزراعي بصفة خاصة، من حيث التباين في درجات الحرارة ومتوسط كمية الأمطار والرطوبة من دولة إلى أخرى، إلا أن هذا العامل بدأ يضعف تدريجيا بسبب التقدم العلمي، فقد أصبح من الممكن إحداث تغير مصطنع في الظروف المناخية لتلائم والظروف الإنتاجية المطلوبة، إضافة إلى إحلال بعض المنتجات الصناعية محل المنتجات الزراعية.

ب. عوامل اقتصادية

1. التكاليف والأسعار: بمعنى مدى ما يكلفه كل عنصر من هذه العناصر الداخلة في التجارة وفي ضوئها تتحدد الأسعار الخاصة بالتبادل على مستوى العالم، حيث أن ارتفاع تكاليف السلع المنتجة يؤدي إلى زيادة أسعارها، فالسلع التي تنتج بتكاليف منخفضة وتباع بأسعار منخفضة تكون أكثر طلبا من الأخرى ذات التكاليف والأسعار المرتفعة، أي أن قدرتها على المنافسة تتحدد في النهاية بالسعر كأحد العوامل المؤثرة على الطلب.

2. الجودة: يرتبط هذا العامل بالمنافسة في الأسواق العالمية التي تتأثر بصفة دائمة بالتطورات التكنولوجية الحديثة التي تجعل هناك فروقا في الجودة لذات السلعة المنتجة في أماكن مختلفة من العالم.

¹ زينب حسين عوض الله: العلاقات الاقتصادية الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص 48.

² مجدي محمود شهاب: الاقتصاد الدولي، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص 79.

3. التخزين: كلما كانت السلعة قابلة للتخزين بحيث تحقق المنفعة الزمنية، كلما زاد حجم التبادل التجاري في هذا النوع من السلع، نظرا للوقت الذي يستغرقه نقل السلع وما يترتب عليه من تلفها إذا كانت خواصها لا تسمح بالبقاء فترة أطول.

4. التمويل: إن أي تبادل بين الدول وبعضها يعتمد على التمويل، فإذا وجدت المؤسسات المالية والبنوك على مستوى العالم، فإن هذا يؤدي إلى زيادة حجم التجارة الخارجية في السلع والخدمات، أما إذا لم توجد بنوك أو معاملات مصرفية بين الدول فإن هذا يقلل من حجم التبادل التجاري.

5. الندرة النسبية: بمعنى عدم وجود حجم معين من السلع والخدمات لدى الدول يتناسب مع احتياجاتها الخاصة، فالتفاوت بين المعروض والمطلوب من مختلف السلع والخدمات يولد حاجة الدولة لاستيراد حاجاتها أو تصدير ما يفيض عن حاجتها.

6. الرواج والكساد الاقتصادي: فالرواج الاقتصادي يؤدي إلى انتعاش الطلب على مختلف منتجات الدول، وبالتالي زيادة حجم التجارة الخارجية، بينما يحدث العكس في حالة وجود كساد اقتصادي.

7. نفقات النقل: تؤثر نفقات النقل في حجم التجارة الخارجية، حيث أن التقدم العلمي في قطاع النقل وانخفاض نفقاته بالنسبة لنفقات الإنتاج الإجمالية يمكن أن يؤدي إلى اتساع نطاق التجارة الخارجية بإدخال سلع جديدة في التبادل الدولي كانت نفقات النقل المرتفعة تحول دون تداولها تداولا مربحا.

ج. عوامل أخرى

1. الظروف السياسية: يلعب العامل السياسي دورا كبيرا في تحديد الأفق المفتوح أمام الدول المتعاملة في التجارة الخارجية، فعادة ما يكون الميل للتعامل مع الدول المستقرة سياسيا وتجنب مناطق الاضطراب السياسي والحروب التي تهدد فيها مصالح المتعاملين.

2. الإجراءات الإدارية: ويقصد بذلك عدم وجود مشاكل أو معوقات جمركية أو بيروقراطية تربط بدخول وخروج السلعة وهي تعطل وصول السلعة إلى المستهلك، وكلما كانت الإجراءات سهلة وميسرة كلما شجعت الصادرات والتبادل التجاري بصفة عامة.

3. القوانين والتشريعات: تخضع نشاط التجارة الخارجية في مختلف دول العالم إلى تشريعات ولوائح ترسمها أجهزة الدولة، تعمل على تقييده بدرجة أو بأخرى أو تحريره من العقوبات المختلفة التي تواجهه على المستوى العالمي.

4. الإضرابات العمالية: تؤدي الإضرابات العمالية بطبيعة الحال إلى توقف الإنتاج في الصناعة التي تتعرض له، وتحدد الخسارة في الإنتاج تبعاً لطول مدة الإضراب ثم يتحدد الموقف بالنسبة للتجارة الخارجية بمدى أهمية الصناعة التي عانت من أزمة الإضراب واتصالها بتجارات الصادرات أو الواردات.

5. اختلاف الأذواق: تنشأ الاختلافات في الأذواق ما بين أبناء البلدان المختلفة بسبب عوامل عديدة مثل اختلاف العادات والتقاليد الاجتماعية، واختلاف الأديان والعقائد أو اختلاف البيئة الجغرافية أو درجة التقدم العلمي والاتجاهات الثقافية، ومعرفة الأفراد بتلك الاختلافات ورغبتهم الغريزية في التقليد والمحاكاة كثيراً ما يدفعهم لاستبدال بعض السلع التي اعتادوا عليها بالسلع الأجنبية، فيؤدي ذلك إلى حركية في الواردات وبالتالي التأثير في حجم التجارة الخارجية.

2) مخاطر التجارة الخارجية

إن النشاطات الاقتصادية المتزايدة والتي تمارس في إطار التجارة الخارجية معرضة للعديد من المخاطر، ويمكن تعريف الخطر " أنه الخسارة في الموارد المالية أو الشخصية نتيجة عوامل غير منظورة في الأجل الطويل والقصير"¹.

هذه المخاطر لا يكون مصدرها المتعاقدين فقط، بل كذلك الظروف الاقتصادية والسياسية للبلدين، وفيما يلي سوف نعرض أهم هذه المخاطر:

¹ طلعة أسعد عبد الحميد: إدارة فعالة لخدمات البنوك الشاملة، جامعة المنصورة القاهرة، 1998، ص 227.

أ. **خطر عدم التسديد:** وهو راجع لعدم قدرة أو رغبة المستورد في السداد وهناك حالتان:

- المستورد غير قادر على تطبيق ما عليه من التزامات في العقد.

- المستورد يرفض الدفع بدون أي سبب شرعي.

فالحالة الأولى تعني عدم إمكانية المستورد على الدفع، والحالة الثانية هي رفض المشتري تطبيق

العقد وعليه يقسم خطر عدم التسديد إلى:

1. **خطر العجز البسيط:** هو رفض المشتري الدفع عند تاريخ الاستحقاق، في هذه الحالة

يمنح للمشتري فترة معينة تسمى "الأجل المشكل للكارثة" وهي عادة ستة أشهر، هذه المدة

الإضافية تسمح للمشتري بتسديد ديونه في حالة مواجهته لصعوبات أو مشاكل البيروقراطية.

2. **خطر عدم القدرة على الوفاء:** راجع لقلة الإمكانيات المالية لدى المشتري حيث لا

يمكن له تنفيذ التزاماته، وهذا يكون في حالة الاعتراف قانونيا بإفلاس المشتري.

3. **خطر الصرف:** يعرف خطر الصرف بأنه "الخطر المرتبط بالعمليات التي تجري بالعملات

الأجنبية نتيجة تغير معدلات صرف هذه العملات مقابل العملة الوطنية"¹.

ويترجم خطر الصرف بإحدى حالتين: ربح أو خسارة، مخاطر الصرف المقصودة هنا هي بالطبع

خسارة سعر الصرف، التي يتعرض لها كل من المصدر والمستورد.

- **خطر الصرف بالنسبة للمستورد:** المستورد في بعض الأحيان مجبر على قبول الدفع

بعملة المصدر لذلك فهو الأكثر عرضة لتحمل خسارة الصرف.

- **خطر الصرف بالنسبة للمصدر:** يتعرض المصدر لخطر الصرف إذا كان العقد ينص

على أن يتم الدفع بعملة أجنبية، فإذا انخفضت قيمة العملة الأجنبية مقارنة بالعملة الوطنية

للمصدر، فإن هذا الأخير سيتحصل على قيمة مالية أقل من القيمة التي تم الاتفاق عليها

وبالتالي سيتحمل خسارة الصرف.

ب. **الخطر الاقتصادي:** وهو خطر متعلق بتطور الوضعية الاقتصادية المحلية أو العالمية

وتنعكس مباشرة على تكلفة إنتاج السلع المطلوبة¹، مثل ارتفاع غير متوقع في تكاليف شراء

¹ Paule Grand Jean: change et gestion de change, les éditions Chihab, 1995, P 12.

اللوازم الضرورية للسلع الموجهة للتصدير، حيث أن ارتفاع سعر الشراء قد يدفع بالمؤسسة المصدرة إلى البيع بالخسارة.

ج. المخاطر السياسية والمشابهة لها: وهي بصفة عامة عدم إمكانية دفع المشتري بسبب عوامل سياسية ولكن في الحقيقة، كلمة المخاطر السياسية تغطي مجالا واسعا مثل عجز المدين العمومي، خطر الكوارث، خطر عدم التحويل...إلخ.

د. خطر الكوارث: تنقسم عادة إلى فئتين، تلك الناتجة من أعمال الإنسان، وتلك الناتجة من الكوارث الطبيعية، من بين هذه الأخيرة هناك الفيضانات، الزلازل، البراكين، وهذه الظواهر نادرة لكن متوقعة، ومن بين المخاطر الناتجة عن الإنسان هناك الحروب الأهلية، الثورات....

هـ. قرارات حكومية: يخص الأمر القرارات الحكومية التي يمكن أن تعرقل أو تمنع تطبيق العقد، من بين هذه القرارات:

- نشر قوانين جديدة يمكن أن تغير شروط العقد، وبالتالي عدم إمكانية تطبيقه جزئيا أو كليا.

- إلغاء رخص الاستيراد أو تقليصها من ناحية كمية السلع المستوردة.

- رفض التعامل مع بلد معين.

و. خطر عدم التحويل: يرتبط هذا النوع من المخاطر بظروف لا دخل للطرفين المتعاقدين فيها، ويكون نتيجة ظروف سياسية، أو تشريعات بلد إقامة المشتري تهدف إلى توقيف أو تأجيل عملية تحويل العملة الصعبة إلى الخارج².

الفرع الثاني: النظريات التقليدية للتجارة الدولية

سنتطرق في هذه الفقرة إلى مختلف النظريات المفسرة لهيكل التبادل الدولي، أي طبيعة المنتجات المستوردة والمصدرة من طرف مختلف البلدان، والقوى التي تدفع كل بلد إلى التخصص، والدافع من

¹ Sylvie Decoussergues: gestion de la banque, Dunod, Paris, 1996, P 191.

² محمد خالد الحريري: الإقتصاد الدولي، المطبعة الجديدة، 1977، ص 202.

إنتاج سلع معينة بنسب تفوق استهلاكها وإلى تلبية حاجيات بلدان أخرى، وذلك بترك جزئياً أو كلياً نشاطات اقتصادية معينة، مع الحصول على إيجابيات التخصص، وبتفسير التقسيم الدولي للعمل الناتج عنها، وكذا تحديد الأسعار على المستوى الدولي، وتطور وآثار التجارة الدولية والتخصص على كل من النمو الاقتصادي العائدات، الأرباح، الأجور، الاستهلاك والرفاهية لمختلف البلدان والطبقات الاجتماعية، الناتجة عنها، والعلاقة الموجودة بين التجارة الدولية والتطور الاقتصادي بصفة عامة، وهذا بالمرور بالنظرية الكلاسيكية التقليدية (المعتمدة على التفوق الناتج عن مختلف التكاليف، ثم نتطرق إلى النظرية النيوكلاسيكية التي قامت بإعادة صياغة تفسير "دافيد ريكاردو" باستعمال أدوات الاقتصاد الجزئي باعتمادها على المنفعة في التفسير، وهذا من أجل تجاوز التناقض الموجود بين الأسعار المحددة بقيم حقيقية على المستوى الدولي، ثم نتطرق إلى نظرية "هيكشر وأولين" اللذان يرجعان وجود التبادل إلى إيرادات عوامل الإنتاج، بعد التطرق إلى هذه النظريات نتطرق إلى النظرة الحديثة في تفسير التجارة الدولية والمتمثلة في إدخال اقتصاديات الحجم ودورة المنتج والتي وضع أصولها كل من "فيرون" و "بوسنر" و "كروجمان".

أولاً: النظرية الكلاسيكية

تعتبر النظرية الكلاسيكية كرد فعل للفكر التجاري، والذي يفسر التجارة الدولية كنشاط لا يأتي بالرفع على كل البلدان المتبادلة أي أن البلد يربح ما يخسر نظيره، حيث برزت النظرية الكلاسيكية في الربع الأخير من القرن الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر من أجل الدفاع عن حرية التبادل التجاري عكس الفكر التجاري والذي يعتمد على الحصول فائض في ميزانها التجاري وبتدخل الدولة في تحقيق ذلك.

1) نظرية النفقات المطلقة

أ. عرض النظرية

من رواد هذه النظرية نجد المفكر الاقتصادي "آدام سميث"، الذي يعتمد في تفسيره على وجوب وجود التبادل الدولي من أجل عدم إعاقة تقسيم العمل، فهذا الأخير ناتج عن اتساع نطاق السوق

وبالتالي يسمح لكل دولة التخصص في إنتاج السلع التي تكون لها ميزة مطلقة في إنتاجها، وبالتالي تقوم بتبادل فائضها الانتاجي الناتج عن استهلاكها مع فائض انتاج دولة أخرى لها ميزة مطلقة، بالإضافة إلى ذلك فإن زيادة إنتاجية العمل يسمح بزيادة وزن نمو رأس المال، والعامل الوحيد الذي يدخل في تحديد نفقة الانتاج اللازمة لإنتاج السلعة هو العمل، وان الربح لكل دولة متبادلة غير مرتبط بالحصول على الفائض في الانتاج.

ب. حجج سميث في التجارة الدولية

من أجل تبيان الآثار الايجابية للتبادل الحر ما بين الدول، قام "آدام سميث" بإعطاء عدة حجج من بينها أن التجارة تحفز النمو، بالرفع من الناتج الوطني وبخفض تكاليف وأسعار السلع المستهلكة، ويمكنها كذلك أن ترفع من مستوى النشاط أعلى من إشباع الاحتياجات الاستهلاكية لرأس المال، والذي بدوره، يعجل بالنمو الاقتصادي، بالإضافة إلى ذلك شبه "آدام سميث" البلدان بالعائلات وذلك من أجل تدعيم التبادل الحر، حيث أنه بنفس العائلة التي تتبعها العائلة في إنتاج جزء من السلع الضرورية لها، وبشراء السلع الأخرى عن طريق السلع التي يستطيع أن يبيعها، فعلى كل رب عائلة عدم انتاج السلع التي تكلفه أقل إذا قام بشرائها بدلا من إنتاجها، وبالتالي البلد الخارجي الذي يمكنه تزويدنا بسلع ذات أحسن سعر من تلك التي نستطيع إنتاجها، من الأحسن شراء هذه السلعة عن طريق جزء من السلع التي لنا قيمة مطلقة فيها.

ج. حدود نظرية النفقات المطلقة

لم يعرف "آدام سميث" ثروة الأمم بقدرتها على تراكم الأرصدة الدولية والمعادن النفيسة كما عرفها التجاريين، بل عرفها بقدرتها على إنتاج السلع والخدمات، وبالتالي يجب عليها أن تبحث عن السبل التي تمكنها من زيادة القدرة الانتاجية، وهذا لا يتم إلا عن طريق الحرية الاقتصادية، وأن دور الدولة محدود ينحصر في الحفاظ على كفاءة عمل الأسواق بصورة تنافسية دون قيود احتكارية، وأن تقسيم العمل يحقق أعلى إنتاجية في ظل المنافسة الكاملة.

تفسر عموماً نظرية النفقات المطلقة التجارة الدولية للسلع أو المواد الأولية وبصفة خاصة تجارة الدول النامية، والمتمثلة عموماً في السلع ذات السهولة في الإنتاج والمستقلة عن النظام الاقتصادي أي المرتبطة في إنتاجها على العوامل الطبيعية¹. نظرية النفقات المطلقة حدوداً من أبرزها أنها لا تعطي أهمية إلا لشروط العرض، حيث أنها لا تفسر محددات الربح عند كل بلد، بالإضافة إلى ذلك لم يفرق "آدام سميث" بين التجارة الداخلية والخارجية، حيث قام المفكر الاقتصادي "دافيد ريكاردو" بالتفريق بينهما².

بالإضافة إلى ذلك فإن هذه النظرية تفسر وتتركز على الميزة التي نتلقاها عند التبادل مقارنة بعدم التبادل، وأن التخصص ممكن في حالة التفوق المطلق، وفي الحالة المعاكسة لم تتمكن هذه النظرية في التأكيد على ضرورة وجود التبادل، والنظرية التي قامت بتفسير هذه الحالة هي نظرية النفقات النسبية.

2) نظرية النفقات النسبية

أ. تفسير "دافيد ريكاردو"

تعود نظرية النفقات النسبية للمفكر الاقتصادي "دافيد ريكاردو" حيث، وحسبه، كل البلدان لها المنفعة في المشاركة في التجارة الدولية، ويعتمد في ذلك على العمل كعامل في قياس النفقة، ولا يعتمد على النفقة التي تقيّمها بالنقود بل على كمية عناصر الإنتاج اللازمة لإنتاج وحدة من السلعة، وهذا لا يعني أن العامل الوحيد في الإنتاج هو العمل، بل توجد عوامل ك رأس المال، غير أن هذه الأخيرة تعتبر كعامل كامن، وأن دوال الإنتاج لكل سلعة من دول العالم متشابهة أو متجانسة، أي أن إنتاج سلعة معينة يتطلب نسبة محددة وأنه لا يوجد إحلال ما بين العوامل، وأنه لا توجد حواجز لتنقل السلع وعوامل الإنتاج داخل كل بلد، بينما هذه الأخيرة (أي عوامل الإنتاج) لا يمكن

¹ René Sandretto, Le commerce international, Paris, Armond collin éditeur, 1995.

² Jean-Louis Mucchielli, Principes d'économie internationale, Volume 1, Paris, Ed Economica, 1987.

أن تنتقل من بلد لآخر وتتنافس فيما بين الدول، والسلع الناتجة عنها خاضعة للمنافسة التامة، وأن الانتاج بكميات ضئيلة ليس له أي أثر، وبالتالي فإن الانتاج خاضع إلى قانون الغلة، ومن أجل تبسيط هذه النظرية أخذ "دافيد ريكاردو" حالة بلدين وسلعتين، فيقوم البلد الذي لديه ميزة نسبية في سلعة معينة بتصديرها بينما يقوم بالاستيراد من البلد الآخر السلع التي ليس له فيها ميزة نسبية.

ب. النتائج الأساسية لهذه النظرية

تقود هذه النظرية إلى ثلاث نتائج أساسية، متمثلة في أن البلد يتخصص كلياً في المنتج الذي لديه فيه ميزة نسبية، وهذا الأخير ناتج الأسعار قبل التبادل، والتي بدورها محددة بالإنتاجية النسبية للعمل في مختلف الصناعات، بين نموذج "ريكاردو" كذلك أن سياسة تحرير التجارة كافية للحصول على الرفاهية. أن نتيجة التخصص الكلي عادة ما يؤدي إلى وجود رد فعل سلبى للتبادل الدولي، حيث أن اختفاء كل الصناعات لبلد معين، ما عدا الصناعة التي يجب أن يتخصص فيها هذا البلد، قد يؤدي إلى إضعاف الاقتصاد وإلى إضعاف تطورها¹.

ج. الانتقادات الموجهة للنظرية

لقد حاول "دافيد ريكاردو" الاقتراب من الواقع، ولكن رغم ذلك فإنه انتقد كثيراً، ومن بين الانتقادات التي وجهت له هي بساطته في عرض النظرية، حيث فيما يخص عدم انتقال عوامل الانتاج، خاصة رأس المال، غير محققة في الواقع، بالإضافة إلى ذلك فإن انخفاض نفقة الانتاج الناتجة عن الإنتاج الكبير لم يؤخذ بعين الاعتبار، دون أن ننسى الدور الذي تلعبه نفقة النقل في تحديد التبادل الدولي والتي أهملت، أما فيما يخص الفكرة الجوهرية المتعلقة بنفقة الانتاج، فإنها انتقدت حيث أنها أهملت أثمان السلع والتي لها دور في تحديد التبادل، بالإضافة إلى إهمال الطلب على هذه السلع.

¹ Patrick. A.Messierlin, Commerce international, Paris, Presses Universitaires de France,1998,p42-p47

د. التحولات الحديثة لنظرية النفقات النسبية

تزول المخاوف المتعلقة بزوال الصناعات الأخرى، إذا قمنا بتفسير نظرية النفقات النسبية في حالة القيام بالتجارة الدولية بعدة سلع، وبإدخال دوال إنتاج غير خطية وهذا بدون أن نتخلى على أساس هذه النظرية المتعلقة بالنفقات النسبية وعليه لا نتحصل على التخصص الكلي، ولكن رغم ذلك فإن هذه النظرية تبقى صالحة في حالة الدول التي لا تصدر إلا عدد قليل من السلع ولنذكر على سبيل المثال دول الخليج والتي لا يمكن أن تكون أكثر ثراء بدون وجود التجارة الدولية.

3) نظرية القيم الدولية

أ. عرض النظرية

تسمى هذه النظرية كذلك بنظرية "ريكاردو-ميل" وهذا راجع لكون نظرية القيم الدولية، عبارة عن توسع لنظرية النفقات النسبية لـ "دافيد ريكاردو"، بالإضافة إلى هذه الأخيرة، قام "جون ستيوارت ميل" بإدخال عامل الطلب في تحديد المستوى الذي يستقر فيه معدل التبادل، حيث اكتفى "ريكاردو" في عرضه على أن التخصص الدولي يعود بالفائدة على البلدين طالما أن معدل التبادل الدولي يقع بين الحد الأدنى والحد الأقصى لثمن أحد السلعتين بالنسبة للأخرى، ولم يحدد العوامل التي تسمح من اقتراب هذا المعدل من الحد الأدنى أو الأقصى، وقد أوضحت نظرية القيم الدولية أن معدل التبادل الذي يحقق التوازن في التجارة الدولية هو ذلك المعدل الذي يجعل قيمة صادرات وواردات كل دولة متساوية.

ب. محددات معدل التبادل

يتحدد معدل التبادل في هذه النظرية على قوة طلب الدواتين على السلعتين، ومرونة هذا الطلب، حيث يتحدد الطلب بمعدل التبادل الداخلي للسلعتين في الدولة الأولى، ومعدل التبادل الداخلي بين السلعتين في الدولة الثانية، وبالتالي تعود المكاسب أكبر من التجارة الدولية إلى صاحب الطلب الأصغر، ويؤول بالمكاسب الأقل إلى صاحب أكبر طلب، ويميل التبادل في صالح الدولة ذات أقل مرونة أي التي طلبها يتغير بكمية قليلة مقارنة بالسعر، والعكس صحيح، وبالتالي فإن الدولة الصغيرة يمكن تحقق مكاسب أكبر من الدولة الكبيرة وهذا لكون طلبها أقل.

ج. حدود النظرية

لم تتمكن هذه النظريات من الاقتراب من الواقع عند افتراضها لتكافؤ أطراف المبادلة، ففي حالة تبادل دولي بين دول غير متكافئة فمن الممكن ألا يكون للطلب المتبادل دور في تحديد نسبة التبادل الدولي، أي بإمكان الدول الكبرى أن تملي شروطها، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة أن التبادل بين الدول سيأتي بالنفع على الدول الصغيرة، يمكن أن يكون غير محقق، حيث يمكن أن يؤدي التبادل إلى عدم مرونة طلب البلد الصغير، بسبب إشباع السوق الناتج عن ضيق سوقه الداخلي، أما في الحالة العكسية فإنها صالحة بالنسبة للبلدان ذات طلب داخلي واسع، وهذا التفسير غير صالح لكون أن اتباعه من المفروض أن يؤدي إلى وجود دول غير متطورة¹.

ثانياً: النظرية النيوكلاسيكية

استمرت النظرية التقليدية في تفسير التجارة الدولية إلى غاية الحرب العالمية الأولى وبرزت النظرية النيوكلاسيكية، إلا أن المرحلة الأولى لهذه الأخيرة ما هي إلا إعادة صياغة نظرية النفقات النسبية، وذلك بإدخال المنفعة في تفسير التجارة الدولية، والتخلي عن النفقة المحددة على أساس العمل، أما المرحلة الثانية تتمثل في إعطاء أسباب وجود التجارة، عن طريق عوامل الإنتاج وأسباب وجود الاختلاف في الأسعار النسبية والأجور.

1) نظرية نفقة الاختيار

أ. إطار تحليل نفقة الاختيار

يقوم التحليل في التجارة الدولية في إطار التوازن العام، من مقارنة العرض والطلب في كل بلد، وفي هذا الإطار تتغير الأسعار النسبية للسلع، وتصبح الأساس في تعريف التفوق النسبي وشروط التبادل، وكلما كان مستوى الإنتاج لسلعة ما مرتفع، وجب أن نتخلص من كميات معتبرة من السلعة الأخرى، إذا أردنا أن نرفع من الكميات المنتجة من السلعة الأولى، وبالتالي فإن حدود

¹ Christian Aubin, Philippe Norel, Economie internationale, Faits, théories et politiques, Paris, édition, 2000, p25-26

امكانيات الانتاج هي دالة مقعرة، عكس دالة الإنتاج في النظرية التقليدية التي تأخذ خط مستقيم.

ب. وصف نظرية نفقة الاختيار

تعود نظرية نفقة الاختيار إلى الاقتصادي "هابلر" (1936)، حيث انتقد الأساس الذي تقوم عليه نظرية العمل في القيمة بالاعتماد على نفقة الاختيار وتكلفة الفرصة البديلة، بدلا من النفقة المحددة على أساس العمل في تفسير التبادل الدولي، حيث أن تكلفة الفرصة البديلة هي عبارة عن مقدار ما نضحى به من أحد السلع مقابل الحصول على وحدة إضافية من السلعة الأخرى، دون الحاجة إلى افتراض افتراضات خاصة بشأن عنصر العمل والذي يستخدم كأى عنصر إنتاجي آخر، وبالتالي فإن الدولة التي تتمتع بانخفاض في تكلفة الفرصة البديلة في أحد السلع تتمتع بميزة نسبية في إنتاجها.

حسب "هابلر" فإن نفقة الاختيار تسمح بمقارنة المزايا التي يتمتع بها بلد معين في إنتاج سلعة معينة بالمزايا التي يتحصل عليها عند إنتاج سلعة أخرى، في هذه الحالة يمكن أن نقارن نفقة استبدال جميع السلع بالنسبة للسلعة النموذجية التي نستخدمها، تتناسب أثمان السلع داخل كل دولة مع نفقات استبدال هذه السلع، وبالتالي فإن البلد الذي يتمتع بميزة نسبية في إنتاج إحدى السلع التي ينتجها يمكن له أن يحقق الكسب من التجارة الدولية، وقد استخدم "هابلر" ما يسمى بمنحنيات السواء لتفسير هذه الأخيرة¹. إن اختلاف الأثمان النسبية في دولتين يؤدي إلى قيام التجارة الدولية، ويتحدد معدل التبادل الخارجي للسلعتين بواسطة تقاطع قوى العرض والطلب في البلدين معا، وهذا ما يسمى بالطلب المتبادل².

¹ منحنى السواء: هو منحنى يظهر كل التوليفات الفنية بين عنصري الانتاج (العمل ورأس المال) للحصول على مستوى معين أو حجم معين من الناتج، حيث يكون حجم هذا الناتج ثابتا.

² زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 53-54.

2) نظرية الميزة النسبية لعوامل الإنتاج

أ. سبب اختلاف تكاليف الفرصة البديلة

يعتبر كل من "هيكشر وأولين" من رواد نظرية الميزة النسبية لعوامل الإنتاج، حيث يندرج عملهما في الإطار العام لفرضيات النموذج الكلاسيكي، أي أن عوامل الإنتاج لا تنتقل من بلد لآخر. تعود فكرة الاختلاف في الندرة النسبية لعوامل الإنتاج إلى "هيكشر"، والذي يرى بأن ندرة عوامل الإنتاج شرط ضروري لاختلاف التكاليف النسبية بما يؤدي إلى ظهور التبادل الدولي، ويشير "هيكشر" أن الأسعار النسبية لعوامل الإنتاج تكون نفسها في دولتين، ولا يمكن إحلال عامل بعامل آخر في دولة دون القيام بنفس العملية في الدولة الأخرى، بالإضافة إلى ذلك فإن التوفيق الإنتاجي هو نفسه بالنسبة للسلعة في كلا الدولتين في حين أن الأسعار النسبية لعناصر الإنتاج تكون نفسها في نفس الوقت، وبالتالي فإن التكاليف النسبية لا يمكن ان تتغير في الدولتين. يقوم "أولين" بتطوير أفكار "هيكشر" بتأكيد دور الأسعار النسبية لعوامل الإنتاج، وتعتبر مساهمة كل واحد منهما صياغة لما يسمى بنظرية الميزة النسبية لعوامل الإنتاج.

ب. مفهوم النظرية النسبية لعوامل الإنتاج

تفسر هذه النظرية سبب تصدير أو استيراد سلعة معينة من طرف بلد ما، باستخدام الندرة أو الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج (الأرض، العمل، رأس المال...) المستعملة في إنتاج السلعة الداخلة في التبادل، أي أن كل بلد يقوم بالتخصص في إنتاج وتصدير السلع التي تحتاج بدرجة كبيرة إلى عنصر الإنتاج المتوفر لديها نسبياً، وبالتالي سعرها أرخص نسبياً، ويستورد السلعة التي تحتاج في إنتاجها عامل الإنتاج النادر نسبياً والذي يتميز بارتفاع سعره النسبي، وبالتالي البلد الذي يتمتع بوفرة نسبية في عامل العمل يقوم بتصدير السلعة كثيفة العمل، وباستيراد السلعة كثيفة رأس المال، وعليه يقوم بالتخصص جزئياً في إنتاج وتصدير تلك السلعة، أما البلد الذي يتمتع بوفرة نسبية في عامل رأس المال يقوم بتصدير السلعة كثيفة رأس المال وتصديرها والتخصص فيها جزئياً.

الفرع الثالث: الأساليب النظرية الحديثة في التجارة الدولية¹

إن نظرية هيكشر أولين في التجارة الدولية قد اعتمدت على فرضيات في غاية البساطة تمثلت في وجود دولتين وسلعتين وعاملين إنتاجيين ، لذا فإن هذه النظرية قد تصلح لتحليل حالات محدودة كالتبادل التجاري بين الدول المتقدمة والدول النامية، لكن ذلك لا يصدق على حالات التبادل التجاري واسعة النطاق بين الدول المتقدمة بعضها مع البعض الآخر وهي دول متشابهة في وفرة الموارد الاقتصادية، الأمر الذي دفع الاقتصاديين للبحث عن نموذج بديل عن نموذج هيكشر أوهلن، إلا إن تلك المحاولات لازالت عبارة عن مقاربات نظرية في طور التكون ولم ترق الى مستوى النظرية العلمية البديلة لها ، ومن هذه المقاربات ما يأتي :

- التجارة الدولية على أساس تنوع الإنتاج
- التجارة الدولية على أساس وفورات الحجم
- التجارة الدولية على أساس الفجوة التكنولوجية
- التجارة الدولية على أساس دورة المنتج

أولاً: التجارة الدولية على أساس تنوع الإنتاج

ان مفهوم تنوع الإنتاج يقصد به تعدد أنواع السلعة أو الخدمة الواحدة من حيث الشكل أو اللون أو التغليف أو الوزن أو الحجم أو المتانة والقوة، بل وتعدد الاستعمالات المصنوعة منها إلا أنها تتشابه في المضمون، أي السلع أو الخدمات المتميزة بعضها مع البعض الآخر، ولكنها تصنف تحت الصنف ذاته. وعادة ما تستخدم المشاريع علامات مميزة للأنواع التي تنتجها من السلعة ذاتها، وهذا ما يميز السلع المتداولة حالياً في التجارة الدولية الحديثة وهو أكثر انتشاراً من التجارة بالسلع المتجانسة. ومن الأمثلة على الإنتاج المنوع من السلعة صناعة الأجهزة الكهربائية والمنزلية والسيارات، بل والمواد الكيميائية والأدوية والعطور ومستحضرات التجميل وغيرها. ومن خلال التجارة الدولية يتم عقد الصفقات التجارية بين البلدان المختلفة للتبادل بالإنتاج المنوع الذي ينتمي الى صناعة واحدة كصناعة السيارات مثلاً.

¹ خالد حسين علي المرزوك ، الاساليب النظرية الحديثة في التجارة الدولية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بابل العراق، 2010.

وعندما أزيلت الرسوم الجمركية والعوائق التجارية بين الدول الأعضاء في السوق الأوروبية المشتركة عام 1967، وجد (بيلا بلاسا) إن حجم التجارة بين الدول الأوروبية قد ارتفع وأن معظم الزيادة في التجارة كان من نصيب الإنتاج المنوع الذي ينتمي الى صناعة واحدة، فكانت السيارات الألمانية يجري مبادلتها بالسيارات الايطالية مثلا أو مبادلة الغسالات الفرنسية بالغسالات الانجليزية أو ما شابه ذلك. وقد بلغت نسبة التجارة بالإنتاج المنوع حوالي 50% من التجارة الدولية، ومما يذكر في هذا الصدد إن منتجات البلدان النامية تفتقد الى هذه الميزة في التنوع الإنتاجي للسلعة الواحدة إذ أن اغلب منتجاتها الزراعية أو الأولية أو الاستخراجية غالبا ما تكون متجانسة ولا تتميز بمبادلة منتجات دولة نامية بمنتجات أخرى من نفس الصناعة.

ثانيا: التجارة الدولية على أساس وفورات الحجم

بنيت نظرية "هيكشر أولين" على مجموعة من الفرضيات كان إحداها هو أن إنتاج كلا السلعتين وفي كلا البلدين إنما يتم تحت ظروف ثبات غلة الحجم، أي زيادة الإنتاج بنفس النسبة التي تزيد فيها عوامل الإنتاج، فإذا ازدادت المدخلات بنسبة 25% فإن المخرجات سوف تزداد بنسبة 25% أيضا.

أما عندما يكون الإنتاج تحت ظروف تزايد الغلة (غلة الحجم المتزايدة) فإن التبادل التجاري بين البلدين سيكون مفيدا، حتى وإن كانت الظروف المحيطة بإنتاج كلا الدولتين متشابهة. إذ أن الغلة المتزايدة (أي الغلة التي يكون فيها نسبة زيادة المخرجات أكبر من نسبة زيادة المدخلات)، قد تحدث في العمليات الإنتاجية الكبيرة الحجم والتي تساعد على تقسيم أكبر للعمل وكذلك على التخصص، إذ يقوم كل عامل بالعمل على جزء صغير من العمل ويقوم بتكراره مرات عديدة في اليوم الواحد مما يكسبه خبرة كبيرة وإتقان دقيق لعمله يساعده في رفع إنتاجيته بشكل ملحوظ، كما إن الإنتاج الكبير الحجم يساعد على استخدام كمائن كبيرة وعالية الإنتاجية وذات كفاءة عالية.

ويقصد بوفورات غلة الحجم إحدى المفهومين الآتيين:

إما وفورات داخلية، أي التي تعتمد على حجم المشروع وهذه تساعد على خفض التكاليف من إحدى الأوجه الآتية:

1- استخدام مكائن حديثة ومتطورة؛

2- شراء كميات كبيرة من المواد الأولية وبأسعار جملة متدنية؛

3- زيادة التخصص؛

4- تقسيم أكبر للعمل،

أو تكون وفورات الحجم خارجية وفيها لا تستطيع المنشأة لوحدها التأثير على متوسط تكلفة الإنتاج، بل تعتمد في ذلك على القطاع الصناعي الذي تنتمي إليه هذه الصناعة، والذي بدوره يقوم ببعض النشاطات والأعمال والخدمات التي تستفيد منها المنشأة المعنية في خفض متوسط تكاليف إنتاجها، من خلال مثلا تدريب العمال ورفع كفاءتهم في ورش متخصصة، أو ابتكار طرق إنتاجية حديثة، أو تطوير المهارات المتعلقة بالصناعة المعنية، أو تدعيم وتطوير البني التحتية التي تحتاج إليها هذه الصناعة ، فكلما ازداد نشاط القطاع الصناعي في مجال معين كلما ساعد ذلك على استفادة المشروعات من نفس الصناعة من الوفورات الخارجية.

إن تقسيم الوفورات الى داخلية وخارجية يحظى باهتمام الشركات ، لأن وفورات الحجم الداخلية لا تتناغم مع سوق المنافسة التامة، التي تتصف بكثرة الباعين والمشتريين، وبذلك فلا يستطيع أي منهم التأثير في السعر السائد في السوق، كما أن جميع المنتجات المطروحة في السوق متجانسة فليس هنالك ميزة لبائع على آخر، ويكون الدخول والخروج من السوق متاحا للجميع الأمر الذي يجعل الأرباح قد تصل الى الصفر، ولكن إذا كان الإنتاج في إحدى الشركات يتميز بظاهرة وفورات الحجم الخارجية، فان هذه الشركة تستطيع خفض متوسط تكاليفها الإنتاجية لكي تكون تكلفة إنتاج السلعة أقل من السعر السائد في سوق المنافسة التامة وذلك بزيادة كمية الإنتاج وتوليد الربح لأنها تستطيع بيع كامل إنتاجها في سوق المنافسة التامة.

وقد ميز الكاتب السويدي Linder في دراسة بعنوان (مقال في التجارة والتمويل) عام 1961 لتفسير حجم التجارة بين البلدان المتقدمة المتماثلة في امتلاك عناصر الإنتاج، ميز بين

تجارة السلع الصناعية وبين تجارة المواد الأولية، وأوضح أن تجارة المنتجات المصنعة تحدث بين دول متشابهة في وفرة عناصر الإنتاج وغالبا ما تكون دولا متقدمة وصناعاتها متقدمة كذلك، في حين أن تجارة المواد الأولية تحدث بين دول نامية أو متخلفة وبين دول صناعية متقدمة، والسبب كما هو واضح أن المواد الأولية متوفرة في الدول النامية بكثرة وان حاجة هذه الدول إليها معدومة أو قليلة وعلى العكس من ذلك أن الدول الصناعية غالبا ما تكون مفتقرة الى المواد الأولية وفي نفس الوقت فان صناعاتها بحاجة ماسة الى هذه المواد الأولية وهذا لا يتعارض مع نظرية هيكشر أولين. إلا أن تطور صادرات المواد الصناعية (السلع المصنعة)، - كما يقول ليندر Linder - يعتمد على الطلب الداخلي، وهو ما يطلق عليه ب (الطلب الممثل) الذي له دور كبير في تحديد الميزة النسبية لسلع التصدير من خلال ما يأتي:

- توسع السوق: إذ بوجود الطلب المحلي فان المنتجين يقومون بالإنتاج لغرض سد حاجة هذا الطلب المحلي، ثم يستطيع هذا المنتج استخدام تكنولوجيا حديثة لغرض زيادة الإنتاج من أجل التصدير.

- مثالية السوق المحلية لحل الكثير من مشكلات المنتجين وتطوير أنواع جديدة من السلع وذلك بسبب الارتباط والتواصل بين المنتجين وبين المستهلكين.

- إن زيادة الطلب المحلي على السلع المنتجة محليا قد تقود الى تحقيق وفورات الحجم الاقتصادية والتي بدورها تستطيع خلق قدرة تنافسية في الأسواق العالمية.

تنص فرضية ليندر على أن البلدان إنما تقوم بتصدير السلع التي يكون لها أسواق محلية كبيرة ويقبل على شراءها غالبية المستهلكين المحليين وبذلك فان المنتجين سوف يكتسبون الخبرة والكفاءة بالإنتاج التي تؤهلهم لتصديرها الى الخارج. إلا أن هذه الفرضية قد أثبتت صحتها في الدولة التي ينتسب إليها ولكنها لم تستطع اجتياز الاختبار في بلدان أخرى تقوم بتصدير سلع الى الخارج ليس لها أي سوق محلية، مثل تصدير الصين لبعض الملابس العربية كالعقال واليشماغ والدشداشة، أو تصدير اليابان (التي لا تدين بالمسيحية) لشجرة الميلاد الصناعية بطاقات الأعياد الى الدول الأوروبية مثلا.

ثالثا: التجارة الدولية على أساس الفجوات التكنولوجية

بدأت التكنولوجيا منذ زمن ليس بالقصير باحتلال مركز مهم في تسلسل الأسباب التي تمنح الدولة ميزة نسبية في إنتاج بعض أنواع السلع، فلم يقتصر الدور فقط على توافر عناصر الإنتاج التقليدية (العمل ورأس المال والموارد الطبيعية) بل أضيف إليها اليوم عنصرا مهما هو (التكنولوجيا) التي أصبحت دورها كبيرا في تحديد حجم واتجاهات التجارة الدولية نظرا لاختلاف الدول بعضها مع البعض الآخر في المستوى التكنولوجي وخاصة في القطاع الصناعي، وبموجب هذا الأساس في التجارة الدولية (الفجوة التكنولوجية)، فإن الدول المختلفة تقوم بعقد صفقات تجارية كبيرة بينها لتزويد بعضها البعض بأنواع المنتجات الجديدة، أو بطرق إنتاجية حديثة، إذ أن قوانين حقوق الملكية الفكرية تعطي الدولة المخترعة أو الشركة المخترعة للسلعة الجديدة أو طريقة الإنتاج الجديدة احتكارا مؤقتا لإنتاجها لا يجوز للآخرين تقليدها أو إعادة إنتاجها إلا بعد حين من الزمن تحدده اتفاقات الملكية الفكرية لبراءات الاختراع، أو قيام الدولة أو الشركة الأخرى بشراء حق الامتياز من الدولة أو الشركة صاحبة الاختراع (صاحبة الامتياز). وتنشط الدولة صاحبة الاختراع أو الدولة صاحبة الامتياز بتصدير السلعة (أو الفكرة أو الكتاب الجديد) إلى الدول الأخرى طيلة المدة التي تؤمنها لها القوانين الدولية ذات الصلة.

وتعد الولايات المتحدة من أكبر الدول في براءات الاختراع وعليه فإنها تقوم باحتكار تصدير العديد من السلع الجديدة ذات المستوى التكنولوجي الرفيع Hi-Tec سنويا، ولكن بعد مرور المدة المحددة لحماية المنتج الجديد يكون المنتجين الآخرين قد تعرفوا على طريقة إنتاجه وعلى التقنيات الخاصة بإنتاجه فيبدؤون بإنتاجه لأسواقهم المحلية أولا ثم إلى أسواق الدول الأخرى، بل قد يقومون بتصديره إلى الولايات المتحدة نفسها عندما يتوقف المنتجون الأمريكيون عن إنتاجها والتوجه لإنتاج منتجات أحدث اعتمادا على براءات اختراع أحدث وهكذا تنشط عندئذ التجارة الدولية. إلا أن ما يؤخذ على هذا النموذج هو عدم توضيحه للأسباب التي تؤدي إلى حدوث مثل هذه الفجوات التكنولوجية بين الدول المختلفة.

رابعاً: التجارة الدولية على أساس دورة المنتج

يعد نموذج دورة المنتج أوسع انتشاراً وأعم من نموذج الفجوة التكنولوجية، وقد قام بتطوير هذا النموذج كل من بوزنر Posner و فيرنون Vernon، فقد أوضح بوزنر أن التجديد (أي إنتاج سلعة جديدة أو استخدام طريقة إنتاجية جديدة) قد يولد ميزة نسبية جديدة لدولة ما، وأن هذه الدولة سيكون باستطاعتها الاستفادة من هذه الميزة في توسيع صادراتها الى الأسواق الدولية طالما بقيت هذه الميزة بعيدة عن التقليد وطرح المنتجات المماثلة الى السوق الدولية، ولكن بوزنر لم يبحث عن الكيفية التي بموجبها سيتحقق ذلك في هذه الدولة أو تلك .

لذلك فقد حاول فيرنون الإجابة عن هذا التساؤل في مقال له نشر عام 1966، واستخدم في تحليله السلع التي تسمح باستبدال العمل محل رأس المال أو بالعكس والتي تنتجها الولايات المتحدة، وقد وضع إسماً لنموذجه تحت عنوان (دورة المنتج) أو دورة حياة المنتج، فالمنتج، أي منتج، يكون جديداً في البداية في أسواق الولايات المتحدة ويصبح كثير الاستعمال ثم ينتشر ويجذب انتباه الناس إليه في الدول الصناعية الأخرى وتكون الولايات المتحدة مصدراً لهذا المنتج.

بعد أن ينمو الطلب الأجنبي على هذا المنتج وتصل مبيعات الولايات المتحدة منه الى مستوى عالٍ وكافٍ، عندئذٍ سوف يغري ذلك الشركات الأجنبية (غير الأميركية) في الشروع بإنتاج هذا المنتج وتصديره بعد أن يصبح نمطياً في الولايات المتحدة وتبدأ صادراتها منه بالانخفاض لتقوم الدول الأخرى بإنتاجه وتصديره، بعد أن تتمكن هذه الشركات من فهم العملية الإنتاجية له فهما كاملاً وخفض تكلفته إنتاجه لديها عن طريق زيادة الإنتاج منه، ومن المحتمل إن تقوم هذه الشركات الأجنبية بإعادة تصدير المنتج (أي نوع المنتج) الى الولايات المتحدة نفسها وها يمثل نهاية دورة حياة المنتج لتلك السلعة لتبدأ سلعه أخرى بالأدوار نفسها، فالتوسع في إنتاج السيارات في الدول النامية مثل دول آسيا وأميركا اللاتينية على سبيل المثال، هو أمر يدعو الى التفكير بان صناعة السيارات أوشكت للتحويل الى صناعة نمطية (تقليدية) بينما كان إنتاجها في السابق مقتصر على الدول الصناعية المتقدمة.

قد ميّز فيرنون بين أربع مراحل لدورة حياة المنتج هي:

1) مرحلة الإنتاج الجديد: وفي هذه المرحلة يفترض أن التجديد والإنتاج يبدأان في الولايات المتحدة، ويبيع في أسواقها.

2) مرحلة الطلب الأجنبي على هذا المنتج الجديد: مما يؤدي الى زيادة صادرات الولايات المتحدة من المنتج الجديد.

3) مرحلة إنتاجه من قبل الشركات الأجنبية وتسويقه الى أسواقها المحلية والأسواق القريبة وبالتالي انخفاض حجم الصادرات الأميركية له.

4) مرحلة قيام الولايات المتحدة الأميركية باستيراده من الدول التي أصبحت منتجا كبيرا له وبأسعار تنافس الأسعار الأميركية، وهي مرحلة نهاية دورة المنتج.

لا بد هنا من الإشارة الى أن دورة حياة كل منتج تختلف عن مدتها الزمنية عن دورة حياة المنتجات الأخرى تبعا لنوع المنتج ومدة حمايته الفكرية وسرعة التعرف على طريقة إنتاجه وتكييف التكنولوجيا اللازمة لإنتاجه وغير ذلك من الأسباب التي تزيد أو تقلل من المدة الزمنية لدورة حياة المنتج.

المطلب الثاني: علاقة التجارة الخارجية بالنمو الاقتصادي.

لقد تطرقت الأدبيات الاقتصادية بشكل كبير لعلاقة التجارة الخارجية بالنمو الاقتصادي، وحقيقة أن التجارة الخارجية تفيد الدول عامة والنامية منها على وجه أخص من خلال إتاحة إمكانية الرفع من مداخيلها من العملة الصعبة، زيادة على أن التوجه الخارجي يقود إلى كفاءة عالية في استخدام الموارد. وفي هذا المطلب سنورد أهم الجوانب التي تربط العلاقة ما بين التجارة الخارجية والنمو الاقتصادي.

الفرع الأول: أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي

ما من شك أن التوسع في التجارة مع العالم الخارجي ينطوي على جملة من الآثار على الوضع الاقتصادي للدول. وأن هذه الآثار قد تكون إيجابية تزيد من أهمية التجارة الخارجية بالنسبة

للعلمية التنموية، كما يمكن أن تكون سلبية مما يستوجب اتباع جملة من الإجراءات بغرض تفعيل دور التجارة الخارجية في تحقيق النمو الاقتصادي المنشود.

أولاً: أهمية التجارة الخارجية بالنسبة للتنمية الاقتصادية

إن أهمية التجارة الخارجية كمنشأ اقتصادي تتأكد من كون أن التجارة الخارجية تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي، فالظروف الاقتصادية الدولية لها دور بارز في التأثير على النمو، ومن بين أبرز تأثيرات التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي نذكر ما يلي:

1) إذا كان ولا بد من إقامة المشاريع الاستثمارية اللازمة لإحداث التنمية الاقتصادية المنشودة ومن ثم توليد معدلات نمو اقتصادي مرتفعة. فإن التجارة الخارجية من خلال الاستيراد، تلعب دوراً كبيراً من حيث توفير رؤوس الأموال الانتاجية (من آلات ومعدات ومكائن... الخ) وكذا المنتجات نصف المصنعة التي تستعمل في إقامة هذه المشروعات، والتي تؤدي إلى ارتفاع الدخل الوطني. ويلاحظ أن الدول النامية عادة ما تشهد ارتفاعاً في وارداتها من هذه السلع الرأسمالية ونصف المصنعة لعدم القدرة على انتاجها محلياً، ولكون غالبية هذه الصناعات تركيبية.

2) تساهم التجارة الخارجية في توفير السلع الاستهلاكية من خلال الاستيراد كنتيجة للنمو الحاصل في حجم الانتاج والدخول، والذي يتمخض عن زيادة في فرص العمل، خاصة وأن الطاقة الانتاجية في الدول النامية غير قادرة على توفير هذه المتطلبات الاستهلاكية.

3) تعمل التجارة الخارجية (ومن خلال الاستيراد دائماً) على توفير متطلبات السكان من المنتجات الغذائية الناجمة عن انخفاض انتاجها محلياً، بسبب هجرة العمالة للقطاع الزراعي نحو القطاعات الأخرى، خاصة الصناعية والخدماتية التي تتطور يوماً بفعال البرامج التنموية المطبقة.

4) إن أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي قد يكون سلاحاً ذو حدين، وقد يُحْدُ منه أكثر مما يساهم في رفعه. فالنمو الاقتصادي وما يرافقه معه من تحسن نسبي في متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني وبالتالي تحسن المستويات المعيشية في مختلف جوانبها الثقافية والاجتماعية، قد تؤدي إلى ظهور أنماط ذات نزعة استهلاكية أكثر من تلك السائدة من

قبل، وهذا يكون كنتيجة للتطور الكمي والنوعي في الإعلان بكافة وسائله وأشكاله. وأمام هذا التوجه نحو الاستهلاك تسعى الدول المتقدمة لفتح أسواق الدول النامية أمام منتجاتها. وهنا تبرز أهمية الدور الذي يجب أن تلعبه التجارة الخارجية في التعامل بكامل الحيطه والحذر مع هذا النهج من قبل الدول المتقدمة، لأن إغراق أسواق الدول النامية بالسلع المختلفة تضعف من الأرصدة النقدية المتاحة للادخار والاستثمار في الدول النامية وبالتالي تراجع معدلات النمو.

(5) إن الامكانية التي تتيحها التجارة الخارجية من خلال التوسع في النشاط الانتاجي للمؤسسات المحلية، بفضل تصريف منتجاتها في الأسواق الخارجية يساهم بشكل أفضل في الرفع من الناتج الوطني الاجمالي، وبماديات أوسع تفوق وبكثير تلك الانجازات التي كانت لتتحقق فيما لو تم الاعتماد على السوق المحلي. فتوسيع الانتاج يمكن المؤسسات المحلية العاملة من الاستفادة من وفورات الحجم التي لا يمكن أن يوفرها السوق المحلي في الدول النامية، والذي يعرف بضيقه كنتيجة لانخفاض الحجم السكانية وضعف القدرة الشرائية. كما تستفيد هذه المؤسسات من تحسن مداخيلها بتطوير قدراتها باعتماد بحوث التطوير، كما تستخدمها في استقطاب القدرات الإدارية والتنظيمية الحديثة وهو ما ينعكس على معدلات النمو في الأمد المتوسط والطويل.

ثانيا: التأثيرات السلبية للتجارة الدولية على النمو الاقتصادي

كما أن للتجارة الخارجية آثارا إيجابية ذات أهمية على معدلات النمو الاقتصادي، قد تتسبب ذات الأداة في التخفيض من هذه المعدلات وشلها، وذلك عبر جملة من التبعات من خلال مزاوله العلاقة التجارية مع العالم الخارجي، يتمثل أهم هذه التبعات فيما يلي:

(1) قد تعمل التجارة الخارجية على استيراد التضخم من خلال الواردات، في ظل ظروف احتكارية أو شبه احتكارية. إما عن طريق الواردات الاستهلاكية، بحيث يؤثر ارتفاع أسعارها على القدرة الشرائية للمحليين، وهو ما يدفعهم لسحب أرصدهم المدخرة بغرض تحسين القدرة الشرائية من جديد وعليه تتأثر الادخارات، وبالتالي الاستثمارات، ومن ثم يتراجع الناتج الوطني، وتقل

معدلات النمو الاقتصادي. أو قد تكون هذه الواردات من السلع الاستثمارية، مما يرفع من تكاليف التوسع في المشروعات الاستثمارية وتقل ربحيتها، وبالتالي تتأثر عملية تراكم رأس المال ومن ثم تتراجع معدلات النمو الاقتصادي.

2) قد تتسبب التجارة الخارجية من خلال ما يتم استيراده من العالم الخارجي من منتجات في خلق منافسة للمنتجات المحلية في السوق المحلي، هذه المنافسة والتي تكون غير متكافئة إذا كانت من منتجات الدول المتقدمة في أسواق الدول النامية، وهنا تكون التجارة الخارجية قد تتسبب في إعاقة النمو. فالتجارة الخارجية في كثير من الأحيان ما تنطوي على آثار إيجابية لصالح الدول المتقدمة في تعاملاتها مع الدول النامية.

3) تؤدي التجارة الخارجية في ظل التخلف الذي تعرفه الأجهزة الإنتاجية في الدول النامية إلى دفع هذه الدول إلى تصدير المواد في حالتها الأولية بأسعار منخفضة، كنتيجة لعدم القدرة على تصنيعها محلياً، وتحت ضغط الحاجة الماسة للنقد الأجنبي لمواجهة فواتير الاستيراد. وهو ما يجعل الاستفادة من هذه الموارد أقل، لأنه لا يحقق لدى هذه الدول قيمة مضافة، من خلال تحويل هذه الموارد من شكلها الخام إلى شكل مصنع بفعل الصناعة التحويلية. خاصة وأن القيمة المضافة المتولدة بفعل تصنيع المواد الأولية تفوق وبكثير القيمة المضافة المتولدة في الإنتاج الأولي ذاته. يضاف إلى هذه الخسائر أن الدول النامية تعيد استيراد المواد المصنعة نهائياً من الدول المتقدمة بأسعار مرتفعة في ظل ظروف احتكارية أو شبه احتكارية، فتتحقق وللمرة الثانية الخسارة للدول النامية، وبالتالي تتأثر الفوائض المالية المحققة والتي يفترض توظيفها في زيادة الاستثمار وزيادة الإنتاج وبالتالي تتراجع معدلات النمو الاقتصادي.

الفرع الثاني: استراتيجيات التجارة الخارجية من أجل النمو الاقتصادي

نسعى في هذه الفقرة إلى طرح المناقشات الحادثة بين المتفائلين بخصوص التجارة أي أنصار حرية التجارة، والمتشائمين الذين يرون في تقييد التجارة وحماية الإنتاج الوطني السبيل الأمثل للدول النامية. ثم التأكيد على ضرورة التوجه نحو الخارج كسياسة من أجل تحقيق النمو الاقتصادي، من خلال التعرض للمدخلين الفيلسفيين لسياسات التنمية، ابتداءً بالنظرة المعتمدة على الخارج

(استراتيجية تنمية الصادرات)، من خلال إبراز أهم مرتكزات هذه النظرة وطرح آراء المؤيدين لهذه النظرة، ثم استعراض النظرة المعتمدة على الداخل وآراء المناصرين (استراتيجية إحلال الواردات)، ثم بعد ذلك إجراء مقارنة بين وجهتي النظر والوقوف على أوجه التشابه والاختلاف، مع إبراز أي النظرتين كانت أكثر نجاعة من خلال التجارب العالمية، وعلاقة ذلك مع الظروف والمستجدات العالمية الراهنة.

أولاً: استراتيجية تشجيع الصادرات

إن عرض الصادرات سواء من المواد الأولية الخام أو من المنتجات التامة الصنع يعد من المكونات الأساسية لأي سياسة تنمية تنتجها الدول. فالدول المستعمرة في كل من أفريقيا وآسيا تعد من المناطق الأولية التي راھنت على التطلع نحو الخارج، وذلك من خلال مناجمها المملوكة للأجانب إضافة إلى مقدراتها الزراعية، ولهذا فهذه النظرة كانت في بادئ الأمر كرد فعل لهيكل اقتصادي يمتلك مؤسساته وأراضيه أجنبي، وكرد فعل أيضاً في مقام ثانٍ لتحيز تصنيعي لهذه الدول في سنوات الخمسينيات والستينيات. فقد كان التركيز ينصب أولاً على إنتاج منتجات تامة الاستهلاك المحلي ثم بعد ذلك محاولة تصدير الفائض إلى العالم الخارجي.

ومن هنا سنتطرق لدراسة إمكانية تنمية الصادرات في الدول النامية من ناحية التوسع في تصدير المواد الأولية، ومن ثم القدرة على توسيع الصادرات تامة الصنع¹.

1) التوسع في الصادرات من السلع الأولية

تشكل المنتجات الزراعية والمواد الأولية الخام معظم صادرات الدول النامية محدودة الدخل، ومعظم إيراداتها تعتمد على تلك الصادرات. وعبر مر التاريخ نمت هذه الصادرات بشكل أكثر بطناً كنسبة إلى إجمالي التجارة العالمية، هذه الصادرات تشكل مصدراً لغالبية الدول النامية من النقد الأجنبي، فضلاً عن كون نصيب الدول النامية من هذه الصادرات لا يزال مستمراً في الانخفاض على مدار العقود القليلة الماضية. إن هذا الأمر يحتاج في دراسته إلى تسليط الضوء على كل من العوامل التي تؤثر على عرض وطلب هذه الصادرات من المنتجات الأولية.

¹ تودارو ميشيل. ب، التنمية الاقتصادية، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 557-558.

أ. بالنسبة لجانب الطلب:

إن من الأسباب والعوامل التي تعوق النمو والتوسع السريع في الطلب على المنتجات الأولية للدول النامية في الأسواق المتقدمة والتي تعد الأسواق الأساسية لهذه الدول، وبالحُصوص المنتجات الزراعية منها، نجد عدة عوامل أساسية منها¹:

1. مرونة الطلب الداخلية: تعتبر مرونة الطلب الداخلية على المنتجات الزراعية والمواد الخام منخفضة جدا. فنجد أن مرونة الطلب الداخلية على السكر والكاكاو والشاي والقهوة والموز جميعها قدرت بأقل من 1 بمتوسط (0.3، 0.5)، بمعنى أن الطلب الخارجي عليها غير مرن. فهذا يعني انخفاض الإيرادات المتحققة من خلال الاتجار بها، إضافة إلى أن أي زيادة مستمرة حاصلة في دخول الأفراد في الدول المستوردة لهذه المنتجات والمواد الخام سوف لن تعطي فرصة لصادرات الدول النامية من المنتجات السابقة في التوسع وزيادة الانتاج، فمعدلات النمو المرتفعة التي حدثت في الستينيات لم تتسبب في رفع المنفعة والمكاسب آنذاك من منتجات المواد الأولية في الدول النامية.

2. معدلات نمو السكان في الدول المتقدمة: وصلت معدلات نمو السكان في الدول المتقدمة إلى مستوى الإحلال تقريبا، وبالتالي يترتب على ذلك زيادة ضئيلة جدا في الطلب على المنتجات من المواد الأولية.

3. زيادة الاحلال الخاص بالبدائل الصناعية محل المواد الخام الطبيعية: يعمل الإحلال الصناعي للسلع محل المواد والمنتجات الطبيعية مثل القطن، المطاط، الجوت، السيزال، وجلود الحيوان وحتى النحاس الأحمر مع ألياف الزجاج من أجل عمل شبكات الاتصال، عمل كالمكابح لأسعار السلع المصنعة، وأيضا كمصدر للمنافسة في أسواق التصدير العالمية. فالواقع يفيد بارتفاع نصيب البدائل الصناعية من إيرادات الصادرات العالمية وذلك بمعدل مستقر بمرور الوقت في حين أن نصيب المنتجات الطبيعية منها سجل انخفاضا.

¹ تودارو ميشيل. ب، التنمية الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 558-559.

4. نمو وزيادة الحماية الزراعية في الدول المتقدمة: إن زيادة لجوء الدول المتقدمة إلى الاجراءات الحمائية ضد المنتجات الزراعية للدول النامية في شكل تعريفات جمركية، حصص وعوائق غير تعريفية (مثل القوانين والاشتراطات الصحية في مجال استيراد الأطعمة والألياف)، كل هذه الاجراءات المعوقة للصادرات الزراعية للدول النامية من شأنها أن تحد من العوائد المرجوة من تصديرها. فاذا نظرنا مثلا إلى الاتحاد الأوروبي فهو يفرض تعريفات جمركية أكثر تمييزا من تلك التي كانت قبل قيام الاتحاد على صادرات الدول النامية من الأطعمة.

ب. بالنسبة لجانب العرض

أما بالنسبة لجانب عرض الصادرات من المنتجات الزراعية والموارد الاولية، نجد كذلك أن هناك جملة من العوامل التي تعيق نمو عوائد هذه الصادرات، ومن بين هذه العوامل نجد:

1. الخلل الهيكلي لنظام الانتاج الريفي: ففي كثير من الدول الأقل نموا يعتبر الخلل الهيكلي لنظام الانتاج الريفي عاملا مهما في تدني عوائد الصادرات من المواد والسلع الأولية، وقد يعود هذا الخلل الهيكلي لأسباب منها محدودية الموارد، سوء المناخ، التربة السيئة، هياكل الربط المؤسسية الاجتماعية والاقتصادية، والطرق العقيمة لتملك الأرض، ومن هنا ينتظر أن تكون استجابة العرض المحلي للصادرات ضعيفة جدا مهما كان حجم الطلب عليها في ظل هذه الاختلالات المذكورة، وبالتالي ينعكس ذلك على إيرادات هذه الصادرات.

2. مجالس التسويق وتقييد العملية التصديرية: قد يحدث في بعض دول العالم النامي أن تساهم مجالس التسويق في عملية التصدير، من خلال اجبار المزارعين على بيع بضائعهم بأسعار عادة ما تكون أقل من أسعارها الحقيقية في السوق العالمي، فيما يسمى بنظام "التوريد الاجباري" وهو ما تسبب في الغاء الحافز على زيادة الانتاج وتراجع العوائد التصديرية.

3. السياسات التجارية للدول المتقدمة: تعمل السياسات التجارية التي تتبعها الدول المتقدمة اتجاه الدول النامية (مثل حصة سكر الولايات المتحدة)، وسياسات المساعدات الأجنبية التي تؤدي إلى تخفيض الأسعار الزراعية في الدول النامية، وبالتالي تثبط من عملية الانتاج. فمثلا سياسة بيع اللحوم المدعمة لدول غرب إفريقيا التي قدمها الاتحاد الأوروبي

كمساعدة أجنبية أثرت بالانخفاض على أسعار المواشي، مما أثر على الإنتاج الحيواني بهذه الدول.

وفي الأخير، فإنه وبغية لتشجيع الصادرات من المنتجات الدولية، يجب أن يتم إعادة تنظيم الهياكل الريفية الاقتصادية والاجتماعية، فاستراتيجية التنمية في الدول النامية، يجب أن تركز في المقام الأول على تحقيق الاكتفاء الذاتي، ثم بعد ذلك التوجه نحو توسيع الصادرات. غير أنه ولتتمكن الدول النامية من حصد مكاسب ميزات النسبية في أسواق المنتجات الأولية العالمية فإنه يجب ما يلي:

- تعاون تلك الدول المستوردة مع المنتجة والمصدرة للمواد الأولية؛

- قيام الدول المتقدمة بمساعدة تلك الدول المصدرة في تنفيذ اتفاقيات سلع دولية عملية،

كما جاء في مؤتمر الاونكتاد في نيروبي كينيا في ماي 1976؛

- تأمين عملية الدخول إلى أسواق الدول المتقدمة بشكل سهل من خلال تخفيف القيود

المفروضة؛

- لكن نخلص إلى أنه في ظل هيكل الطلب العالمي على المنتجات الأولية، والنقص في الغذاء

محليا لدى الكثير من الدول الفقيرة، وبالتالي السعي نحو تحقيق الاكتفاء الذاتي الزراعي، وأمام

ضرورة إحلال مواد خام صناعية محل الخامات الطبيعية، وأمام الحماية التي تتبعها الدول

المتقدمة لحماية أسواقها من المنتجات الزراعية، يمكننا القول بأن إمكانية التوسع في الصادرات

من المواد والسلع الأولية تبقى محدودة للغاية.

2) التوسع في الصادرات من المنتجات تامة الصنع

عمل التوسع الحاصل في صادرات الدول النامية من المنتجات تامة الصنع على تخفيف الأداء

التصدير في العديد من الدول النامية، مثل كوريا الجنوبية، سنغافورة، هونج كونج، تايوان،

المكسيك، والبرازيل خلال الخمسة عقود الماضية. فصادرات تايوان شهدت ارتفاعا بمعدل سنوي

يفوق 20 بالمئة، وكذلك كوريا الجنوبية، بحيث نمت الصادرات بأسرع من ذلك. وكان السبب في

كلتا الحالتين يعود إلى نمو الصادرات من السلع تامة الصنع، والتي ساهمت بما يزيد عن 80 بالمئة من عوائد الصرف الأجنبي للدولتين.

أما إذا اعتبرنا العالم النامي برمته، فإن الصادرات من السلع تامة الصنع نمت من واقع 06% من إجمالي الصادرات السلعية سنة 1950 إلى حوالي 45% سنة 1991. على الرغم من هذا النمو فإن نصيب الدول النامية من الصادرات المصنعة، ظل ثابتا نسبيا ولو أنه شهد ارتفاعا من 07% عام 1965 إلى 18% عام 1990.

إن هذا النمو الحاصل في الصادرات المصنعة خلال الخمس عقود السابقة، فتح مجالا واسعا أمام مجادلات نشأت بين معارضي النظرية الكلاسيكية الجديدة ومؤيدي التوجه للخارج، خاصة اقتصادي البنك الدولي وصندوق النقد الدولي، والذين يرون بأن النمو الاقتصادي يتحقق من خلال تكريس قوى السوق، وتحرير التجارة والانفتاح الاقتصادي في ظل تدخل محدود للدولة في النشاط الاقتصادي.

لكن الحقيقة التي جاءت بها نهضة اقتصاديات شرق آسيا لا تدعم كثيرا تلك الوجهة، فالنسبة لكوريا الجنوبية وتايوان وسنغافورة واليابان نجد أن الانتاج وهيكل الصادرات لم يترك للسوق ولكن كان نتيجة تدخل حكومي محكم التخطيط.

لقد استطاعت الصادرات من المنتجات تامة الصنع بفضل مرونتي الطلب الداخلية والسعرية (والتي بطبيعة الحال هي أعلى من تلك المرونات على المنتجات من المواد الأولية الخام والمنتجات الزراعية) أن تضمن لنفسها تغلغلا ناجحا في أسواق الدول المتقدمة، لانخفاض تكلفتها كنتيجة لاعتمادها الكبير على عنصر العمل، والذي يتوفر بكثرة في هذه الدول وبتكلفة أقل مقارنة مع الدول المتقدمة وهو ما سمح للدول النامية من تحقيق إيرادات أكبر.

إلا أن المنتجات التامة الصنع للدول النامية، لم تسلم هي الأخرى مثلها مثل الصادرات من المواد الأولية الخام من العوائق والمشاكل في الوصول إلى الأسواق العالمية. بسبب الممارسات الحمائية للدول المتقدمة وغلق أسواقها في وجه منتجات الدول النامية. فمثلا خلال الثمانينات قامت 20 دولة من أصل 240 دولة مصنعة بزيادة حمايتها ضد صادرات الدول النامية، عن

طريق فرض التعريفات الجمركية على الكاكاو المجهز ضعف التعريفات الجمركية المفروضة على الكاكاو الخام، الأمر الذي يجعل من صادرات الدول النامية من الشوكولاتة غير منافسة. كذلك وعلى سبيل المثال السكر الخام تفرض عليه تعريفات جمركية تقل عن 02%. بينما يلاقي السكر المكرر القادم من الدول النامية تعريفات جمركية تفوق 20%. يضاف إلى هذه القيود غير التعريفية والتي أثرت هي الأخرى بشكل سلبي على صادرات الدول النامية من السلع تامة الصنع، ومن هذه القيود غير التعريفية نجد اتفاقية الألياف (MFA)، وقد قدر برنامج الأمم المتحدة للتنمية تكاليف هذا النظام على دول العالم الثالث بـ 24 مليار دولار سنوياً، في شكل خسارة في مكاسب المنسوجات ومكاسب صادرات الغزل والنسيج والملابس الجاهزة.

بشكل عام فإن القيود المفروضة من الدول المتقدمة على صادرات الدول النامية تكلف هذه الأخيرة 40 مليار دولار سنوياً، وتخفف من ناتجها الإجمالي المحلي بما نسبته 03%، وأنه في حال رفعت هذه القيود فإن صادرات الدول النامية تامة الصنع قد تنمو بما يقدر بـ 30 أو 40 مليار سنوياً.

لكن ورغم هذه القيود، يبقى للصادرات من المنتجات تامة الصنع القدرة على تحقيق الإيرادات التي تلزم العملية التنموية من العملة الصعبة، والابتعاد عن هدر الموارد الطبيعية وعدم الاستغلال الأمثل لها، وهذا لن يتأتى إلا من خلال التأكيد على الجودة ورفع القدرة التنافسية لهذه المنتجات. كما أن هناك مجالاً أوسع للتجارة التعاونية والتبادل المريح في الصناعات في مابين الدول النامية ذاتها، من خلال التكامل الاقتصادي التدريجي والتجارة جنوب جنوب.

ثانياً: استراتيجية إحلال الواردات

1) تعريف سياسة إحلال الواردات¹

تعرف استراتيجية إحلال الواردات بأنها "تلك الاستراتيجية التي تسعى لمحاولة إحلال محل السلع المستوردة عادة، سلعا استهلاكية تامة الصنع بوسائل محلية للإنتاج والعرض".

¹ محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، التنمية الاقتصادية دراسات نظرية وتطبيقية، الدار الجامعية، الاسكندرية،

لقد تم اللجوء إلى هذه الاستراتيجية من قبل الدول النامية في سنوات الخمسينيات والستينيات أين عرفت أسواقها العالمية من المنتجات الأولية تراجعاً في العوائد، كما شهدت موازين المدفوعات لهذه الدول عجزاً في موازينها التجارية. وكانت الحجج في ذلك كون أن التصنيع يعتبر ذا أهمية كبرى لاقتصاديات الدول، بالإضافة إلى حجة شروط التجارة التي أشارت إليها نظرية كل من "بريبيش-سنجر". ولا تزال العديد من الدول تتبع هذه الاستراتيجية لأسباب سياسية واقتصادية. فهي تعمل على تنمية الانتاج المحلي لأغراض الاستهلاك المحلي عوض استيراده من الخارج. وذلك بالرغم من ارتفاع تكلفة الفرصة البديلة، وهو ما يعيبه اقتصاديو البنك العالمي وصندوق النقد الدولي على أنصار هذه الاستراتيجية.

بالرغم من التكاليف الأولية الباهضة لإنشاء القاعدة الصناعية التي تعمل على إنتاج سلع الإحلال مقارنة بتكاليف الاستيراد، إلا أن الأساس المنطقي المؤيد لهذه الصناعات، هو أن لديها القدرة على جني الثمار في ظل توفر اقتصاديات الحجم، وما لها من القدرة على تدنية التكاليف (وهو ما يطلق عليه بحجة الصناعة الوليدة). أو يتم تبريرها أيضاً بأن ميزان المدفوعات سوف يشهد تحسناً بتخفيض الواردات. كما يمكن أن تنمو تلك الصناعات الناشئة وتصبح قادرة على المنافسة في الأسواق العالمية وقادرة على توليد عوائد صافية من النقد الأجنبي.

2) سلبات استراتيجية إحلال الواردات

قد يتسبب نهج استراتيجية الواردات في نتائج عكسية. فقد لا تستطيع الصناعات الناشئة التخلي عن الحماية لقدرتها المحدودة في المنافسة العالمية، كنتيجة لارتفاع تكاليف إنتاجها وعدم قدرتها على التحكم فيها، وبالتالي تقل قدرتها على اختراق أسواق الصادرات في غياب الدعم الحكومي لهذه الصناعات.

كما قد تؤدي هذه الاستراتيجية إلى سوء توزيع العوائد، وإلى خلق مشاكل هيكلية في الاقتصاد، كسياسة سعر العملة المرتفع اصطناعياً، وتشجيعها لاستعمال المدخلات المستوردة المعفية من الرسوم الجمركية، الأمر الذي يؤدي إلى اتساع فجوة العملات الأجنبية. أما في حالة ما إذا كانت هذه السلع المستوردة من السلع الرأسمالية معفية كلياً أو جزئياً من الرسوم والضرائب الجمركية، فهذا قد يجعل من

الاستثمار ذا كفاءة في رأس المال بشكل مبالغ فيه، فترتفع نسبة رأس المال إلى الناتج فينخفض معدل النمو المتولد عن كمية معينة من المخدرات، وبالتالي تتسبب هذه الاستراتيجية في إهمال استخدام العمل بكثافة في صناعة إحلال الواردات.

حتى سن قوانين تحديد أجور العمال الدنيا، والضمان الاجتماعي، وفرض صرامة على طرد العمال، من شأنها أن ترفع من تكاليف العمل. وعندما يواجه المستثمرون المنافسة الخارجية كثيفة رأس المال منخفضة التكلفة وعمالة مرتفعة التكلفة، بطبيعة الحال فهم سيفضلون التكنولوجيا كثيفة رأس المال على الرغم من وفرة العمل، وبالتالي يتطلب الأمر من المستثمرين في الدول النامية مزيداً من الجهود لجلب تكنولوجيا تستخدم عنصر العمل بكثافة.

الفرع الثالث: علاقة الصادرات بالنمو الاقتصادي

يرتبط النمو الاقتصادي بشكل وثيق مع الصادرات، وهو ما يفسر الاهتمام الكبير بنشاط التصدير في الفكر الاقتصادي تاريخياً. كما أن هناك جملة من الدراسات القياسية تمت لتحديد مدى الترابط بين الصادرات والنمو الاقتصادي، من خلال عدة زوايا مثل قيمة الصادرات، هيكل الصادرات، تركيز الصادرات. وفي هذه الفقرة سنسعى إلى إبراز هذه العلاقة وبعض الدراسات التي اهتمت بقياسها.

أولاً: تطور الاهتمام بالتصدير في الفكر الاقتصادي

1) الصادرات في الفكر الماركنتيلي

يعد الفكر الماركنتيلي الذي ساد خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر أول من اهتم بقطاع التصدير تاريخياً، حيث اعتبر كقطاع ريادي محفز للاقتصاد، وذلك في كتابات لأهم رواد هذا الفكر من أمثال "Colbert" و "Mun" و "Petty". فقد كان التجاريون يرون في تكوين فائض مستمر للصادرات المصدر الرئيسي لتعزيز القدرة الشرائية التي تستطيع بها الدولة توفير احتياجاتها من الخارج، لذلك شجعت السياسة التي اتبعتها هؤلاء تطبيق نظم إعادة التصدير من أجل إنعاش حركة

الصادرات، كما أخذوا بنظام الدروبك¹ والمستودعات والمنطق الحرة، والاعفاءات الضريبية والاعانات لتشجيع الصناعات التصديرية².

2) الصادرات في الفكر الكلاسيكي

انتقد الكلاسيك التجاريين في سعيهم لفرض قيود على التجارة الخارجية، من خلال الحد من الواردات والتوسع في الصادرات بشكل يتنافى والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة للاقتصاد. فلقد نادى الاقتصاديون الكلاسيك بالحرية الاقتصادية التامة في التجارة الخارجية، والتي تعتمد على فكرة التوازن الاقتصادي التلقائي. وبذلك فهم يرون عدم وجوب تدخل الدولة في التجارة الخارجية. أبرز مفكري هذه المدرسة هو "أدام سميث" الذي جاء بفكرة التقسيم الدولي للعمل كل ما ازداد حجم السوق، وبالتالي فهو ينظر إلى التجارة الخارجية على أنها الأداة التي بموجبها يتم توزيع الفائض من الانتاج. ولقد أضاف الاقتصادي "ريكاردو" إلى أن الدولة تخصص في إنتاج السلع على أساس النفقة النسبية وليس النفقة المطلقة كما أورد أدام سميث.

لقد أشار الكلاسيكيون إلى عدم تعارض التجارة الخارجية على أساس الميزة النسبية مع النمو الاقتصادي، أما الصادرات فقد أولاهها هؤلء اهتماما كبيرا في كتاباتهم، بحيث بينوا الدور الذي تلعبه في توسيع القاعدة الانتاجية، وكذا الفوائد التي تنشأ عنها من خلال تمكين الصناعات التصديرية من الانتاج لسوق أوسع وبالتالي الاستفادة من وفورات الحجم وتحقيق تزايد الغلة. إضافة إلى دور هذه الصادرات في تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد المحلية، ودرها في عملية تراكم رأس المال من خلال التشجيع على التوسع في النشاط التصنيعي عموما³.

3) الصادرات في الفكر الكينزي

في الثلاثينيات من القرن الماضي، وبعد أزمة الكساد التي عرفها العالم في العام 1929 نشرت النظرية العامة لـ "جون مينارد كينز"، وأصبح الأمر الشاغل للاقتصاديين والسياسيين وصناع القرار

¹ نظام الدروبك: هو نظام يتيح للمصدر استرجاع ما دفعه من حقوق جمركية كنتيجة لاستيراده مستلزمات إنتاج وآلات تدخل في صناعة السلعة المصدرة.

² محمود حسين وجدي، نشاط التصدير والانماء الاقتصادي بالبلدان النامية، دار الجامعات المصرية، 1973.

³ وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، مرجع سبق ذكره.

في الدول الغربية كيفية خلق "طلب فعال" والذي يحدد مستوى النشاط الاقتصادي، فدالة الطلب الكلي عند كينز تشتمل على المتغيرات التالية:

$$Y = C + I + G + (X - M)$$

يلاحظ على دالة الطلب الكلي لكينز على أنها تحتوي على صافي التصدير، كمتغير أساسي في المعادلة إلى جانب المتغيرات الأخرى للاستهلاك العائلي "C"، الاستثمار الخاص "I" والانفاق الحكومي "G".

كما أبرز كينز أيضا من خلال إسهامه الدور الذي يلعبه مضاعف الصادرات، والذي يعمل على زيادة الدخل بنسبة أكبر من نسبة الزيادات في قيمة الصادرات¹.

4) الصادرات في الفكر الاقتصادي الحديث

اختلفت أوجه نظر المفكرين الاقتصاديين المعاصرين للصادرات حول علاقتها بالنمو الاقتصادي. حيث يرى الاقتصادي "ماركس" استحالة قيام التجارة الخارجية بدور إنمائي في ظل الكيان الرأهن للعلاقات الاقتصادية الدولية التي تسيطر عليها القوى الرجعية للنظام الرأسمالي، وما تقوم به من استغلال ونهب لثروات الشعوب الفقيرة وما تستخدمه لذلك من وسائل القهر، فضلا عن المنافسة الحادة بين الدول الرأسمالية على مناطق النفوذ والأسواق.

أما "Myrdal" فإنه يرى أنه تجارة الدول النامية مع الدول المتقدمة، تعود عوائدها لصالح الدول المتقدمة، لكونها تمتلك صناعة قوية وتكنولوجيات حديثة متطورة لا تتوفر عليها الدول النامية، فالتجارة حسبه في هذه الظروف تؤدي إلى تعميق الفجوة بين المجموعتين. يضيف أيضا أن صادرات الدول النامية المعتمدة في غالب الأحيان على مواد خام وأولية تتميز بطلب عديم المرونة.

في حين يرى "Nurkse" بأن التجارة الخارجية تعتبر كأداة لنمو الاقتصادي، وأداة لتوزيع الموارد بشكل كفو، واستدل في نظريته هاته بالدور الذي لعبته التجارة الخارجية في كل من كندا، استراليا، جنوب افريقيا والأرجنتين. كما استبعد إمكانية تحقيق الدول النامية لنمو اقتصادي من خلال التجارة الخارجية، بالنظر لما تلقاه صادراتها من حواجز عديدة في أسواق الدول المتقدمة. فهو يرى بأن

¹ وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، الواقع والتحديات، مرجع سبق ذكره، ص 08.

الانسياق وراء تمتع بعض قطاعات التصدير بميزة نسبية كمبرر لتوجيه الموارد الاقتصادية الإضافية قد يؤدي إلى هبوط بالدخل الكلي الحقيقي للبلد، إضافة إلى تدهور معدلات التبادل في غير صالحه. بالنظر لما تواجهه صادرات الدول النامية حاليا في الأسواق الدولية من عقبات، وبالنظر أيضا لانخفاض مستوى الكفاية الانتاجية لديها مقارنة مع الدول المتقدمة. وهو الاحتمال الذي أطلق عليه بعض الاقتصاديين مصطلح "ظاهرة النمو المؤدي للإفقار"¹.

ثانيا: الصادرات ودورها كمحرك للنمو

يعتبر "دنيس روبنستون"² أول من أشار إلى أن الصادرات تعتبر كمحرك للنمو الاقتصادي في مقال نشره 1940، ثم جاءت محاولة "Nurkes" لإثبات أن للصادرات علاقة بالنمو المحقق بالدول المنتجة للمواد الخام في النصف الثاني من القرن التاسع عشر.

في العام 1970 أوضح "Belassa" وغيره من الاقتصاديين في دراسات لهم بأن نمو الصادرات ذا ارتباط وثيق مع الناتج المحلي الاجمال، وأن الدول التي تسجل معدلات كبيرة للنمو هي تلك الدول التي تميل إلى التوسع في صادراتها.

كما أوضح "Robert Emery" في دراسة أجراها سنة 1967، أن الشواهد قوية على وجود علاقة قوية بين تغير حجم الصادرات ومستوى النمو الاقتصادي. وهي علاقة تقوم على التأثير المتبادل أكثر من استنادها إلى مجرد التأثير السلبي من جانب واحد. الصادرات تعتبر عاملا أساسيا في تحقيق النمو الاقتصادي، فزيادتها تبعث نموا شاملا في مستوى النمو الاقتصادي. وقد استخدم "Emery" في دراسته بيانات عن الناتج الوطني الحقيقي والصادرات وحساب المتحصلات الجارية سنويا في 50 دولة وذلك للفترة ما بين 1953 و 1963، كما استخلص نصيب الفرد من الدخل عن طريق ادخال أثر معدل النمو السكاني سنويا، وقد توصلت الدراسة إلى أن الارتباط بين الصادرات والنمو الاقتصادي قوي جدا بلغ 0.82، كما توصلت الدراسة إلى أن كل زيادة في الصادرات بمعدل 2.5% يترتب عنها زيادة بمعدل 01% في متوسط نصيب الفرد من الناتج الوطني.

¹ محمد حسين وحدي، نشاط التصدير والانماء الاقتصادي بالبلدان النامية، مرجع سبق ذكره، ص 97-98.

² دونيس هولم روبنستون: اقتصادي انجليزي، درس الاقتصاد بجامعة كامبردج بلندن، ولد سنة 1890 توفي 1963.

وفي دراسة أخرى للاقتصاديين "Lawaence And Weinstien 1999"، فإن الدول التي تميل إلى تنمية صادراتها ينمو اقتصادها بشكل سريع ويتوافق هذا النمو بزيادة كبيرة في واردات هذه الدول. يرى "Gylze 1995" بأن الدول النامية لا يمكنها الانتاج بتكاليف منخفضة تؤهلها لتصدير منتجات تامة للسوق العالمي. هذا مقابل نمو في احتياجاتها من المواد الغذائية إلى حد لا يمكن تلبيته عن طريق الانتاج المحلي، فيتطلب الأمر استيراده من الخارج. كما يرى بأن بعض الدول تحتاج إلى مواد خام تتوفر عليها الدول النامية تقوم بتصديرها إلى الدول المتقدمة، وبالتالي تساهم العملية التصديرية في العملة التنموية بما تدره من عملات أجنبية، والتي تستعمل كعنصر من عناصر الانتاج، من خلال ما تمكن من اقتنائه من معدات رأسمالية وخبرات إدارية وفنية من الدول الصناعية. في ذات الصياغ "Tyler" في دراسته التي حلل فيها العلاقة بين النمو الاقتصادي وتوسع الصادرات والتي أجراها على 55 دولة نامية للفترة (1960-1977)، حيث قام بقياس ارتباط نمو انتاج المحلي الاجمالي مع كل من نمو الناتج الصناعي ونمو الاستثمارات ونمو الصادرات الكلية ونمو الصادرات الصناعية. وأظهرت النتائج أن معامل الارتباط بين الناتج المحلي الاجمالي والصادرات الكلية بالنسبة للدول النامية متوسطة في الدخل يساوي 49% حسب اختبار بيرسون و48% حسب اختبار "سبيرمان". أما بالنسبة للدول النامية غير النفطية، فقد سجل "Tyler" معامل ارتباط 55% إلى نمو في الناتج المحلي الإجمالي بمعدل 01%، أما بالنسبة للأقطار النامية غير النفطية فزيادة الصادرات بمعدل 18.6% تساهم في زيادة الناتج المحلي الاجمالي بمعدل 01%.

ثالثا: الاثار المضاعفة للصادرات

تعتبر الصادرات الطلب الأجنبي على السلع والخدمات والأصول الرأسمالية المنتجة في الدولة، فهي بذلك تعد حقنا داخل التدفق الدائري للدخل الوطني، أي كلما زاد حجم الصادرات ازداد حجم الطلب الكلي وهو ما يؤدي إلى زيادة حجم الدخل الكلي عن طريق المضاعف.

ولتبيان أثر المضاعف نقوم بتحليل واستخدام بعض العلاقات بالشكل التالي:

إذا افترضنا أنه يوجد بلد لا تربطه أي علاقة مع الخارج وبإهمالنا لنفقاته العامة يتحقق التوازن في هذا البلد في شكل علاقة مزدوجة.

$$Y = C + I \dots\dots\dots (1).$$

$$Y = C + S \dots\dots\dots (2)$$

حيث:

- Y : الناتج المحلي الاجمالي،

- C : الاستهلاك النهائي،

- I : الاستثمار،

- S : الادخار.

من المعادلة (1) و (2) نجد ان:

$$S = I \dots\dots\dots (3)$$

فإذا قمنا بفتح اقتصاد هذا البلد على العالم الخارجي ، تصبح المعادلة على الشكل التالي:

$$Y + M = C + I + X \dots\dots\dots (4)$$

بحيث :

- M : الواردات

- و X : الصادرات.

وحيث أن:

$$Y = C + S$$

تكون المعادلة (4) كما يلي:

$$C + S + M = C + I + X \dots\dots\dots (5)$$

باختزال C من طرفي المعادلة نحصل على :

$$S + M = I + X \dots\dots\dots (6)$$

من المعادلة (6) نخلص إلى أن الصادرات لها نفس أثر الاستثمار فهي تخلق مداخيل للاقتصاد

الوطني، كما أن للواردات آثارا مماثلة للادخار، فهي لا تسهم في خلق مداخيل للاقتصاد الوطني

بل تخلق مداخيل للعالم الخارجي.

وبتعظيم المعادلة (6) نحصل على:

$$\Delta S + \Delta M = \Delta I + \Delta X \dots\dots\dots (7)$$

وبقسمة طرفي المعادلة (7) على (ΔY) نحصل على:

$$\frac{\Delta S + \Delta M}{\Delta Y} = \frac{\Delta I + \Delta X}{\Delta Y}$$

أي:

$$\Delta Y = \frac{(\Delta I + \Delta X)\Delta Y}{\Delta S + \Delta M}$$

ثم:

$$\Delta Y = \frac{(\Delta I + \Delta X)}{\Delta S/\Delta Y + \Delta M/\Delta Y} \dots\dots\dots (8)$$

حيث ان: $\Delta S/\Delta Y$ و $\Delta M/\Delta Y$ يمثلان الميل الحدي للادخار والاستيراد على التوالي:

بناء عليه تصبح المعادلة (8) كما يلي:

$$\Delta Y = \frac{(\Delta I + \Delta X)}{s + m} \dots\dots\dots (9)$$

بغرض عزل أثر الصادرات على الناتج المحلي الخام (PIB) نفترض أن $\Delta I = 0$ لتصبح

المعادلة (9) كما يلي:

$$\Delta Y = \frac{\Delta X}{s + m} \dots\dots\dots (10)$$

بمعنى أن:

$$\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{1}{s + m} \dots\dots\dots (11)$$

وعليه: فإن الكسر هو مضاعف التجارة الخارجية، ويفيد أن كل زيادة في حجم الصادرات

سوف تؤدي إلى زيادة كبيرة في حجم (PIB)، ويكون أثر المضاعف كبيرا على الدخل كلما

كانت الميولات الحدية للادخار والاستيراد ضعيفة.

انطلاقاً مما سبق ذكره، فإن التصدير يعتبر من أهم العناصر الأساسية في الدورة الاقتصادية لأي بلد، لهذا أصبحت الدول تولي اهتماماً بالغاً لمؤسساتها لترقية صادراتها وتحسين نتائج موازينها التجارية وما يتبعه من استقرار في الأوضاع الاقتصادية وحتى السياسية، لا سيما الصغيرة والمتوسطة منها نظراً لما تكتسبه من ميزات وخصائص تجعل من هذه المؤسسات أكثر استجابة لرفع معدلات التصدير وتطوير تبادلات البلد مع العالم الخارجي. لذا سنحاول من خلال المطلب الموالي التطرق إلى تجارب بعض الدول في مجال النهوض بقطاع الم ص م، وذلك بأخذ عينات من العاملين، المتقدم والسائر في طريق النمو.

المطلب الثالث: التجارب الدولية في النهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أثبتت الاحصائيات اليوم أن كل اقتصاديات الدول تتركب من م ص م، والتي تصل نسبتها إلى 95% إلى 99%، وتهيمن على الإنتاج الصناعي والخدماتي للبلد. حيث أنها تمثل 63% من الشغل، 42% من القيمة المضافة، 34% من الاستثمارات وذلك في بلدان منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية. لذا سنحاول من خلال هذا المطلب تسليط الضوء على مختلف التجارب المتبناة من طرف الدول في النهوض بقطاع الم ص م في الدول المتقدمة في الفرع الأول ثم عن الدول السائرة في طريق النمو في الفرع الثاني.

الفرع الأول: تجارب الدول المتقدمة مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولاً: تجربة اليابان¹

تعتبر التجربة اليابانية في مجال إقامة وتنمية الم ص م واحدة من أغنى التجارب العالمية وهي بمثابة نموذج يمكن أن يحتذى به من قبل كل الدول الراغبة في تنمية اقتصادياتها من جهة والتغلب على مشاكل البطالة والفقر من جهة أخرى.

كانت أول خطوة لتشجيع تنمية وتطوير الم ص م في اليابان هي وضع تعريف واضح ومحدد لهذه المؤسسات ومنح الإعفاءات من الضرائب والرسوم ووضع القواعد والنظم التي تقوم

¹ خلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، مرجع سبق ذكره ص 106.

الحكومة اليابانية بموجبها بتشجيع هذا النوع من المؤسسات. وتعتمد الم ص م بشكل أساسي على الدعم المباشر من الدولة، والذي يتجلى في توفير المساعدات الفنية والتمويلية والإدارية والتسويقية لهذه المشاريع، وحماتها من الإفلاس بالسماح لها بالحصول على قروض بدون فوائد وبدون ضمانات.

في عام 1999 تم إنشاء الهيئة اليابانية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كهيئة تنفيذية لسياسات الدولة الخاصة بهذه المؤسسات، التي تهدف الى توفير المساعدات للم ص م سواء كانت مساعدات فنية أو تمويلية أو إدارية أو تسويقية عن طريق:

- إنشاء بعض المؤسسات التمويلية لتوفير التمويل والدعم اللازم للمشاريع الصغيرة والمتوسطة؛

- إلزام الشركات التي تحصل على مناقصات حكومية أن يكون نصيب الم ص م ليس بأقل من 30% من قيمة المناقصة؛

- تسهيل الحصول على قروض بنكية بشروط ميسرة، وإيجاد نظام ضمان القروض المقدمة للم ص م وتقوم به؛

- التأمين على المؤسسات الصغيرة خوفا من مخاطر الإفلاس، حيث تقوم بتطبيق هذه السياسة مجموعة من المؤسسات المالية والتأمينية، ويمكن للمشروع الصغير المساهمة بقسط تأميني يدفع شهرياً وتقوم بموجبه هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليابانية بسداد ديون المشروع الصغير المتعثراً؛

- إعداد برامج تدريبية إدارية وفنية خاصة بالم ص م يقوم بها معهد خاص بالمؤسسات الصغيرة؛

- قيام هيئات حكومية تعمل على تشجيع المشاريع الصغيرة على غزو الأسواق الدولية بمنتجاتها، وذلك بإقامة المعارض الدولية ومعاونتها على تسويق منتجاتها يلزم القانون جميع المنظمات الحكومية وشبه الحكومية بإتاحة الفرصة للمشاريع الصغيرة للحصول على العقود الحكومية؛

- الإعفاء من ضريبة الدخل لفترات زمنية محددة قابلة للتجديد، وتوفير نظام ضريبي يشجع على الاستثمار في إدخال التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الصغيرة، ونظام ضريبي آخر يشجع على إقامة الصناعات الصغيرة في المناطق النائية.

قد أدى دعم الحكومة الموجه نحو الم ص م إلى الإنتاج بجودة عالية تبعاً للمواصفات العالمية، مما أدى إلى اعتماد المشاريع الكبرى على إنتاج المشاريع الصغيرة بدلاً من استيرادها من الخارج. كما عملت الحكومة اليابانية على تشجيع المشاريع الكبيرة على التكامل مع الم ص م وتحديث ما لديها من آلات ومعدات وتنظيم العلاقة بين أصحاب المشاريع والعمال. هذا وقد ساعد التطور التكنولوجي الذي طرأ على الصناعة في اليابان أن أصبحت الصناعات الكبيرة تتخلى عن إنتاج الكثير من مكونات التصنيع وإسناد إنتاجها إلى مصانع أخرى صغيرة أكثر تخصصاً، مما يحقق لها وفر أكبر في تكلفة الإنتاج مع ضمان تحقيق جودة أعلى. من جهته، نص القانون المسمى "القانون الأساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، والذي يعتبر بمثابة دستور لهذه المؤسسات، على ضرورة القضاء على كافة العقبات التي تواجه المشاريع الصغيرة ومحاولة تذليلها. كما أن الم ص م تعمل من خلال أطر مؤسسية تقدم لها التراخيص وتمدها بالمساعدات الفنية والخبرة الاستشارية والتمويلية، وذلك من خلال وكالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة لوزارة الاقتصاد والتجارة والصناعة وهي الجهة المسؤولة عن تنمية الم ص م في اليابان.

ثانياً: التجربة الكورية (كوريا الجنوبية)

كان اقتصاد كوريا الجنوبية يعاني من التخلف والركود وذلك قبل نهضتها الاقتصادية حيث كان يتسم بخصائص من أهمها:

- اعتماد الاقتصاد الكوري على سلعة تصديرية واحدة وهي الأرز؛
- ندرة الموارد الاقتصادية بها؛
- ضيق المساحة القابلة للزراعة؛
- معاناتها من الهجرة المستمرة من الريف إلى الحضر؛

من هنا وضعت الحكومة الكورية في ذلك الوقت مجموعة من الخطط الاقتصادية بدأتها بخطة التنمية الاقتصادية الأولى من عام (1962 - 1966). كان أهم ما يميز خطط التنمية الكورية في مطلع الستينيات هو ارتباطها بتنمية الم ص م حيث قامت بما يلي:

- أنشأت بنكا متخصصا للصناعات الصغيرة والمتوسطة في أول أغسطس 1961، يهدف إلى دعم الأنشطة الاقتصادية للم ص م عن طريق تقديم قروض وتسهيلات ائتمانية بالعملات المحلية والأجنبية، وقبول الودائع بالمشاركة في رؤوس أموال المشروعات، وعمليات النقد المحلي والأجنبي، بالإضافة إلى تقديم الخدمات الاستشارية في الأعمال الإدارية والفنية.

- أنشأت هيئة تدعيم الصناعات الصغيرة والمتوسطة في سنة 1978 لمساعدة الحكومة في وضع السياسات الاقتصادية المرتبطة بتنمية الم ص م، والتي تقوم مهمتها على تحديث وسائل الإنتاج وتقوية الأنشطة التعاونية بين الم ص م، وإنشاء مدن صناعية وإقامة مجمعات صناعية بها، وتنمية الصناعات البيئية، بالإضافة إلى تقديم الخدمات الاستشارية الفنية والإدارية وتوجيه الصناعات الصغيرة والمتوسطة نحو التصدير.

- قامت الحكومة عام 1975 بسن قانون تشجيع التعاقد من الباطن مع الم ص م. كان من أهم الإجراءات التي اتخذت هو تخصيص منتجات بعض قطاعات الصناعة التحويلية واعتبارها منتجات للتعاقد من الباطن للم ص م مع الشركات الكبيرة. فكانت الشركات الكبيرة مطالبة أن تحصل على احتياجاتها من هذه الصناعات وتوريدها من الم ص م، وعدم إنتاجها في الشركات الكبيرة. وتزود المشاريع الكورية الصغيرة والمتوسطة الشركات الكبيرة بنحو 60% من احتياجاتها من الأجزاء والمكونات اللازمة لصناعاتها.

- سنّ قانون تشجيع شراء منتجات الم ص م عام 1981 من أجل تأمين التشغيل الدائم لهذه المشاريع، من خلال الشراء الحكومي لمنتجات المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة. وفقا لهذا القانون، فإن الحكومة والمنظمات العامة كانت مطالبة بعمل خطة سنوية لزيادة المشتريات من منتجات المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

- برنامج الدعم المخصص للمشاريع الصغيرة والمتوسطة عام 1983، والذي يتم بموجبه اختيار 1000 من المشاريع الواعدة كل عام، والتي لديها إمكانيات عالية للنمو والتطوير، وتقدم لها مختلف الحوافز والتسهيلات، وتحاط بمزيد من الرعاية والعناية. ويساهم هذا البرنامج في النمو السريع لهذه المشاريع بسبب المنافسة فيما بينها، حيث تحرص كل منشأة أن تكون من بين الألف منشأة التي تختار كل عام.

قد تباينت الإجراءات والسياسات التي تبنتها كوريا الجنوبية ونفذتها من وقت لآخر، ومن مرحلة إلى أخرى من التطور الاقتصادي للدولة، ولكن أكثر السياسات والإجراءات التي أثبتت كفاءة وفعالية في دعم الم ص م، يمكن اعتبارها كما يلي:

- **برامج تشجيع التصدير:** وضعت الحكومة السياسات واتخذت الإجراءات من أجل تشجيع صادرات هذه المشاريع، وكذلك شركات التصدير. فقد أقيمت مراكز دعم التصدير، من أجل تسهيل صادرات الم ص م. كما تم إنشاء الوكالة الكورية لتشجيع التجارة والاستثمار، والتي ساهمت هذه الوكالة في تشجيع الأنشطة التجارية للم ص م في الأسواق الخارجية.

- **تمويل الم ص م لتطوير تكنولوجيا جديدة:** طبقا لهذا البرنامج، تقوم المؤسسات المتخصصة في تقييم التكنولوجيا، بتقييم التكنولوجيا التي طورتها الم ص م، ومن ثم تضمن هذه المؤسسات قيمة هذه التكنولوجيا. بعد ذلك تقوم المؤسسات المالية بمنح القروض لهذه المشاريع، اعتمادا على نتائج التقييم التكنولوجي.

- **الدعم المالي:** تم في عام 1976 إنشاء الصندوق الكوري لضمان القروض، لمساعدة الم ص م التي تعاني من الافتقار الى ضمان للقروض لتمكينها الحصول على رأس المال المطلوب للقيام بالمشروع.

- **الحوافز الضريبية:** الحوافز الضريبية التي تمنحها الحكومة للم ص م تشمل ما يلي:

- إعفاء أو تخفيض ضريبي للم ص م الجديدة التي تقام خارج مناطق المدن، وفي المناطق

الريفية؛

- تخفيض قيمة ضريبة الدخل بنسبة 50% في نهاية السنة الأولى من إقامة المنشأة، ولمدة 05 سنوات.

ثالثاً: التجربة الفرنسية¹

تعتبر التجربة الفرنسية من أهم التجارب العالمية والمثيرة للاهتمام، حيث أن الوصول إلى الأسواق الدولية ليس بالضرورة من خلال المؤسسات الكبيرة لذلك نجد أن فرنسا تصدر قائمة دول الاتحاد الأوروبي من حيث عدد الم ص م، وعلى الرغم من صغر حجم هذه المؤسسات، إلا أنها استطاعت الوصول للعالمية، وأصبحت من أقوى المصدرين للسلع ذات الجودة العالمية مثل: السلع الغذائية، السيراميك، الألبسة السلع الزراعية، وغيرها من السلع الاستهلاكية. إذ تنتج الم ص م الفرنسية أكثر من نصف القيمة المضافة وتوظف 60% من الأجراء و65% من مجموع الأجراء الموظفين في مجمل المؤسسات. فهي تمثل محرك النمو والتشغيل. فمنذ 15 سنة استطاعت أن تخلق 1.8 مليون منصب شغل.

• عوامل نجاح التجربة الفرنسية في مجال تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يتركز سر نجاح الم ص م الفرنسية ومنافستها في الأسواق الدولية:

- عدم اعتبار الم ص م كيان مستقل، ولكن جزء من مجموعة مترابطة وذات علاقات متداخلة بين بعضها البعض.
- على الرغم من المنافسة الشديدة بين تلك المؤسسات، إلا أن هناك درجة كبيرة من التعاون والتنسيق حيث يتم تقسيم عملية الإنتاج إلى عدد من المراحل المحددة، تكون كل مجموعة من تلك المؤسسات مسؤولة عن واحدة منها. ويتيح هذا النموذج المرونة في العمل وتقليل وقت الاستجابة والذي لا تستطيع المؤسسات الكبيرة في بعض الأحيان توفيرها.

¹ د. عبد الله بلوناس، أ. دوار إبراهيم، دور الهيئات الحكومية في تدويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مرجع سبق ذكره.

- تتميز السياسات التي تهدف إلى تنمية وتطوير الم ص م بالمرونة والديناميكية بحيث تكون مفتوحة على أي شكل من أشكال التجمعات الصناعية التي تضمن تنافسية المنتجات سواء في الداخل أو الخارج، بالإضافة إلى ضمان الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي.
- السياسات الحكومية وخطط تقديم التسهيلات، حيث اهتمت الحكومة الفرنسية بالم ص م من خلال توفير البيئة الملائمة لنموها ومن أهم تلك الهيئات:

■ وزارة الصناعة:

تتركز مسؤوليتها في التالي:

- وضع المعايير الحكومية من أجل تطوير الاستراتيجيات الاقتصادية المختصة بالم ص م على حد سواء؛
- تنسيق الأنشطة الاقتصادية الوطنية سواء في الصناعة، التجارة والأعمال الحرفية؛
- توفير المساعدات المالية للم ص م.

■ وزارة البحث العلمي:

- تتركز مسؤوليتها في دعم مشاريع الأبحاث العلمية والتطبيقية وتطوير وسائل الإنتاج لتحسين جودته.
- القيام بدورات تدريبية لمسيري الم ص م؛
- نقل المعرفة العلمية للم ص م؛
- مشاركة هذه المؤسسات في برامج البحث والتطوير.

■ وزارة التجارة الخارجية:

- تعتبر وزارة التجارة الخارجية من أهم الجهات المشاركة في عملية دعم الم ص م حيث تعمل على وضع سياسات الدعم والمساعدات الخاصة بالتصدير والتجارة الخارجية، والتي من خلالها تهدف الحكومة الفرنسية إلى زيادة تنافسية المنتجات والخدمات الفرنسية على المستوى الدولي، وتشمل تلك السياسات في:

- إعطاء قروض للم ص م التي تنشط على المستوى الدولي؛

- تحفيز هذا النوع على القيام بعمليات التصدير؛
- متابعة المؤسسات الناشطة في السوق الدولية؛
- تشجيع المؤسسات الراغبة في عملية التدويل.

رابعاً: تجربة أمريكا

لقد انتهجت الولايات المتحدة الأمريكية سياسة واضحة بعد الحرب العالمية الثانية لدعم وتشجيع المنشآت الصغيرة. وقد وضعت أمريكا تعريفاً لهذه المؤسسات مختلفاً باختلاف النشاط الذي تعمل فيه المنشأة. وقد اتخذت أمريكا العديد من الخطط والبرامج الاستراتيجية لتحقيق التطور في قطاع المؤسسات الصغيرة منها:

- إنشاء العديد من المنظمات الحكومية لمساعدة وتطوير المؤسسات الصغيرة مثل: إدارة المشاريع الصغيرة وهي مؤسسة حكومية انشأت عام 1953، وتختص بتنفيذ السياسة القومية لإقامة وتنمية المشاريع الصغيرة، وتهدف إلى مساعدة أصحاب المشاريع الأمريكيين لإقامة وتشغيل مشاريع صغيرة ناجحة. وتقوم هذه الإدارة بتزويد المشاريع الصغيرة بالخدمات الاستشارية والمساعدات المالية، ويساعد في تقديم القروض لهذه المشاريع بشكل مباشر أو غير مباشر. فالقرض المباشر يتم بواسطة إدارة المشاريع الصغيرة نفسها، أما القرض غير المباشر فيتم عن طريق مؤسسة تسليف أخرى، ولكنها مضمونة بنسبة 90% من إدارة المنشآت الصغيرة.

- منح إعفاءات ضريبية للمشاريع الصغيرة تصل إلى 20%.

- مراكز تطوير المنشآت الصغيرة، المعاهد والجامعات: تعمل على تقديم استشارات وحلقات نقاش وتدريب وغيرها.

- إنشاء برنامج في وزارة التجارة لتشجيع زيادة المشاريع الصغيرة في التجارة الإلكترونية حيث يتبع هذا القسم 105 مركز تنتشر في جميع أنحاء أمريكا. وكان لهذا النشاط أثر في زيادة عدد المنشآت الصغيرة. ويتمثل دورها فيما يلي:

- منح القروض للمشاريع الصغيرة غير القادرة على توفير تمويل ذاتي وذلك بشروط معقولة وميسرة؛

- مساعدة المشاريع الصغيرة في بيع منتجاتها وخدماتها للحكومة الفيدرالية؛
- منح قروض للمشاريع القابلة للتأثر بالكوارث الطبيعية؛
- مساعدة المشاريع الصغيرة في تسويق منتجاتها وتصديرها للخارج؛
- تطوير وتنمية المهارات الإدارية والفنية لأصحاب المشاريع الحاليين والمتوقعين، من خلال توفير برامج تدريبية؛
- تقوم الإدارة بترخيص وتنظيم شركات الاستثمار الخاصة، التي تعنى بتقديم القروض للمشاريع الصغيرة والمتوسطة؛
- دعم المرأة ومساعدة الأقليات من أجل زيادة مشاركتهم في ملكية مشاريع صغيرة ومتوسطة. وللتوسع في توفير المساعدات الإدارية والاستشارية لأصحاب المشاريع الصغيرة في جميع الولايات على حد سواء، أقامت إدارة الهيئة مركزا في كل ولاية، بالإضافة إلى وجود مؤسسة ريادية عامة أو خاصة تقوم برعاية هذا المركز وإدارة برامجه، كما قامت الهيئة بتأسيس مكاتب للقطاع الخاص ليجمع بين موارد القطاع الخاص وموارد إدارة المشاريع الصغيرة، لزيادة فعالية برامج الهيئة، خاصة فيما يتعلق بتوفير التدريب الإداري والنشرات الإرشادية، بالإضافة إلى قيامها بالمساعدة في الحصول على عقود حكومية وعقود من الباطن والقيام بتمويل صادرات هذه المشاريع من خلال برامجها.

الفرع الثاني: تجارب الدول السائرة في طريق النمو في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولا: تجربة مصر في النهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹

حاولت مصر كبقية دول العالم، النهوض بقطاع الم ص م وتقديم الدعم لها من خلال مختلف الأجهزة المسخرة لذلك بهدف تشجيعها على النمو والتطور محليا وتشجيعها على التصدير للخارج، وذلك من خلال تهيئة الجو المناسب للمساعدة على نمو وتطور هذه المؤسسات من خلال:

¹ سمير زهير الصوص، رئيس قسم الابحاث والدراسات في وزارة الاقتصاد الوطني - الضفة الغربية - فلسطين وزارة الاقتصاد الوطني، بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، 2010.

- إنشاء هيئة مستقلة لإقامة وتنمية الم ص م تكون مهمتها تقديم الدعم المالي والفني لهذه المؤسسات، أو ضمان هذه المشروعات لدى الجهات التي تقدم هذه المساعدات كما تقوم بتقديم دراسات الجدوى الاقتصادية المتعلقة بهذه النوعية من المشروعات؛
- تسهيل إجراءات التعامل مع الأجهزة الحكومية ذات الصلة؛
- الحصول على بعض الإعفاءات الضريبية لمدد مناسبة؛
- التوسع في إقامة مركز تدريبية لتدريب عمال مهرة؛
- تشجيع الم ص م على الاهتمام بالتصدير عن طريق:
- منح مزايا تفضيلية من قبل الدولة للمؤسسات التي تقوم بالتصدير، سواء من الناحية التمويلية أو التسويقية؛
- تشجيع الم ص م على الاشتراك في المعارض بالخارج؛
- إصدار خطابات ضمان لهذه المشروعات تكون صالحة لدى مراسلي البنوك المصرية في الخارج ولتقديمها للمشتريين الخارجيين.

ثانياً: التجربة التونسية¹

تعرف الم ص م في تونس على أنها المؤسسات التي لا يفوق حجم استثماراتها ثلاثة ملايين دينار تونسي كما تعتبر المؤسسات الصغيرة هي المؤسسات الناشطة في قطاع الصناعات التقليدية والمؤسسات الأخرى التي لا يتجاوز حجم استثماراتها 50 ألف دينار تونسي، ويفيد توزيع نسيج المؤسسات في تونس حسب طاقة التشغيل بأهمية الم ص م في النسيج الاقتصادي. حيث أن المؤسسات التي تشغل أقل من عامل أجير تمثل ما يناهز عن 97% من مجموع المؤسسات. عملت تونس على توفير المناخ المناسب لمؤسساتها من أجل تنميتها وذلك بإنشاء عدة أجهزة دعم وتسطير برامج شأنها في ذلك شأن الدول الأخرى.

أ. أجهزة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التونسية:

تمثل أهم أجهزة الدعم فيما يلي:

¹ ميساء حبيب سلمان، الأثر التنموي للمشروعات الصغيرة الممولة في ظل استراتيجية التنمية، مرجع سبق ذكره.

- المجلس الأعلى لإنشاء المؤسسات ودفع المشاريع المحددة: تم إنشاء هذا المجلس في سنة 2002، يهدف إلى إيجاد إطار ملائم لدعم التشاور بين مختلف الأطراف واقتراح الأولويات ودراسة السبل الكفيلة بتعزيز القدرة على تشخيص فرص الاستثمار واستحداث الطرق لمساعدة المصنوعين والمقامة وتوفير الظروف الملائمة لتطوير نشاطها وتعزيز قدرتها التنافسية.
- إنشاء هيئات خاصة لمساعدة المؤسسات المتعثرة وتقديم الدعم لزيادة ونمو المشاريع الجديدة التي تضم مختلف القطاعات على الصعيد الوطني لحفز المبادرة وتوجيهها طبقاً لخصوصيات مختلف الجهات، والمبادرة باقتراح كل الإجراءات والتدابير الكفيلة لزيادة إقامة المشروعات بهذه الجهات.

ب. السياسات المنتهجة للنهوض بالقطاع

وتتمثل المهام الرئيسية للهيئات المذكورة في:

- استغلال الدراسات القطاعية المتوفرة بهدف تشخيص فرص الاستثمار بالجهات؛
- دراسة السبل الكفيلة بدعم القدرة على استحداث طرق إنشاء المؤسسات وإحكام استغلال الأراضي المتوفرة لإقامة المؤسسات وخاصة في المناطق والمحلات الصناعية والتجارية؛
- تكثيف عدد المستثمرين الجدد خاصة في الأنشطة الجديدة والعمل على تفعيل دور هيكل المتابعة بالجهات وربط علاقات اتصال وتشبيك بين المؤسسات ومتابعة تنفيذ المشروعات ومساعدة المستثمرين الصغار الجدد في مختلف مراحل المشروع.

ج. الأهداف المسطرة

تطوير الاستثمار: عن طريق تواجد عدة إدارات مختصة حسب القطاع كوكالة النهوض بالصناعة، وكالة النهوض بالفلاحة ووكالة النهوض بالاستثمار الخارجي ودواوين التنمية. تقوم هذه الإدارات بدور المخاطب المهم للمستثمرين وتقدم لهم العديد من الخدمات التي يحتاجونها للقيام بمشاريع استثمارية وذلك من خلال الآتي:

- تقديم المعلومات المفيدة حول القطاعات والمجالات التي تشرف عليها إلى جانب القيام بدراسات جدوى وتقديم البيانات للمستثمرين؛

- القيام بدور الشباك الموحد بتسهيل جميع الإجراءات الإدارية والقانونية المتعلقة بتكوين الشركات والمساعدة على تيسير استخراج التراخيص والتأسيس لإقامة المشروعات؛

- التعريف بنظام الاستثمار وبالحوافز والتشجيعات التي يوفرها وتقديم الدعم والحوافز للمستثمرين؛

- تنظيم دورات تدريبية للمستثمرين الجدد لإعانتهم على إنجاز مشاريعهم؛

- مساندة المؤسسات بالجهات عن طريق دواوين التنمية التي تعمل على تشجيع القطاع الخاص بقطاعاته المختلفة من خلال تبني المستثمرين ومساعدتهم على إعداد الدراسات اللازمة للحصول على التمويلات الضرورية بأيسر السبل وعلى السرعة في إنجاز مشاريعهم.

تشجيع التصدير: من خلال ما يوفره مركز النهوض بالصادرات من خدمات تتعلق خاصة بمساندة المؤسسات في دراسة الأسواق واختراق الأسواق الجديدة والعمل على تسهيل عملياتها التصديرية.

توفير آليات التمويل والحوافز الملائمة: يعتبر تمويل الم ص م ذو أهمية بالغة بالنظر إلى طبيعة هذه المشروعات التي تتطلب استخدام آليات ملائمة لها، إلى جانب العمل على تحسين نظام ضمان القروض لتشجيع البنوك على تمويل هذه المؤسسات.

ثالثا: التجربة المغربية

عرف الاقتصاد المغربي في السنوات، وكغيره من اقتصاديات الدول السائرة في طريق النمو، لاسيما دول المغرب العربي، عدة تحولات تتمثل أساسا في تأسيس برامج إعادة هيكلة للاقتصاد بصفة عامة، والمؤسسة بصفة خاصة، منذ عام 1983، والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية سنة 1994 واتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوربي سنة 1996 واتفاق التبادل الحر مع الجمعية الأوربية للتبادل الحر عام 1997¹.

¹ أ. حلومي وهيبية، أ.د. بلمقدم مصطفى، أ. بن خالد نوال دراسة مقارنة لتجربة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تونس، المغرب والجزائر والردن، مقال منشور حول الشراكة وتأهيل المؤسسات بالجزائر جامعة وهران ص 551، 2009.

وقع على عدة اتفاقيات أخرى للتبادل الحر مع عدة دول كالولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي وتركيا ومصر والأردن وتونس والإمارات العربية المتحدة مما يؤهله لجلب استثمارات للتصدير لسوق تقدر بمليار نسمة وساعده على ذلك موقعه الاستراتيجي.

يتألف الاقتصاد المغربي من ثلاثة قطاعات رئيسية: الزراعة والصناعة والخدمات. يشكل القطاع الزراعي ما يناهز 17% من مجمل اقتصاد المملكة، ويشمل الصيد البحري والزراعة التصديرية والفلاحة (كثريية المواشي مثلاً). ويساهم الصيد الساحلي من الثروة السمكية بنسبة تقارب 82% من الناتج المحلي الإجمالي للمملكة المغربية. ومن أهم المحاصيل الزراعية لاقتصاد المغرب فهي الحمضيات والفاكهة والزيتون والحبوب (كالقمح والذرة والشعير) وقصب السكر والقطاني (كالفول والجلبان والعدس والفاصوليا البيضاء). وتعتبر الزراعة مصدراً رئيسياً من مصادر الدخل الفردي لعدد كبير من سكان المغرب، إذ يعتمد زهاء 40% من إجمالي عدد سكان البلاد بشكل أساسي على هذا القطاع الحيوي الهام. أما الأنشطة الصناعية فهي تتوزع على عدة محاور نذكر منها الصناعة الاستخراجية التي تعنى باستخراج المعادن والمياه والطاقة (كإنتاج الكهرباء وتكرير البترول واستخلاص الزيوت الصخرية والطاقة النفطية ومشتقاتها) والصناعة الاستهلاكية (كالمنتجات الغذائية والصناعات السمكية والمشروبات والتبغ) والصناعة التحويلية كالصناعات الكيماوية وشبه الكيماوية والبتروكيماوية والمعدنية والتعليلية وصناعة النسيج والجلود والورق والورق المقوى ومعدات النقل) والبناء والأشغال العامة. يساهم قطاع الصناعة بحوالي 35% من الناتج المحلي الإجمالي للمغرب. ويأمل أن يتضاعف هامش الإنتاج الصناعي بفضل عدة عوامل ومتغيرات اقتصادية نذكر منها مثلاً تهافت المستثمرين على المملكة وارتفاع معدلات الطلب على مختلف الصناعات المحلية المغربية، وذلك نظراً إلى جودتها العالية وأسعارها التنافسية المعقولة على مستوى العالم. ومن أهم الدول الأجنبية التي تستثمر باقاة كبيرة من أعمالها ومصالحها التجارية المختلفة في المملكة المغربية، نذكر، على سبيل المثال، البرتغال والمملكة المتحدة وفرنسا وإسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية. أما فيما يخص قطاع الخدمات، هناك حزمة متنوعة من النشاطات الاقتصادية التي تدخل في تشكيلة هذا القطاع الهام مثل التجارة والنقل والمواصلات والإدارة العامة والمؤسسات

المالية والاتصالات السلكية واللاسلكية. ويشكل قطاع الخدمات ما يعادل 52% من الناتج المحلي الإجمالي للمملكة ما يجعله من أكثر وأنشط القطاعات الاقتصادية من حيث معدلات الإنتاجية والمردوديات الربحية على رؤوس الأموال الاستثمارية، ناهيك بتحقيق عوائد إضافية لخزينة الدولة من الرسوم والإيرادات الضريبية.

بالرغم من كل هذا، يعاني الاقتصاد المغربي من عدة تحديات وصعوبات أجبرته هو الآخر إلى إعادة النظر في هيكله مؤسساته بالتركيز على تنافسيتها ومساعدتها في تحمل عبئ المنافسة الدولية الناتجة عن انفتاح البلد على العالم الخارجي.

في هذا الصدد حظيت الم ص م بالمغرب ببرنامج وطني من شأنه أن يدفع بها إلى الرقي والمشاركة في تحقيق التنمية الوطنية المغربية. تمثل البرنامج في إنشاء عدة أجهزة ورسم عدة سياسات نذكر منها ما يلي:

- إحداث قانون خاص للم ص م مع وضع معايير واضحة تحدد الانتماء لهذه الفئة من المقاولات؛
- تحديد مسؤوليات الإدارات والمؤسسات المحاورة للم ص م؛
- إحداث مجلس وطني للتفكير في السياسات الواجب إتباعها فيما يخص الم ص م بانسجام مع الوكالة الوطنية للمقاولات الصغيرة والمتوسطة؛
- مراجعة دور الغرف المهنية في مجال الاستقبال والتوجيه ومصاحبة الم ص م؛
- تفعيل المراكز الجهوية للاستثمار وتمكينها من الوسائل المادية والبشرية اللازمة لها وإحداث أقسام بها خاصة الم ص م؛
- إحداث مرصد على مستوى مديرية الإحصاء مكلف بمتابعة إنشاء واندثار المقاولات؛
- إحداث ديناميكية تسمح بالتخلي عن المقاولات وتسهيل شرائها من طرف من يريد ذلك من خلال مزايا مناسبة مما سوف يجنب ضياع الجهود والخبرة؛
- فرض مؤشرات على الأجهزة العمومية وشبه العمومية المعنية بالم ص م قصد تسهيل تقييم عملها؛

- تحمل الدولة لتكاليف دراسة المشروع لمن يريد إنشاء المقاولات من الشباب؛
 - وضع جواز لإحداث المقاولات مع نظام تسهيلي خاص بالشباب؛
 - إحداث مناطق ومراكز خاصة لمشاتل المقاولات في مختلف جهات المغرب؛
 - وضع شروط مناسبة لتمكين الأفراد الذين يرغبون في إحداث مقاولات من أن يحصلوا على عطل لهذه الغاية مع إمكانية إدماجهم من جديد في مناصبهم إذا حدث فشل.
- أما عن دور أهم الأجهزة فقد تمثل فيما يلي:

أ. الوكالة الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ANPME: أنشأت في

شهر يونيو 2003، مهمتها قيادة برنامج تحسين التنافسية للمؤسسات في مجال الاستشارة والمساعدة التقنية وأهدافها:¹

- مرافقة عملية تفعيل وتطوير تنافسية المؤسسات؛
- ضمان التنسيق والتزامن والتكامل بين مختلف البرامج المساعدة التقنية؛
- ترقية الشراكة وخلق شبكة من الم ص م.

ب. مشروع تأهيل المقاولات:

هو مشروع مشترك بين المغرب وألمانيا تم الإعلان عنه في سبتمبر 2000 مع الإعداد لمرحلة أولية تمتد بين 2000-2003، ويهدف إلى تأهيل الم ص م وتطوير التنافسية الدولية لديها عن طريق إعادة الهيكلة وتحسين أدائها.

أما المرحلة الثانية من المشروع فتمتد بين 2003-2006 وتهدف إلى توسيع نشاط المشروع ليشمل الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص وتحويل التكنولوجيا ومشروع تسيير البيئة المفيدة.

أما فيما يخص البرامج الحديثة، فقد أحدث المغرب برنامجين:

أ. برنامج امتياز: يهدف البرنامج بالأساس إلى تعزيز وتقوية تنافسية المقاولات المغربية. صمم

هذا البرنامج على شكل مسابقة وطنية مفتوحة للمقاولات الحاملة لمشاريع تنموية. وتستفيد

¹ أ.عطاء الله لحسن، أ بن حبيب عبد الرزاق، تأهيل المؤسسات الجزائرية في ضوء تجارب الدول الأخرى (البرتغال، تونس والمغرب) مقال منشور حول الشراكة وتأهيل المؤسسات بالجزائر جامعة وهران 2009، ص 516.

الشركات المنتقاة من منحة من الدولة قدرها 20% من برنامجها الاستثماري في حدود 05 ملايين درهم، وتبقى ملزمة بتمويل مشروعها من مداخيلها الخاصة في حدود 20% أيضا.

ب. برنامج مساندة: يُرجى منه مساعدة الم ص م في عملية تحديث وتحسين تنافسيتها بوضع برامج للدعم العملي التي يمكن لكافة المقاولات الاستفادة منها. لتسهيل تمويل هذه المشاريع، وقعت الحكومة اتفاقيتين مع البنوك بغرض تمكين المقاولات من تلقي الدعم الضروري، وتحقيق تطلعات الاقتصاد الوطني الذي يحاول إيجاد مكان له في الأسواق الدولية. بمعنى آخر، يعول على المشروعين لتشجيع تمويل مشاريع الم ص م التي بلغت سقف الاستدانة ولديها خطط لتطور أكبر.

تهدف السياسة الوطنية لتأهيل الم ص م بالمغرب بوجه عام إلى ما يلي:

- تدعيم وتقوية البنية التحتية للاقتصاد المغربي؛
- ترقية الصادرات المغربية؛
- تحسين قطاع التكوين المهني؛ تدعيم الجمعيات المهنية والحرفية؛
- تطوير البنية التحتية التكنولوجية؛
- تمويل برنامج تأهيل المؤسسات.

المبحث الثاني: مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية بالجزائر

بعد تسليط الضوء على كل خصائص الم ص م ومميزاتها في جانبها النظري، سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى كل هذه المؤسسات في الواقع المعاش. مروراً بوضعيتها في الجزائر حيث سنتكلم عن أهم المراحل التي مرت بها هذه الأخيرة في اهتمامها بتطوير هذا القطاع، بذكر مراحل التطور أولاً، ثم وضعيتها ثانياً (في المطلب الأول). في المطلب الثاني سنركز الحديث عن أهم الأجهزة والهيئات المسخرة لدعم هذه المؤسسات، ثم إلى التطرق إلى البرامج المسطرة لتطويرها وسرد مختلف الأرقام المسجلة من طرفها كثمرة لجهود هذه الأجهزة والبرامج. في المطلب الثالث سنركز عن مدى

مساهمة م ص م في تطوير التجارة الخارجية في دول العالم بصفة عامة ثم في الجزائر بصفة خاصة وذلك بالتركيز دائما على مختلف الإحصائيات والمؤشرات الاقتصادية. مع الإشارة إلى أهم العقبات والعراقيل التي تقف أمام هاته المؤسسات في تأدية مهامها مقارنة بنظيراتها في الدول المتقدمة. ثم انتهاء بأهم الإجراءات والتدابير اللازمة من أجل النهوض بهذا القطاع وجعلها أكثر مساهمة في تطوير التجارة الخارجية.

المطلب الأول: مراحل تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

الجزائر، وكغيرها من الدول الحديثة الاستقلال، سعت ومازالت تسعى إلى تطوير قطاع الم ص م من أجل النهوض بها واستعمالها كبديل لقطاع المحروقات في تحصيل الموارد وتنمية اقتصادها وتطوير تجارتها الخارجية، فقد شهدت هذه المؤسسات تطورا ملحوظا لما مرت به من خطوات واهتمام من طرف الدولة. فالسياسات الاقتصادية المنتهجة من طرف الدولة منذ الاستقلال إلى اليوم، أثرت بشكل ملحوظ على قطاع الم ص م، حيث كانت على النحو التالي¹:

الفرع الأول: المرحلة من 1962-1982

في هذه المرحلة، قررت الجزائر إعادة بناء اقتصادها الموروث من المستعمر، متبينة في ذلك استراتيجية تنموية ترى أنها الوسيلة المثلى للنهوض بالاقتصاد الوطني، وبناء قاعدة صناعية قوية ترتكز على الصناعات الثقيلة وهذا ما تجسد من خلال إنشاء العديد من المصانع الضخمة في مختلف مناطق الوطن، فعلى الرغم من لجوء الدولة آنذاك في تنفيذ سياسة التصنيع، والتركيز على إنشاء المؤسسات الإنتاجية ذات الحجم الكبير، وتشجيعها لها كنموذج صناعي على أمل تحقيق التنمية الاقتصادية في أقرب الآجال من خلال تعظيم رأس المال الثابت. إلا أن هذا لم يمنع من وجود م ص م تكمل الصناعات الثقيلة، فتقوم بتوفير بعض المنتجات الاستهلاكية خاصة في مجال النسيج ومواد البناء... التي ارتفع الطلب عليها. ففي إطار تنظيم الاستثمار أصدرت الجزائر خلال

¹ أ. شهلة قدرى، أ. حليمة السعدية قريشي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كآلية للتخفيف من حدة البطالة في الجزائر، جامعة

هذه الفترة قانونين ينظمان الاستثمار بالجزائر. إلا أن قطاع الم ص م ظل مهماشا، وكانت المؤسسات ملكا للخووص المعمرين قبل مغادرتهم للجزائر. فلم تهتم القوانين بالم ص م بصفة بالغة بل اكتفت بتنظيم الاستثمار بشكل عام ومشيرة إلى الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي فقط.

أ. قانون الاستثمار لسنة 1963:

أول قانون خاص بالاستثمار هو قانون 63-227 المؤرخ في 26 جويلية 1963، وكان الهدف من وراء هذا القانون هو مخاطبة رأس المال الأجنبي بعدم مغادرة أرض الوطن آنذاك، والمشاركة في بناء الاقتصاد الوطني، وهذا ما تؤكدته المادة 23 منه. كما كان يهدف إلى إضفاء الاستقرار على البيئة العامة بعد الاستقلال. لكن لم يكن له أثر كبير على تطور الم ص م من حيث تعبئة رأس المال الوطني والأجنبي وهذا رغم المزايا والضمانات التي قدمها لها. إلا أنه لم يترجم في الميدان بسبب المحيط السياسي الاقتصادي الذي ينادي بنظام اشتراكي يقوم على أساس القطاع العمومي، بالإضافة إلى ذلك الوضع الاقتصادي الصعب والذي تميز خاصة بارتفاع تكاليف الإنتاج ونقص الهياكل القاعدية. كما دعم هذا القانون أيضا الفكر الاشتراكي القائم على تشجيع ودعم الاقتصاد الوطني عن طريق التخطيط المركزي، والاعتماد على صناعات المنتجات التجهيزية والوسيطية. والتالي فإن دور الم ص م في التنمية الاقتصادية بقي هامشيا، أو لا يكاد يظهر بسبب الفكر الأيديولوجي السائد لدى مقرري التنمية.

ب. قانون الاستثمار لسنة 1966:

في سنة 1966 شهد قانون الاستثمار لسنة 1963 تعديلا بواسطة الأمر رقم 66-284 المؤرخ في 15 يونيو 1966، أين تبنت الجزائر موقفا حذرا من الاستثمار الأجنبي، حيث أسندت مبادرة تحقيق المشاريع الاستثمارية في القطاعات الحيوية للقطاع العمومي ومبينة كيفية تدخل القطاع الخاص في مختلف فروع النشاط الاقتصادي، وكذا الامتيازات والضمانات التي يوفرها للمستثمر الوطني والأجنبي. كما كان يهدف هذا القانون إلى تحديد نظام يتكفل بالاستثمار الوطني الخاص في إطار التنمية الاقتصادية، وبقي الاستثمار في القطاعات الاقتصادية الحيوية حكرا

على الدولة والهيئات العمومية التابعة لها مع إمكانية مشاركة رأس المال الخاص الوطني والأجنبي عند الضرورة فقط وبنسبة جد ضئيلة.

تبعاً لذلك، بقي قطاع الم ص م دائما مكتملا للقطاع العمومي الذي حظي بالدور الأساسي في السياسة الاقتصادية لتنمية البلاد. ولم تكن هناك سياسة واضحة إزاء تشجيع القطاع الخاص طيلة هذه الفترة، حيث بقي تطوره محدودا، كما بقي مقيدا نظرا لتوجه الأيديولوجي الاشتراكي الذي تبنته الجزائر. فقد اعتمدت الجزائر خلال هذه المرحلة نظاما جبائيا يعيق توسع وانتشار الم ص م الخاصة عن طريق مختلف الضغوطات الجبائية، بالإضافة إلى قوانين عمل قاسية وحرمان هذه المؤسسات من ممارسة التجارة الخارجية التي بقيت هي الأخرى حكرا على الدولة فقط. للإشارة، فإن هذا القانون كانت له بعض النتائج الإيجابية مقارنة بالقانون السابق إذ تم إنشاء بعض المؤسسات الخاصة والمختلطة خاصة في الفترة 1967-1970.

إن تضارب هذه الأوضاع جعلت المستثمرين الخواص يعتمدون الحذر التكتيكي، حيث يوجهون استثماراتهم وفق الظروف والتوجهات السياسية، وبالتالي انحصر اهتمام رأس المال الخاص بالاستثمار في القطاعات التي لا تستدعي تقريبا أي تحكم تكنولوجي ولا تتطلب اليد العاملة المؤهلة إلا نادرا، فقد كان القطاع الخاص قطاعا تقليديا حرفيا، يمارس نشاطه في الإطار العائلي في معظم الأحيان. وبالتالي فإن قانون الاستثمار لسنة 1966 لم يصل إلى تحرير الاستثمار الخاص بل ظل معرقلا له.

الفرع الثاني: المرحلة من 1982-1988

منذ سنة 1982، وعلى عكس الفترة السابقة، تعززت عملية تأطير وتوجيه الم ص م بإصدار ترسانة قانونية خاصة بتطوير الاستثمار الاقتصادي لاسيما الخاص منه، تمثل ذلك في جملة من القوانين أهمها:

أ. القانون رقم 82-11 المؤرخ في 21 أوت 1982 المتعلق بالاستثمار الاقتصادي

الخاص الوطني:

حدد الأدوار المنوطة بالاستثمارات الاقتصادية التابعة للقطاع الوطني الخاص، ومن أجل تحديد إطار ممارسة النشاطات الناجمة عنها وتحديد شروطها وكذا مجالاتها. كما حدد أيضا كيفية الحصول على التراخيص وتحديد أسقف الاستثمارات.

أشار بصفة واضحة في المادة 11 منه إلى الصناعات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال إبراز الميادين والأنشطة التي يجوز للقطاع الخاص الوطني النمو فيها، ويهدف إلى:

- ترقية الصناعة الصغيرة والمتوسطة المكتملة أو تلك التي في أسفل إنتاج القطاع الاشتراكي ولاسيما في تحويل ومعالجة المواد الأولية الزراعية المصدرة أو المنتوجات المعدة للاستهلاك؛
- الاهتمام وتشجيع المقاومة من الباطن؛
- توسيع القدرات الانتاجية وتوفير فرص العمل مع تعبئة الادخار؛
- إمكانية التمويل من أجل شراء المواد الأولية والتجهيزات؛
- الاستفادة من رخص الاستيراد ونظام الاستيراد بدون دفع.

ب. القانون رقم 88-25 المؤرخ في 12 يوليو 1988 المتعلق بتوجيه الاستثمارات

الاقتصادية الخاصة الوطنية:

في ظل هذا القانون اعتمدت الجزائر سياسة اقتصادية جديدة مفادها الانتقال إلى اقتصاد السوق حيث شهدت هذه التشريعات مرونة اتجاه الاستثمارات الوطنية الخاصة، أين أقر القانون تحرير سقف الاستثمار المنصوص عليه في القانون 82-11 المشار إليه أعلاه، والسماح للمستثمرين الخواص الاستثمار في عدة قطاعات، ما عدا تلك التي تعتبرها الحكومة قطاعات استراتيجية. تتمثل الأهداف المستوفاة من هذا القانون في:

- التوجه نحو اقتصاد السوق كبديل للنظام الاشتراكي؛
- منح الاستقلالية للمؤسسات العمومية؛
- التكامل والتعاون الاقتصادي بين القطاعين العمومي والخاص؛

- دعم القطاع الخاص من أجل خلق مناصب شغل وتغطية عجز القطاع العمومي في ذلك؛
- إنشاء وتطوير صناعات خارج قطاع المحروقات، وتنويع النسيج والنشاط الإنتاجي الموجه للتصدير؛

بالرغم من كل هذه التحفيزات، إلا أن القانون لم يعط ولم يحدد الإجراءات الجبائية والتنظيمية الخاصة بتطبيق وتجسيد تلك التحفيزات، وذلك نظرا لغموض فكرة تحرير الاقتصاد والانتقال من الاقتصاد الموجه إلى الليبرالي في تلك الفترة.

الفرع الثالث: المرحلة ما بعد سنة 1988

أبدت الدولة رغبتها في الاهتمام بقطاع الم ص م مرة أخرى بإصدارها مجموعة من النصوص القانونية القائمة على المساواة في المعاملة ما بين المؤسسات العمومية والخاصة من أجل مواكبة التنمية، وذلك بعد إلغاء كل الاحتكارات وتحرير التجارة الخارجية.

كما تجدر الإشارة إلى أن سياسة انتهاج التيار الاشتراكي منذ الاستقلال إلى سنة 1988 لم تف بغرض تحقيق التنمية الاقتصادية، بل برزت إلى الأفق مشاكل أدت إلى انحطاط الجزائر في جميع المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية...

بعد إقرار الدولة آنذاك، سياسة الانتقال من الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد الليبرالي. مست الإصلاحات بالدرجة الأولى المؤسسة الاقتصادية أين تم إعادة هيكلتها العضوية والمالية والشروع في تحرير المؤسسات وكذا حوصصة العاجزة والمفلسة منها وتطويرها.

من أهم الأسباب التي دفعت إلى ذلك نذكر ما يلي:

- اعتماد الصناعات المصنعة منذ السبعينات كأحد أشكال النموذج التنموي في ظل النظام الاشتراكي، فقد اعتمدت الجزائر على الصناعة وأهملت الزراعة وانهجت التخطيط وأهملت قواعد التسيير الاقتصادي الراشد، كما فضلت القطاع العمومي وأهملت القطاع الخاص؛
- غياب نموذج التنمية في مرحلة الثمانينات (التي عُرفت خلال فترة الستينات والسبعينات) رغم محاولة الحكومة الجزائرية محاكاة النمط الرأسمالي في بعض مبادئه، فتوقفت عجلة التنمية

بانخفاض الاستثمارات بسبب الانخفاض حاد في موارد الدولة التي كانت تعتمد كلياً على المحروقات، نتيجة تراجع أسعار النفط وتقلص سوق المديونية؛

- تأزم الوضع في الجزائر نتيجة انخفاض أسعار النفط وارتفاع حجم الواردات من السلع والخدمات كالسلع الغذائية؛

- كما اعتمدت الجزائر كلية في تمويل الاستثمارات المخططة، وفقاً لنمط التسيير المركزي، على القطاع المصرفي، حيث لم تكن وظيفة هذا القطاع سوى خدمة الخزينة، الأمر الذي أدى إلى عدم استفادة القطاع الخاص من القروض بالشكل الكافي.

لذلك تم اختيار قطاع الم ص م كأحد الركائز التي يعتمد عليها من أجل تحقيق تنمية اقتصادية وإنعاش الاقتصاد الجزائري، وبدا الاهتمام بهذا القطاع حيث تم إنشاء وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من أجل توجيه مبادرات القطاع الخاص إلى الاستثمار في قطاع الم ص م ودفعه إلى العمل الإنتاجي وفتح المجالات أمامه للمشاركة بصفة فعالة في الكثير من النشاطات الاقتصادية الإنتاجية التي كانت حكرًا على القطاع العمومي لمدة طويلة.

أما فيما يخص النصوص التنظيمية والتشريعية المهمة بالقطاع فتتمثل فيما يلي:

أ. القانون 90-10 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالنقد والقروض:

كرس هذا القانون مبدأ المساواة بين المؤسسات العمومية والخاصة، لاسيما فيما يخص الحصول على الائتمان وإعادة التحويل وأسعار الفائدة.

كما نصت المادة 83 منه على مبدأ حرية الاستثمار الأجنبي، وفتح الباب واسعاً أمام كل أنواع الشراكة بما فيها الاستثمار المباشر، بإعطاء الأجانب إمكانية الاستثمار في كل المجالات التي اعتبرتها الدولة استراتيجية.

ب. القانون 91-19 المؤرخ في 19 فيفري 1991 المتعلق بتحرير التجارة

الخارجية.

تم إصدار هذا القانون للتخفيف من احتكار الدولة للتجارة الخارجية بفتح مجال التدخل في عمليات الاستيراد والتصدير لتجار الجملة والوكلاء المعتمدين لدى بنك الجزائر.

اتسم هذا الانفتاح الجزئي بمحدوديته كونه، يستند على صفة الاعتماد التي كانت تحدد نوعية المتدخل في التجارة الخارجية كما أن الجانب المالي كان مقيدا بعدم قابلية التحويل التجاري للعملة الوطنية إذ اقتصر حينذاك المعاملات على الحسابات بالعملة الصعبة للمتعاملين الخواص المرخصين في هذا المجال.

ج. قانون الاستثمار لسنة 1993

تضمن قانون الاستثمار لسنة 1993 المقنن بالمرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 إجراءات تشجيعية و إعفاءات ضريبية و الحوافز التي جعلته أفضل قوانين الاستثمار في البلدان النامية العربية وجاء نتيجة مراجعة الكثير من التجارب في البلدان الأخرى والاستفادة منها و لعل ما جاء به القانون هو الحرية شبه المطلقة في اختيار الاستثمار إلا في حالات استثنائية، وإذ يمكن لكل شخص مهما كانت طبيعته التصريح عن مشروع استثماري ولا يحتاج إلى ترخيص ويبدأ مشروعه شرط أن لا يكون هناك محرمات أو أعمال منافية للأخلاق والصحة، وبجانب ذلك يحصل المستثمر على تسهيلات وخدمات فيما يضمن القانون حماية للاستثمار و جميع الضمانات اللازمة.

المطلب الثاني: هيئات وأجهزة الدعم والسياسات المنتهجة بالنهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفرع الأول: إعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعتبر عملة إعادة التأهيل عملية مستمرة من التمرن والتعلم، التفكير والاستعلام من أجل اكتساب وسائل وطرق جديدة في التفكير والسلوكيات، وكذا المناهج الجديدة للتسيير والإبداع. تتم عملية إعادة التأهيل بالمرور بمراحل عدة، إلا أنها تختلف من مؤسسة لأخرى حسب ميزاتها، وعموما نجد أربع مراحل:

المرحلة الأولى: تعتبر مرحلة تحضيرية يلتزم فيها المسير بمعرفته ووعيه وثقافته الشخصية في تسيير مؤسسته. تتحقق هذه المرحلة عن طريق إجراء تشخيص أولي أو تشخيص تام، مما يسمح للمسير بمعرفة وتحديد مشاكل المؤسسة.

المرحلة الثانية: تبني طرق فعالة في التسيير ورسم هيكل تنظيمي ووظيفي للمؤسسة عن طريق تحديد وظائفها أو تحسين الوظائف في حالة تداخلها أو عدم التنظيم المحكم لها.

المرحلة الثالثة: تتميز هذه المرحلة بالتطور الوظيفي، وهي نتيجة للجهود المبذولة في المرحلتين السابقتين. حيث تعتبر المحرك الرئيسي لعملية إعادة التأهيل وترتكز على النشاطات التالية، والتي نذكر منها:

- تعزيز الموارد البشرية بمختلف المستويات مما يسمح للمسير بتفويض صلاحياته وبالتالي تحديد المسؤوليات، يتبعه في ذلك تبني العمل بالفريق والاعتماد على الكفاءات والمؤهلات؛
 - التعرف والفهم أكثر لمعطيات السوق ولوضعية المؤسسة اتجاهه؛
 - وضع أدوات ومناهج للتسيير في مختلف الميادين حسب قطاع الشغل.
- لا تعتبر هذه النشاطات شاملة لجميع أنواع الم ص م بل يمكن أن تتنوع وتتغير حسب الحاجة الحقيقية للمؤسسة.

المرحلة الرابعة: تنمة للمرحلة السابقة ومن أجل ضمان بقاء المؤسسة واستمراريتها، ستوجب على مسيرها رسم سياسات مسبقة وتوقعية حول مستقبلها وذلك من خلال السعي لمطابقة منتوجاتها وخدماتها للمعايير الدولية. حيث يلتزم المسير في هذه المرحلة ب:

- التركيز على النوعية من أجل مطابقتها مع المعايير الدولية؛
- وضع مخطط حول التصدير والسعي نحو توسيع نشاطاتها من خلال عدة أساليب كالشراكة مثلاً؛
- التركيز على البحث العلمي ومواكبة التكنولوجيات الحديثة من أجل مواجهة المنافسة الشرسة الأجنبية؛

تجدر الإشارة أن إعادة التأهيل ليست عملية موحدة ومحدودة عبر الزمن، فلا يمكن لأي مؤسسة أن تتوقف عن عملية إعادة تأهيل نفسها نظرا للتغيرات الدائمة التي يشهدها المحيط الخارجي لها (التقني، المالي، التجار... إلخ).

لهذا فلا يمكن حصر هذه العملية في إثبات مستوى معين أو الحصول على شهادة مطابقة معينة، والتي يمكن بدورها أن تحتاج إلى إعادة تأهيل أو تحسين مستواها.

من أجل تجسيد هذه العملية في ميدان الم ص م في الجزائر، بذلت الدولة جهودا معتبرة على الصعيدين الدولي والوطني، نلخصها فيما يلي:

1) على الصعيد الدولي: برنامج ميديا

في سنة 1995، وفي يومي 27 و 28 نوفمبر، عقد مؤتمر برشلونة الأوربي المتوسطي، في مدينة برشلونة الاسبانية، شاركت فيه دول الاتحاد الأوربي و 12 دولة متوسطة، عولجت فيها قضايا الشراكة الاقتصادية والسياسية والأمنية والشراكة الثقافية والاجتماعية والقضايا الإنسانية.

اقتصاديا، تضمن المؤتمر التعاون في ميدان الاستثمار والتجارة وتكنولوجيا المعلومة وحركة رؤوس الأموال وتقديم معونات وإقامة مناطق تجارية للتبادل الحر خلال السنوات المقبلة، هذه البنود تمثلت في برنامجي ميديا 1 وميديا 2. غير أنها مرهونة بشروط سياسية واقتصادية. سياسية بالديمقراطية وحقوق الانسان، واقتصادية بالشروط التي يفرضها البنك وصندوق النقد الدوليين.

من خلال هذا الاتفاق، حظيت الم ص م بالجزائر باهتمام بالغ من طرف البرنامج المذكور في مرحلته الأولى والثانية.

أ. ما مضمون برنامج ميديا؟

جاء برنامج ميديا برسم سياسة التعاون الموجهة لإعانة دول البحر الأبيض المتوسط وإدخال تعديلات هيكلية وإصلاحات على مستوى هيكلها الاقتصادية والاجتماعية. لذا يشكل برنامج ميديا الوسيلة الرئيسية للتعاون الاقتصادي والمالي للشراكة الأورو متوسطة. تم تأسيس برنامج ميديا 1 خلال الفترة 1995-1999 بقيمة مالية قدرت ب 4.685 مليار أورو سمح للاتحاد الأوربي

بمنح إعانة مالية وتقنية لدول جنوب البحر المتوسط لاسيما الجزائر (بمساعدة مالية قدرها 164 مليون أورو)، مصر، إسرائيل، الأردن، ليبيا، تونس، المغرب، تركيا....

يمكن تلخيص أهداف برنامج ميدا 1 في النقاط الآتية:

- ترقية القدرات الإنتاجية لدى الم ص م من أجل جعلها أكثر تنافسية والسماح لها بالاندماج في الاقتصاد العالمي؛
 - تدعيم الاستقرار السياسي وتحقيق الديمقراطية؛
 - الانخراط في المنظمة العالمية للتجارة وإنشاء مناطق للتبادل الحر (الأورو متوسطي)، وتنمية التعاون الاقتصادي والاجتماعي؛
 - الترقية والاهتمام بالجانب الثقافي والإنساني؛
 - إعادة تأهيل وترقية التنافسية الصناعية وتنمية خدمات الدعم التكنولوجي؛
 - تنويع الصادرات والتحرر من الاعتماد على المحروقات؛
- بالحديث عن الجزائر، توافق برنامج ميدا مع التحول الاقتصادي الذي تبنته الجزائر خلال التسعينيات بالتوجه نحو الاقتصاد الحر، فأساس البرنامج هو تحقيق الإصلاح الاقتصادي الاجتماعي والتركيز على تنمية وتطوير القطاع الخاص الذي يعتبر الركيزة الأساسية للنمو.
- من هذا المنطلق، تمثلت الامتيازات الممنوحة للم ص م فيما يلي:

● **الاهتمام بالمستوى العلمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** سعي البرنامج إلى

تنفيذ إجراءات تغطي أولا التشخيص والتموضع الاستراتيجي للم ص م من أجل تقوية مستواها التنافسي وأدائها في كل عناصر التسيير: الإنتاج، التمويل، تسيير المخزونات، التسويق، قوة البيع، التوزيع والتصدير، الموارد البشرية، التكوين، نظام المعلومات والاتصالات وغيرها...

يهدف البرنامج كذلك إلى تحسين مستوى كفاءة وتأهيل رؤساء وعمال الم ص م عبر دورات تكوين مناسبة وتقديم الدعم لكل الإجراءات التي تمكن المؤسسات من التوصل إلى المعلومة عبر شبكة معلومات وطنية لمساعدتها على التأقلم مع متطلبات اقتصاد السوق.

• **دعم الابداع وترقية مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** يساهم البرنامج في تحسين تمويل المؤسسات بإمدادها بالدعم للابتكار وتكوين مؤسسات مالية متخصصة من أجل توسيع سلسلة الوسائل المالية التي وضعت في متناول المؤسسات والممولين لمشاريعهم قصد تطويرها، وهذا لن يكون إلا بتشخيص وتأهيل الوظائف المحاسبية والمالية للم ص م.

• **تهيئة المناخ المناسب وترقية محيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** وضع إجراءات تهدف إلى ترقية المناخ المناسب وذلك بدعم هيئات الدعم العمومية والخاصة، جمعيات أرباب العمل المتخصصين في الفضاءات الوسيطة، معاهد التكوين، ممثلي الشبكة الوطنية للمعلومات، المعاهد العمومية والإدارات المركزية.

ب. **توجيهات البرنامج:** في إطار النهوض بقطاع الم ص م استفاد كل ما يتعلق بهذه المؤسسات من امتيازات البرنامج، ويتعلق الأمر ب:

• **الم ص م الخاصة:** يقصد بها تلك التي تنشط في القطاعات التالية: المواد الغذائية والفلاحية، الصناعات الغذائية، الصيدلة والصناعات الكيماوية، مواد البناء، الأحذية والجلود، الصناعات النسيجية والألبسة، الصناعة الالكترونية...

• **هيئات الدعم المالي للم ص م:** تمثلت في البنوك والهيئات المالية.

• **هيئات وأجهزة الدعم التقني والتوجيه:** تشمل هذا البرنامج كل الأجهزة العمومية والخاصة التي من شأنها أن تساند هذه المؤسسات لاسيما أجهزة الدعم التقني والتكنولوجي، الهيئات العمومية وخدمة المؤسسات، غرف الصناعة والتجارة، جمعيات أرباب العمل، مراكز ومعاهد التكوين...

للملاحظة، تجدر الإشارة أن اتفاق التعاون توج ببرنامج آخر تكميلي، برنامج ميذا 2 خلال الفترة 2000-2006 قيمته 5.350 مليار أورو استفادت الجزائر منه بمبلغ قدره 397 مليون أورو. غير أن الإعانة في هذا البرنامج تختلف عن سابقتها أي من إعانة مادية ومالية إلى معنوية تمثلت في المساعدات النفسية، التكوين، الدراسات، الحلقات الدراسية...إلخ.

2) على الصعيد الوطني: البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الجزائر، وكنظيراتها من الدول السائرة في طريق النمو، لم تكثف ببرنامج الشراكة مع الاتحاد الأوربي بل اعتمدت تطبيق سياسة داخلية تهدف إلى تنمية قطاع الم ص م وتطويره، تمثلت هذه السياسة في برنامج تأهيل الم ص م.

اقترح هذا البرنامج من طرف منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية لا سيما في الآونة الأخيرة أين اعتمدت جل الدول سياسة الانفتاح الاقتصادي وتحرير التجارة الخارجية ومحاولة الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة. ففي 11 جويلية 2010، تمت المصادقة على برنامج إعادة تأهيل الم ص م من طرف مجلس الوزراء، والتي تم من خلاله تحديد الأساسات، مستويات الدعم والإعانات الممنوحة، القطاعات المؤهلة وكذا معايير التأهيل للاستفادة من مزايا البرنامج. والتي تعكس جلها المتطلبات والحاجات الخاصة للم ص م. خصص لهذا البرنامج غلاف مالي قدره 386 مليار دج، وجه لتغطية احتياجات الم ص م حسب مستوياتها؛ المرحلة الأولى المتمثلة في التشخيص، المرحلة الثانية الاستثمار المادي والمرحلة الثالثة التكوين والمساعدة التقنية.

تم تنفيذ هذا البرنامج من طرف الوكالة الوطنية لتنمية الم ص م. ويمس المؤسسات العاملة في قطاعات الصناعة الغذائية، البناء الصيد، السياحة، النقل، الخدمات، تكنولوجيا الاعلام والاتصال...

تعرف ONUDI برنامج تأهيل المؤسسات بأنه¹ "عملية مستمرة تهدف إلى:

- تحضير وتكييف المؤسسات ومحيطها الخارجي إلى مستوى متطلبات التبادل الحر؛
 - الانخراط في مسعى التطور وتدعيم عناصر القوة والقضاء على عناصر الضعف عند المؤسسة".
- كما يمكن تعريفه بأنه: "مجموعة من الإجراءات المختلفة التي تقوم بها السلطات العمومية لفائدة المؤسسات قصد تحسين مردوديتها وأداءها في ظل المنافسة العالمية المتنامية"، ويمكن أن

¹ أ.عطاء الله لحسن، أ بن حبيب عبد الرزاق، تأهيل المؤسسات الجزائرية في ضوء تجارب الدول الأخرى (البرتغال، تونس والمغرب)، ص 497، مرجع سبق ذكره.

يؤدي برنامج إعادة التأهيل إلى إحداث أثرين إيجابيين يتمثلان في تحسين الإنتاجية والمنافسة على مستوى السوق المحلي، غير أن فعالية هذا البرنامج مرهونة بتبني المؤسسات لمجموعة من التدابير والمعايير المتعلقة بتحديث أساليب التنظيم، الإنتاج، الاستثمار، التسيير والتسويق، وذلك من خلال القيام بإصلاحات على المستوى الداخلي للمؤسسة.

يمكن تلخيص عملية تأهيل المؤسسات في ثلاثة محاور أساسية¹

1. الاستثمارات المادية: على غرار الاستثمارات المعنوية التي تؤثر بطريقة غير مباشرة في تحسين أداء ورفع تنافسية المؤسسة، فإن الاستثمارات المادية المتمثلة في وسائل الإنتاج تساعد على رفع القدرة التنافسية للمؤسسة عن طريق زيادة الإنتاج والتحكم في التكاليف وذلك من خلال:

- تشخيص عام لكل الوظائف الموجودة في المؤسسة؛
- تحديث التجهيزات والمعدات ومواكبتها مع التطورات التقنية والتكنولوجية الجديدة؛
- اقتناء تجهيزات جديدة تؤدي إلى رفع المردودية أكثر (التخفيض في التكاليف، تحسين الإنتاجية)؛
- الرفع من نسبة استعمال التجهيزات المتوفرة، والتنازل عن الاستثمار أو الأصول غير المستعملة أو التي تشتغل بطاقات ضعيفة؛

2. الاستثمارات غير المادية: ويتعلق الأمر بجميع الاستثمارات المعنوية الهادفة إلى تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، خاصة ما يتعلق بالطاقات البشرية، المعارف العلمية، الدراسات والبحوث التطبيقية، البحث عن اقتحام أسواق جديدة، ابتكار منتجات جديدة، تحسين الجودة، إعداد برامج معلوماتية تساعد على الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة، اعتماد أساليب جديدة في عمليات التنظيم، التسيير والإنتاج...إلخ.

¹ ABD EL HAK LAMIRI, les plans de redressements, concepts et méthodes et conduites par les entreprises Algériennes, Revue des sciences commerciales et de gestion, Ecole supérieure de commerce d'Alger, N°03, AVR 2004, P (106-110).

3. إعادة الهيكلة المالية: تتطلب إعادة التأهيل إعادة النظر في التوازنات المالية للمؤسسة

وتحديد إمكانياتها المالية وذلك من خلال:

- دعم الإمكانيات الذاتية (برفع رأسمال المؤسسة، إما بفتح رأسمال للاكتتاب أو عن طريق إصدارات جديدة)؛

- التحكم في حجم ونوعية الديون؛

- تمويل الاستثمارات برؤوس أموال دائمة؛

- ترشيد استعمال القروض البنكية؛

- تقليص اليد العاملة مقارنة بحجم نشاط المؤسسة (رقم الأعمال، القيمة المضافة، النتيجة

الصافية)، وذلك باعتماد إحالة العمال على التقاعد، التقاعد المسبق، أو التسريح الإرادي... إلخ؛

بالإضافة إلى المحاور الأساسية لعملية التأهيل التي ذكرناها، تتطلب هذه الأخيرة أيضا تأهيل المحيط

أي المتعاملين وذلك من خلال:

- إعادة هيكلة المناطق الصناعية وتنظيمها وإنشاء مناطق جديدة؛

- توفير وسائل النقل والاتصالات والمواصلات وتحسين مستوى البنى الأساسية في هذا القطاع

(كالموانئ، المطارات... إلخ) وتوسيع الشبكات قصد تحسين الخدمات؛

- تكييف المحيط القانوني بمراجعة الأطر القانونية المحددة لإنشاء المؤسسات والاستثمار وتشجيع

القطاع الخاص؛

- تشجيع ودعم التعليم والتكوين المهنيين، وهذا من أجل تكوين أفضل للكفاءات؛

- دعم القطاع المالي والمصرفي وذلك بمراجعة النظام الجبائي والمالي وتنمية سوق الصرف والبورصة؛

الفرع الثاني: هيئات وأجهزة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر

منذ سنة 1988، واتخاذ قرار التوجه نحو اقتصاد السوق كبديل للاقتصاد الموجه، سخرت

السلطات العمومية، خلال العشريتين الأخيرتين، قدراتها لتطوير نسيج الم ص م، وذلك بتنصيب

عدة أجهزة وهيئات وتسطير برامج وسياسات من شأنها أن تدفع بهذا القطاع إلى النمو والازدهار.

لقد تم إنشاء عدة أجهزة لدعم الم ص م والاستجابة لمتطلباتها وتقديم نصائح وإرشادات لتسييرها، تمثلت أهمها في:

1) وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

في سنة 1991 تم إنشاء وزارة مكلفة بقطاع الم ص م تماشيا والاصلاحات التي خاضتها الجزائر منذ الثمانينات والتي أعادت الاعتبار للمؤسسات الخاصة نظرا للدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية. قد شكل إنشاء هذه الوزارة خطوة هامة من أجل التكفل الحسن بانشغالات ومشاكل هذا القطاع عن طريق إعداد الدراسات المتعلقة بترقية القطاع والمساهمة في إيجاد الحلول للمشاكل التي تعترضه وذلك بتقديم الحوافز والدعم اللازم لتطوير المشروعات الصغيرة والمتوسطة وكذا ترقية التشاور مع الحركة الجمعوية.

2) الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ

لقد أنشأت هذه الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-29 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 وقد وضعت الوكالة تحت إشراف رئيس الحكومة، ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة العملية لجميع نشاطات الوكالة التي تتمتع بالاستقلالية المالية والشخصية المعنوية، كما أن معظم الاستثمارات المنجزة عن طريق هذه الوكالة تمثل أساسا المؤسسات المصغرة، وإن كان الهدف الرئيسي من إنشائها يدخل في إطار سياسة التشغيل فإنها تتكفل بالمهام التالية:

- تدعيم وتقديم الاستشارة ومراقبة الشباب ذوي المشاريع في تطبيق مشاريعهم الاستثمارية خاصة المصغرة؛

- وضع تحت تصرف الشباب كافة المعلومات ذات الطابع الاقتصادي، التقني، التشريعي والتنظيمي المتعلقة بممارسة نشاطاتهم؛

- تمويل بعض المشاريع عن طريق الصندوق الوطني لدعم وتشغيل الشباب FNSEJ بواسطة قروض بدون فوائد؛

- تستفيد بصفة استثنائية المشاريع التي تستعمل تكنولوجيا جديدة أو ذات قيمة عالية من علاوة خاصة لا تتجاوز 10% من تكلفة المشروع.

كما طبقت الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ثلاثة صيغ من التمويل لدعم إنشاء المؤسسات خاصة المصغرة:

- **التمويل الذاتي:** يقوم المستثمر في هذه الحالة بتمويل مشروعه بالكامل، وذلك باللجوء إلى الوكالة من أجل الحصول على المزايا الضريبية.
- **التمويل الشئائي:** وفي هذه الحالة يساهم صاحب المشروع بجزء من تكلفة الاستثمار وتحمل الوكالة الجزء الآخر في شكل قرض طويل الأجل بدون فائدة.
- **التمويل الثلاثي:** وفي هذه الصيغة يتم تمويل المشروع عن طريق كل من المستثمر نفسه والوكالة والبنك حيث تتوقف مساهمة كل طرف على ثلاثة معايير: تكلفة الاستثمار، موطنه وطبيعته.

أهم المعطيات المسجلة للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب لسنة 2016.

الجدول رقم 04: المشاريع الممولة حسب قطاع النشاط

السنة	الزراعة والصيد	%	الحرف	%	البناء والأشغال العمومية	%	الصناعة	%	المهنة الحرة	%	الخدمات	%	المجموع
2016	3.479	31	320	03	1.672	15	2.720	24	716	06	2.355	21	11.262

المصدر: الموقع الرسمي للوكالة عبر الأنترنت www.ansej.org.dz.

الجدول رقم 05: المشاريع الممولة في قطاع الإعلام والاتصال

السنة	مجموع المشاريع الممولة	مشاريع الاعلام والاتصال الممولة	النسبة %
2016	11.262	628	06

المصدر: الموقع الرسمي للوكالة عبر الأنترنت www.ansej.org.dz.

الجدول رقم 06: تأثير تمويل الوكالة على التشغيل

السنة	عدد مناصب الشغل التي تم خلقها	النسبة % بالمقارنة مع عدد المناصب المنشأة منذ نشأة الوكالة

06	22.766	2016
----	--------	------

المصدر: الموقع الرسمي للوكالة عبر الأنترنت www.ansej.org.dz.

3) وكالة ترقية ودعم الاستثمارات APSI:

أنشأت كهيئة حكومية تحت إشراف رئيس الحكومة بموجب قانون الاستثمار الصادر في 1993 وهي مكلفة بمساعدة أصحاب المشاريع لإكمال المنظومة الإجرائية المتعلقة بإقامة استثماراتهم من خلال إنشاء شبك موحد وحيد يضم الإدارات والمصالح المعنية بالاستثمارات وإقامة المشروعات وذلك بغية تقليص أجال الإجراءات الإدارية والقانونية لإقامة المشروعات بحيث لا تتجاوز 60 يوما.

4) الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار ANDI:

نظرا لبعض الصعوبات التي تتعرض أصحاب المشاريع الاستثمارية ومن أجل تجاوزها ومحاولة استقطاب وتوطين الاستثمارات الوطنية والأجنبية فقد أنشأت الدولة الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمارات سنة 2001 بموجب المرسوم رقم 01-03 المتعلق بتنمية الاستثمار، وهي مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتهدف لتقليص آجال منح التراخيص اللازمة إلى 30 يوما بدلا من 60 يوما في الوكالة السابقة التي حلت محلها.

وأوكلت للوكالة العديد من المهام نذكر منها:

- ضمان ترقية وتنمية ومتابعة الاستثمارات؛
- استقبال وإعلام ومساعدة المستثمر بين الوطنيين والأجانب؛
- تسهيل الإجراءات المتعلقة بإقامة المشاريع من خدمات الشباك الموحد الذي يضم جميع المصالح الإدارية ذات العلاقة بالاستثمار؛
- منح الامتيازات المرتبطة بالاستثمار؛
- تسيير صندوق دعم الاستثمارات؛
- ضمان التزام المستثمرين بدفاتر الشروط المتعلقة بالاستثمار.

5) صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة FGAR

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

أنشئ الصندوق بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 11 نوفمبر 2002 بهدف ضمان القروض الضرورية للاستثمارات التي يجب على الم ص م أن تنجزها كما هو محدد في القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية الم ص م، ويتولى الصندوق ما يلي:

- التدخل في منح الضمانات لفائدة الم ص م التي تنجز استثمارات في المجالات التالية: إنشاء المؤسسات، تجديد التجهيزات، توسيع المؤسسات؛
- إقرار أهلية المشاريع والضمانات المطلوبة؛
- ضمان متابعة البرامج التي تضمنها الهيئات الدولية لفائدة الم ص م؛
- ضمان الاستشارة والمساعدة التقنية لفائدة الم ص م المستفيدة من ضمان القروض؛
- ترقية الاتفاقيات المتخصصة التي تتكفل بالمخاطر التي تنشط في إطار ترقية الم ص م وتطويرها؛
- ضمان متابعة المخاطر الناجمة عن ضمان القروض، وتسليم شهادات الضمان الخاصة بكل صيغ التمويل؛
- إعداد اتفاقيات مع البنوك والمؤسسات المالية لصالح الم ص م؛
- القيام بكل عمل يهدف إلى المصادقة على التدابير المتعلقة بترقية الم ص م وتدعيمها في إطار ضمان الاستثمارات، حيث يحل الصندوق محل البنوك والمؤسسات المالية فيما يخص آجال تسديد المستحقات، وفي حدود تغطية المخاطر طبقا للتشريع المعمول به.

في سنة 2016 منح الصندوق ضمانات لتغطية القروض الممنوحة للم ص م قدرت ب: 6.462.77 مليار دج، وما قيمته 12.139.7 مليار كشهادات ضمان. ومنذ نشأته سنة، استطاع الصندوق ضمان 714 مشروع إنشاء م ص م أي ما قيمته 61.16 مليار دج، و1070 مشروع توسعة م ص م بما يعادل 88.93 مليار دج.

الجدول رقم 07: الوضعية الإجمالية للملفات المدروسة من أبريل 2004 إلى ديسمبر 2016.

شهادات الضمان	عروض الضمان	
964	1.784	عدد الضمانات الممنوحة
66.452.952.070	150.103.106.474	التكلفة الإجمالية للمشاريع (دج)

42.596.569.006	98.398.370.027	مبلغ القروض المطلوبة (دج)
%64	%66	المعدل المتوسط للتمويل المطلوب
22.893.642.058	48.559.917.333	مبلغ الضمانات المقدمة (دج)
%54	%49	المعدل المتوسط للضمانات المقدمة
23.748.591	27.219.685	المبلغ المتوسط للضمانات (دج)
29.178	58.782	عدد مناصب العمل الناشئة
2.277.502	2.553.556	الأثر المالي المناصب الناشئة (دج)
964	1.784	الاستثمار/التشغيل
1.459.887	1.673.801	القرض/التشغيل
784.620	826.102	الضمان/التشغيل

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم.

6) الوكالة الوطنية لترقية الصناعات الصغيرة والمتوسطة ANDPME:

تم إنشاء هذه الوكالة بمساهمة من برنامج الأمم المتحدة للتنمية ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، وتعتبر هذه الوكالة حسب القانون الذي ينظمها ويسيرها كهيئة تنشط تحت وصاية الوزير المكلف بالصناعة الصغيرة والمتوسطة وهذا في إطار:¹

- إنجاز دراسات عامة لاقتراح محاور التنمية لتدعيم القطاع الصناعي؛
- إنشاء بنك المعلومات الصناعية لصالح تنمية وترقية الم ص م؛
- ترقية التعامل الصناعي الدولي والوطني؛
- إنجاز تجهيزات لاستقبال مشاريع الصناعة الصغيرة والمتوسطة.

7) الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية PROMEX:

في إطار تشجيع دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير، أنشئ الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-234 الصادر في 01 أكتوبر 1996. مهامه الرئيسية تتمثل في:

¹ المرسوم التنفيذي الصادر في 1992 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية الصناعات الصغيرة والمتوسطة.

- المشاركة في تطوير استراتيجية ترقية التجارة الخارجية، وتطبيق السياسات الوطنية في المبادلات التجارية؛

- تنشيط برامج دعم وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات. وكذا رصد وتحليل الأوضاع الهيكلية للأسواق الدولية بهدف تسهيل تصدير المنتوجات الوطنية؛

- إنشاء بنك للمعطيات المتعلقة بمجال المبادلات الخارجية، والقيام بالدراسات الاستراتيجية في مجال التجارة الدولية.

المطلب الثالث: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية بالجزائر ومعوقات ذلك

إن الدولة وسعيها منها لتلبية حاجيات أفرادها وتنمية اقتصادها نجدها تهم بصفة كبيرة بتطوير تجارتها الخارجية لما توفره هذه الأخيرة من احتياجات لا تستطيع تحقيقها بنفسها في حالة انغلاق اقتصادها. بالإضافة إلى تحقيق المداخيل النقدية (خاصة بالعملات الأجنبية) تحاول دائما تحقيق فوائض في موازينها التجارية، ففائض الميزان التجاري يعتبر مؤشرا على القوة الاقتصادية للدولة، ما يجعلها تسعى دائما إلى زيادة حجم صادراتها مع العمل، بالمقابل، على تخفيض نسبة وارداتها. ولطالما كانت المؤسسة الخلية الأساسية في الهيكل الاقتصادي لأي بلد، أصبحت الدول تولي عناية خاصة بمؤسساتها عموما والمتوسطة والصغيرة على وجه أخص. ودعم كل مرحلة من حياتها محاولة منها إلى تدويلها لتحسين وضع ميزانها التجاري، وبالتالي وضعية تنافسيتها الدولية. مع مراعاة عامل يعتبر من أهم العوامل الاقتصادية الا وهو الميزة التنافسية التي ينفرد بها كل بلد. لذا انصب اهتمام الدول بتدويل الم ص م لما تحققة هذه الأخيرة من مزايا وخصائص تجعلها أكثر مرونة وأكثر مساهمة في تنمية صادرات البلد الذي تنتمي إليه.

لذلك عملت العديد من الدول النامية ومنها الجزائر على تشجيع هذا النوع من المؤسسات وعيا منها بأهميتها، وعلى غرار دور هذه المؤسسات في حل العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية كالبطالة فإن لها دورا مهما على مستوى الأسواق الدولية، وذلك لسرعة استجابتها للطلب وكذا القدرة التنافسية الكبيرة لهذه المؤسسات بالنظر لميزتها (جودة النوعية، انخفاض التكلفة). لعل ما يمكن أن تتمتع به الجزائر من بعض المزايا النسبية على المستوى العالمي، القاري أو حتى الاقليمي

مثل بعض المنتوجات الغذائية كالعجائن والتمور، إنتاج الزيتون والتمور، المنتجات البحرية، الحلي والفخار... والتي يمكن أن تتحول إلى مزايا تنافسية، إذا ما تمت معالجتها من طرف المؤسسات والسياسات الاقتصادية على حد سواء. لذا تسعى الجزائر من خلال السياسات والهيئات المشار إليها سلفا إلى إيجاد بديل للمحروقات الآيلة للزوال، مع الحرص على تحقيق النمو الاقتصادي مع الاهتمام أكثر بالاستغلال الأمثل للموارد بهدف خلق الثروات وتحقيق الإيرادات.

الفرع الأول: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية في دول العالم

تظهر أهمية الم ص م في تطوير التجارة الخارجية للبلد من خلال مشاركتها الفعالة في تطوير صادراته من جهة وإمكانية تدويلها واقتحامها للأسواق الخارجية من جهة أخرى. على هذا الأساس سنتعرض في هذا الفرع إلى مساهمة الم ص م في تطوير التجارة الخارجية بواسطة التصدير المباشر وغير المباشر، وذلك بالحديث عم ذلك في كل من الدول المتقدمة وكذا النامية.

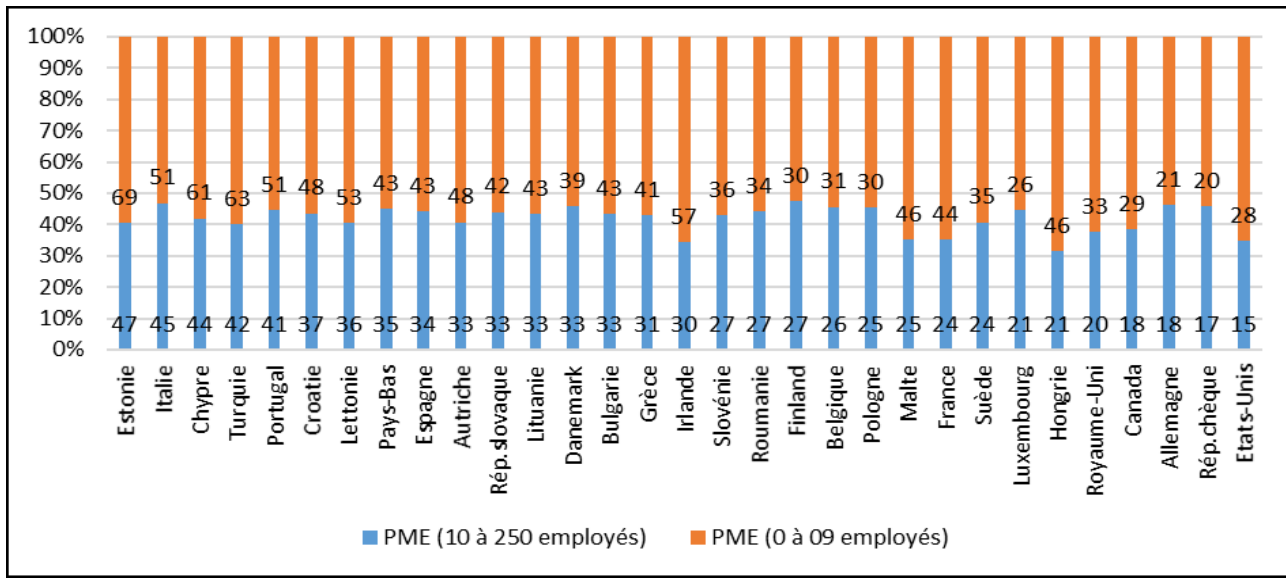
1) التصدير المباشر:

يقصد بذلك بيع المنتجات من السلع والخدمات من طرف المؤسسة في دولة أخرى مما يجعلها في اتصال مباشر مع زبائنها وهذا ما يسمح لها بالتعرف أكثر على احتياجاتهم، من جهة. من جهة أخرى، حماية العلامات التجارية وبراءات الاختراع إذا تعلق الأمر باختراع سلع أو خدمات حديثة. يمكن للمؤسسة انتهاج هذا الأسلوب إذا كانت تتمتع بقدرات مادية ومعنوية، إذ قد تعبئ كل طاقاتها من أجل ذلك مما يضعها في خطر محقق نتيجة تكريس كل مواردها من أجل التصدير.

أ. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير المباشر في الدول المتقدمة

من خلال النموذج الموالي، نلاحظ أن حصة الم ص م في التصدير تجاوزت 50% في عدد قليل من الدول فقط، وعند الملاحظة نجد ان كلها دول أوربية استثناء تركيا. وبناء على ذلك، فقد ساهمت الم ص م بنسبة 34% في صادرات الدول المتقدمة. ويبين ذلك ضعف نسبة مساهمة هذه المؤسسات في صادرات الدول المذكورة بالأخذ بعين الاعتبار كثافتها في النسيج الاقتصادي، حيث أنها تمثل 98% من مجموع المؤسسات في الدول المتقدمة والمنظمة إلى منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية.

النموذج رقم 04: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بواسطة التصدير المباشر في الدول المتقدمة



Source¹.

ب. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير المباشر في الدول النامية:

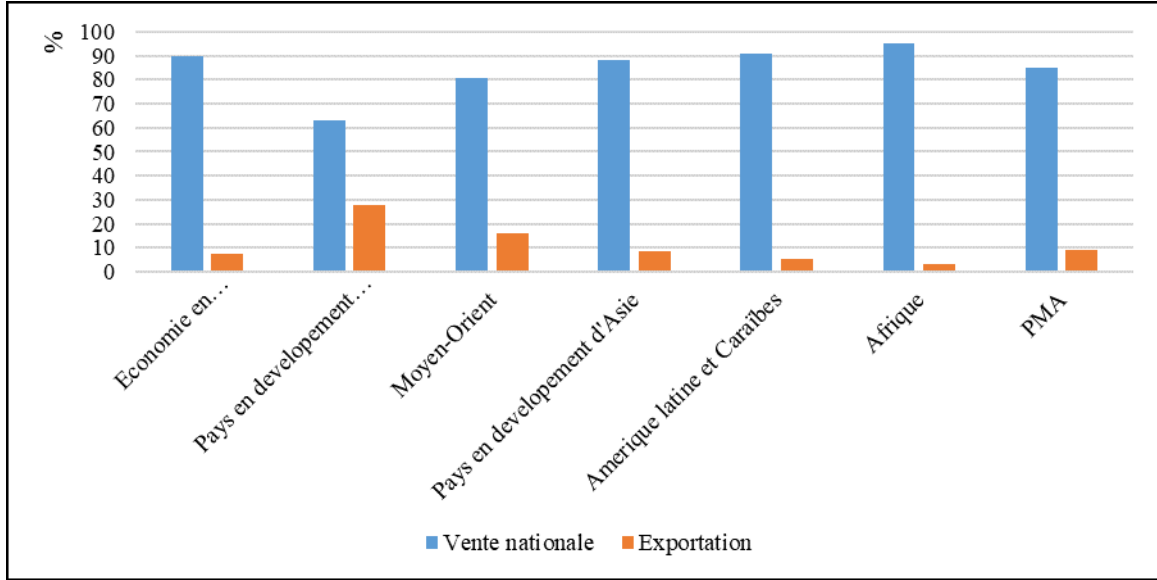
حسب تقرير البنك العالمي وبناء على دراسة أنجزت حول 25000 م ص م، تساهم الم ص م بنسبة 7.6% فقط من مبيعاتها في صادرات الدول النامية عن طريق التصدير المباشر، مقارنة مع المؤسسات الكبيرة التي بلغت نسبة مساهمتها 14.1%.

فحسب الشكل الموالي، تختلف نسبة المشاركة حسب جهات تموقع الدول. حيث سجلت النسب المرتفعة في الدول الأوربية النامية والتي بلغت حوالي 28% من مجموع المبيعات، دول الشرق الأوسط 16%. مناطق الدول الآسيوية نسبا منخفضة لم تتعد 8.7%، أما في دول أفريقيا فقد كانت النسبة

¹ Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC, page 36, Op.cit.

جد ضئيلة حيث بلغت 3% فقط من مجموع مبيعات هذا النوع من المؤسسات في الأسواق الخارجية.

النموذج رقم 05: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بواسطة التصدير المباشر في الدول النامية

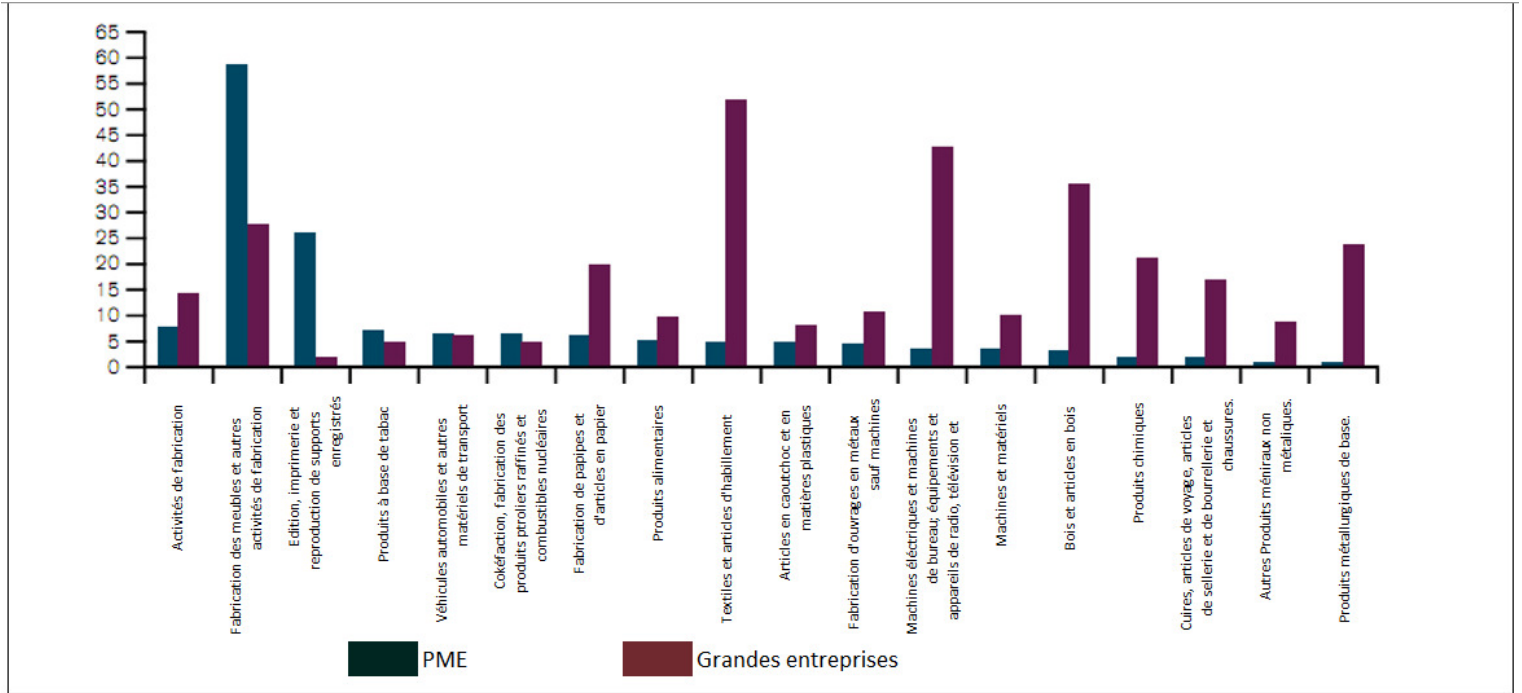


Source¹ :

بالحديث عن التصدير حسب النشاطات فإننا نجد أن التصدير من طرف المصنوع يبقى ضعيفا في جميع القطاعات المصنعة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة، باستثناء قطاعين فقط كما هو مبين في الشكل الموالي:

¹ Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC, page 42, Op.cit.

النموذج رقم 06: الصادرات حسب قطاعات النشاطات وحجم المؤسسات في الدول النامية



Source¹ :

من خلال الرسم البياني نلاحظ أن الم ص م والمؤسسات الكبيرة تسجل نسبة مرتفعة في تصدير المنتجات المنقولة والأثاث (66% و 30% على التوالي، وتنحصر أغلبها في الدول الأقل تقدماً نذكر منها الموزمبيق، تانزانيا، زامبيا، أوغندا، ميانمار... إلخ). كما أنها تسجل نسبة جد ضعيفة في صناعة النسيج، الخشب، المواد الكيميائية والمعدنية... إلخ، حيث لم تتجاوز نسبة ذلك 05% لدى الم ص م.

فيما يخص الخدمات فإن نسبته هي الأخرى شبه منعدمة حيث أنها لم تتجاوز 01% مقارنة بالمؤسسات الكبيرة التي بلغت 32%. وهو ما يعادل 16% في الدول الأقل تقدماً و 40% في الدول النامية.

2) التصدير غير المباشر

¹ Source : Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC, page 43, Op.cit.

على عكس التصدير المباشر، يمكن للم ص م أن تبيع منتجاتها أو خدماتها إلى مؤسسات أخرى تقوم بعملية التصدير عن طريق الوساطة، سواء بواسطة مصالح، أعوان مصدريين، أو موزعين... أو عن طريق إنجاز منتجات تدخل ضمن عملية إنتاج سلع أخرى تقوم بها مؤسسات كبيرة عن طريق العقود الباطنية مثلا وذلك حسب الخصائص المطلوبة لإنجاز المنتج النهائي. فمع تطور التجارة الخارجية والتي نتجت عن تطور وسائل النقل والاتصالات والتكنولوجيات الحديثة، أصبح المنتج النهائي يصل إلى المستهلك بعد تجميع أجزاء وصنعها في بلدان مختلفة. وبذلك كان للم ص م دور بارز في تكوين هذا المنتج وذلك سواء بالمشاركة ضد تيار أو مسار صنع المنتج أو معه تبعا لعلاقتها مع الأجانب.

أ. العلاقة ضد التيار les liaisons en amont

تقوم الم ص م باستيراد مدخلات من أجل استعمالها كمواد وسيطية لإنتاج منتجات أو سلع نهائية توجه إلى السوقين الوطني والخارجي. أو حتى استيراد منتجات وإعادة تسويقها على طبيعتها على الصعيدين الوطني والدولي.

ب. العلاقة مع التيار: les liaisons en aval

حيث تقوم هذه المؤسسات بتصدير منتجات وسيطية من أجل استعمالها في إنتاج منتجات نهائية، وهو م يعرف بالمشاركة في سلسلة القيم الدولية، أو تصدير سلع جاهزة إلى أعوان أو مؤسسات تقوم بإعادة بيعها طبيعتها إلى المستهلك النهائي.

الفرع الثاني: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية في الجزائر

قبل الحديث عن مدى مساهمة الم ص م في التجارة الخارجية للجزائر، يجدر بنا التطرق في المقام الأول إلى وضعية الم ص م المصدرة في الجزائر وذكر بعض المؤشرات الاقتصادية للتجارة الخارجية للوطن ثانيا ثم إلى تقييم دور هاته المؤسسات من خلال الوقوف على نتائج البرامج الاستثمارية المتبناة من طرف الدولة للنهوض بهذا القطاع.

أولاً: وضعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر وخصائصها

1) تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في هذا الفرع نسلط الضوء على وضعية الم ص م للوصول إلى نتائج المجهودات المبذولة من طرف الدولة للاهتمام بهذا القطاع. نشير مسبقاً أننا سنأخذ بعين الاعتبار حصيلة النشاطات لهذه المؤسسات خلال سنة 2016. وأن كل معلومة ستقدم ابتداءً من هذه النقطة تكون موقوفة عند تاريخ 31 ديسمبر 2016.

الجدول رقم 08: التعداد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع نهاية سنة 2016

النسبة %	عدد المؤسسات	نوع المؤسسة	
		الم ص م الخاصة	01
56.32	575.906	الأشخاص المعنوية	
43.65	446.325	الأشخاص الطبيعية	
20.64	211.083	المهن الحرة	
23.00	235.242	نشاطات حرفية	
99.96	1.022.231	المجموع الفرعي 1	
		الم ص م العمومية	02
0.04	390	الأشخاص المعنوية	
0.04	390	المجموع الفرعي 2	
100.00	1.022.621	المجموع العام	

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم.

تشكل بنية الم ص م من 1.022.621 مؤسسة، 65% منها أشخاص معنوية والتي تحتوي على 390 مؤسسة عمومية اقتصادية. في حين 43.65% أشخاص طبيعية تتوزع إلى 21% و 23% مهنا حرة ونشاطات حرفية على التوالي. من جهة أخرى تعود نسبة 99.96% من هذه

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

المؤسسات إلى القطاع الخاص وما لا يفوق 0.04% إلى القطاع العمومي. هذا ما يؤكد اهتمام الدولة بفسح المجال أمام القطاع الخاص للدفع بالتنمية الاقتصادية، لمساندة المؤسسات الكبيرة التي تبقى معظمها حكرًا على القطاع العمومي لما ذلك من تكاليف ومشاكل قد لا يستطيع القطاع الخاص تحملها.

أما فيما يخص التصنيف القانوني لهذا النوع من المؤسسات، فتتوزع هذه المؤسسات على النحو التالي:
الجدول رقم 09: تقسيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب التعريف القانوني.

نوع المؤسسة	عدد المؤسسات	النسبة %
الصغيرة جدا (أقل من 10 عمال)	993170	97.12
الصغيرة (من 10 إلى 49 عامل)	26281	2.57
المتوسطة (من 50 إلى 249 عامل)	3170	0.31
المجموع	1022621	100

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم.

من خلال الجدول نلاحظ أن الم ص م تهيمن بصفة كبيرة على نسيج الم ص م، إذ وصلت نسبتها نهاية سنة 2016 إلى 97.12% محتوية بذلك، كما سبق ذكره، المهن الحرة والنشاطات الحرفية، متبوعة بالمؤسسات الصغيرة بنسبة 2.57% أي ما يعادل 26281 مؤسسة، ثم إلى المؤسسات المتوسطة التي بلغت نسبتها 0.31% فقط من إجمالي المؤسسات.

الجدول رقم 10: توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية حسب عدد العمال وقطاع النشاط.

قطاع النشاط	عدد الم ص م	نسبة الم ص م %	عدد العمال	نسبة العمال %
الصناعة	97	24.87	10572	36.43
الخدمات	81	20.77	7731	26.64
الزراعة	181	46.41	6204	21.38
البناء	28	7.18	4169	14.36
المناجم والمقالع	03	0.77	348	1.20
المجموع	390	100.00	29024	100.00

الجدول رقم 11: توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية حسب عدد العمال وقطاع النشاط.

قطاع النشاط	العدد	النسبة %
01 الزراعة	6130	0.60
02 المحروقات، الطاقة، الخدمات المرتبطة بها	2767	0.27
03 البناء والأشغال العمومية	174848	17.10
04 الصناعة	89597	8.76
05 الخدمات بما فيها المهن الحرة	513647	50.25
06 الحرف	235242	23.01
المجموع	1022231	100.00

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم.

من خلال الجدولين نلاحظ أن الم ص م العمومية تمارس نشاطاتها في جميع قطاع النشاطات، تتمحور أساسا في الزراعة بنسبة 46.41%، الصناعة 24.87% والخدمات 20.77%. كما أن توظف 36% من اليد العاملة الموظفة بقطاع الم ص م. في حين يتركز نشاط الم ص م الخاصة في قطاع الخدمات ثم الحرف، يليها بعد ذلك البناء والصناعات التحويلية.

2) مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تشغيل اليد العاملة:

تشارك الم ص م بشكل ملحوظ في تشغيل اليد العاملة، حيث بلغ عدد مناصب الشغل عند نهاية 2016، 2.540.698 منصب شغل (يشمل كل من العمال وأرباب العمل)، منها 98.86% موظفة بالقطاع الخاص. كما عرفت نسبة التطور في هذا المجال 7.92% في القطاع الخاص بين سنتي 2015 و2016، في حين انخفضت هذه النسبة في القطاع العمومي بنسبة

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

قدرها 33.62%، ليكون معدل نمو التشغيل 7.62% بالنسبة للم ص م. كما هو موضح في الجدول الموالي.

هذه النسبة تدل على تحقيق الدولة لمكسب هام وهو القضاء على البطالة، ولو بشكل تدريجي، والذي يعتبر أهم مشكل اقتصادي لدى الدول.

الجدول رقم 12: تطور مناصب الشغل المصرح بها حسب الفئات

التطور السنوي %	عام 2016		عام 2015		طبيعة م ص م
	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
					الم ص م الخاصة
6.90	58.62	1.498.443	58.75	1.393.256	الأجراء
9.44	40.23	1.022.231	39.40	934.037	أرباب المؤسسات
7.92	98.86	2.511.674	98.16	2.327.293	المجموع الفرعي
33.62-	1.14	29.024	1.84	43.727	الم ص م العمومية
7.16	100.00	2.540.698	100	2.371.020	المجموع

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم.

3) خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- انحصار النشاط في الأسواق الوطنية والمحلية؛
- ممارسة جزء من نشاطاتها في القطاعات الموازية؛
- انحصار مصادر التمويل والاعتماد على رؤوس الأموال العائلية فقط، حيث نتدرا ما تلجأ هذه المؤسسات إلى الاستدانة من الأجانب؛
- اتساع الفجوة بين إدارة المؤسسة والإدارات العمومية؛
- انعدام سياسات التعاون ما بين المؤسسات لاسيما فيما يخص (التجمع، الاندماج...)
- عدم الاستعمال الكلي للموارد المتاحة بسبب غياب المعلومات حول السوق والتقلبات الاقتصادية المتكررة؛

الم ص م في الجزائر عادة ما تشتغل في قطاعات تخلت عنها المؤسسات العمومية، لذا نجد أنها تتبنى نفس السياسة وهكذا تعتبر مؤسسات ريعية وغير مبدعة.

تنحصر نشاطات الم ص م في الحدود الوطنية أو المحلية، ويرجع السبب إلى استعمال التكنولوجيا القديمة واليد العاملة غير المؤهلة مما يحد من تنافسيتها وكذا فرص انفتاحها على الأسواق الخارجية. كما نجد أن الابداع لديها غير محدود وينحصر على قطاعات معينة مثل الصناعة الغذائية.

هناك عامل آخر مهم وهو أن 95% من الم ص م، مؤسسات ذات المسؤولية المحدودة ذات تسيير عائلي أي مسيرة من طرف مالك واحد فقط، وهو المالك المسير في نفس الوقت. حيث يتولى اتخاذ القرارات والمسئوليات.

هذا الطابع يعتبر كعائق لنمو المؤسسة وتطوير نشاطاتها. وذلك نظرا لعزوفها عن اتباع وسائل العصرية في المناجمنت والتسيير وغياب اللجوء إلى التجارة الخارجية.

ثانيا: أهم المؤشرات الاقتصادية المتعلقة بالتجارة الخارجية للجزائر

1) وضعية الميزان التجاري

عرفت التجارة الخارجية للجزائر تراجعا سنة 2016 مقارنة بسنة 2015. يظهر ذلك جليا

من خلال وضعية الميزان التجاري الذي كان على النحو التالي:

أ. **الواردات:** سجلت الجزائر انخفاضا يقدر بـ -9.62% مقارنة بالسنة السابقة أي ما يعادل 46.727 مليون دولار.

ب. **الصادرات:** هي الأخرى سجلت مبلغا قدره 5.785 مليون دولار أمريكي، وهو ما يفسر انخفاضا قدره -16.69% مقارنة بنتائج سنة 2015.

هذا الانخفاض في النتائج يعكس تسجيل فائض في الميزان التجاري قدره -17.844 مليون دولار أمريكي، مما يعني انخفاض نسبة الصادرات بمعدل أكبر منه فيما يخص الواردات خلال الفترة من 2015 إلى 2016. حيث يمكن تلخيص هذه النتائج في الجدول الآتي:

الجدول رقم 13: تطور الميزان التجاري للجزائر خلال سنتي 2015-2016. القيمة بالمليون

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

التطور %	سنة 2016		سنة 2015		
	بالدينار	بالدولار	بالدينار	بالدولار	
9.62-	46.727	5.115.135	51.702	5.193.460	الواردات
16.69-	28.883	3.161.344	34.668	3.481.837	الصادرات
	17.844-	1.953.791-	17.034-	1.711.623-	الميزان التجاري
		62		67	معدل التغطية %

المصدر: إحصائيات التجارة الخارجية للجزائر، سنة 2016، المديرية العامة للحمارك-الجزائر، ص 05.

فيما يخص الواردات: بالنظر إلى طبيعة الواردات الجزائرية، نجدتها قد سجلت انخفاضا في

- جميع أنواع الواردات وذلك بنسب متفاوتة. حيث مست واردات السلع الغذائية بنسبة - 11.72% متبوعة السلع الوسيطة للإنتاج بانخفاض قدره -10.25%. أما بالسلع التجهيزية عرفت انخفاضا قدره 10.40%. فيما يخص السلع الاستهلاكية فقد انخفضت بنسبة - 4.62%.

الجدول رقم 14: تطور واردات الجزائر خلال سنتي 2015-2016. القيمة بالمليون

التطور %	سنة 2016		سنة 2015		طبيعة المنتوجات
	النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	
11.72-	17.60	8.224	18.02	9.316	سلع الغذائية
10.25-	30.67	14.333	30.89	15.970	سلع موجهة للإنتاج
10.40-	34.02	15.895	34.31	17.740	سلع تجهيزية
4.62-	17.71	8.275	16.78	8.676	سلع استهلاكية غير غذائية
9.62-	100	46.727	100	51.702	المجموع

المصدر: إحصائيات التجارة الخارجية للجزائر، سنة 2016، المديرية العامة للحمارك-الجزائر، ص 07.

أما عن الصادرات: كعادتها، تحتل المحروقات الحصة الأكبر في التصدير. إذ ورغم الجهود

المبدولة من طرف الدولة خلال العشرية الأخيرة والتسهيلات المقررة لتشجيع التصدير، فلا تزال

المحروقات تمثل وحدها 93.84% من مجموع صادرات الوطن بانخفاض قدره 17.12% مقارنة

بسنة 2015.

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

أما عن الصادرات خارج المحروقات فلا تزال ضعيفة وقليلة التنوع، إذ بلغت 6.16% من إجمالي الصادرات بقيمة 1.78 مليار دولار أمريكي.

أما عن أهم المنتجات المصدرة خلال سنة 2016، فتمثل الأسمدة المعدنية والكيماوية 25.14%، يتبعه في ذلك الزيوت والمواد الأخرى الناتجة عن تقطير الزيت 21.80%. هذا ما يفسر أن تصدير المواد خارج المحروقات أغلبه مشتقات البترول. تمثل نسبة المواد الغذائية 1.13% أي ما يعادل 327 مليون دولار أمريكي، إذ تفسر هذه المعطيات أن الميزان التجاري يسجل انخفاضا ملحوظا لكل فئات المنتجات الأخرى.

الجدول رقم 15: أهم المنتجات خارج المحروقات المصدرة خلال سنتي 2015-2016.

المنتجات	2015		2016		التطور %
	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	
الأسمدة المعدنية والكيماوية	419.44	21.30	447.68	25.14	6.73
الزيوت ومشتقات الزيت	524.88	26.66	388.18	21.80	26.04-
الأمونياك	477.02	24.23	323.92	18.19	32.10-
سكر القصب أو الشمندر	149.85	7.61	231.65	13.01	54.59
فوسفات الكالسيوم	95.29	4.84	77.99	4.38	18.16-
التمور	34.70	1.76	37.52	2.11	8.13
الهيدروكربونات الحلقية	52.05	2.64	36.32	2.04	30.22-
كحول أسيليك	29.28	1.49	26.38	1.48	9.90-
الهيدروجين غازات نادرة	27.28	1.39	24.39	1.37	10.59-
كابلات وناقل أخرى	1.79	0.09	19.19	1.08	-
المجموع	1969	100	1781	100	9.55-

المصدر: إحصائيات التجارة الخارجية للجزائر، سنة 2016، المديرية العامة للجمارك-الجزائر، ص 12.

2) توزيع الواردات والصادرات حسب الجهات الاقتصادية

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

حسب الاحصائيات الواردة من قطاع الجمارك، نجد أن حركة السلع والخدمات في التجارة الخارجية تتركز مع الشركاء التقليديين، إذ تحتل دول الاتحاد الأوروبي الصدارة في المعاملات التجارية الخارجية بنسبة 47.74% من الواردات و57.95% من الصادرات، تليها دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بنسبة 13.47% للواردات و21.64% فيما يخص الصادرات. نلاحظ تطور ملحوظ لصادرات الجزائر، مقارنة بسنة 2015، نحو هذه الدول، أي من 5.288 مليون دولار إلى 6.251 مليون دولار أمريكي. أما باق الدول فتسجل نسبا ضعيفة فيما كل من الصادرات والواردات لا سيما مع الدول العربية والافريقية، وبعض دول أوروبا وكذا بعض المناطق الآسيوية والأمريكية، كما هو موضح في الجدول الموالي.

الجدول رقم 16: التبادلات الخارجية للجزائر حسب المناطق الاقتصادية (الواردات) الوحدة: مليون دولار أمريكي

التطور %	2016		2015		
	النسبة	بالدولار	النسبة	بالدولار	
-12.97	47.47	22.179	49.29	25.485	الاتحاد الأوروبي
-14.50	13.47	6.295	14.24	7.363	منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (خارج الإتحاد الأوروبي)
-25.80	1.95	909	2.37	1.225	دول أوربية أخرى
1.24	6.11	2.857	5.46	2.822	أمريكا الجنوبية
-1.96	24.86	11.618	22.92	11.850	آسيا
-	-	-	-	-	دول المحيط الأطلسي
0.83	4.14	1934	3.71	1.918	الدول العربية (خارج الإتحاد المغربي العربي)
2.50	1.49	697	1.32	680	دول الإتحاد العربي المغربي
-33.70	0.51	238	0.69	359	دول إفريقيا
-9.62	100	46.727	100	51.702	المجموع

الجدول رقم 17: التبادلات الخارجية للجزائر حسب المناطق الاقتصادية (الصادرات) الوحدة: مليون دولار أمريكي

التطور %	2016		2015		
	النسبة	بالدولار	النسبة	بالدولار	
27.15-	57.95	16.739	66.27	22.976	الاتحاد الأوروبي
18.21	21.64	6.251	15.25	5.288	منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (خارج الإ. أ)
116.22	0.28	80	0.11	37	دول أوربية أخرى
0.30-	5.81	1.678	4.85	1.683	أمريكا الجنوبية

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

3.24-	8.07	2.331	6.95	2.409	آسيا
-	-	-	-	71	دول المحيط الأطلسي
32.69-	1.33	385	1.65	572	الدول العربية (خارج الإ.م.ع)
11.74-	4.74	1.368	4.47	1550	دول الاتحاد العربي المغربي
37.80-	0.18	51	0.24	82	دول إفريقيا
16.69-	100	28.883	100	34.668	المجموع

المصدر: إحصائيات التجارة الخارجية للجزائر، سنة 2016، المديرية العامة للجمارك-الجزائر، ص 18.

الفرع الثالث: تقييم دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في تطوير تجارتها الخارجية

من خلال ما سبق، تجدر الإشارة إلى أنه خلال الفترة من 2001-2014 مقسمة إلى ثلاثة خماسيات، فإن البرامج المسطرة لاسيما البرنامج 2009-2014 وهو برنامج الاستثمار العمومي والذي يتمحور هدفه الرئيسي حول التنمية الاقتصادية وبالخصوص تنمية الم ص م والصناعات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها مصدرا لخلق الثروة والشغل، والذي خصص له مبلغ قدره 21.214 مليار دج، وجهت لدعم الم ص م عن طريق انجاز وتطوير المناطق الصناعية، دعم وإعادة تأهيل الم ص م وكذا تطوير مصادر تمويلها. فإن هناك عدد ضئيل من هذه المؤسسات لم يتجاوز عددها 100 مؤسسة سنة 2012 من أصل 700.000 مؤسسة، تقوم بتصدير منتجاتها خارج المحروقات في الأسواق الأجنبية وبقيم غير معتبرة¹.

حيث انخفض عدد المؤسسات المصدرة للمنتجات خارج المحروقات من 280 مؤسسة سنوات الثمانينيات إلى 80 مؤسسة سنة 2013.

وكما سبق ذكره، تمثل الصادرات خارج المحروقات 6.16% من مجموع الصادرات. فمنذ عدة سنوات تسجل الصادرات خارج المحروقات لدى الم ص م الجزائرية نسبا ضعيفة، بصفة خاصة، وكذا

¹ DJEMAI Sabrina, Les pme exportatrices : croissance hors hydrocarbures : communication sur l'évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombés sur l'emploi, l'investissement et le croissance économique, université de Sétif, mars 2013, université de Béjaia.

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

بالحديث عن مجموع الصادرات بصفة عامة، وذلك مقارنة بتلك المسجلة في الدول النامية والدول المجاورة وعلى رأسها تونس والمغرب.

فبالرغم من الاعتمادات المالية المفتوحة والمخصصة لهذا القطاع، وتشجيع هذا النوع من المؤسسات على التصدير كنوع من الحلول المقترحة من أجل إيجاد بديل لقطاع المحروقات والنهوض بالنسيج الصناعي الوطني، إلا أنها لم تستطع اختراق حدودها الوطنية، ويرجع ذلك أساسا إلى عدة حواجز على رأسها الحواجز غير التعريفية المذكورة سلفا، مما يؤثر سلبا على مداخيل الدولة خارج المحروقات.

يمثل الجدول التالي حصة الم ص م في الصادرات خارج المحروقات، إذ نجد أن نسبة كبيرة من هذه الصادرات يقوم بها هذا النوع من المؤسسات تصل في بعض السنوات إلى 100%.

الجدول رقم 18: تطور الصادرات المسجلة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	
1.58	2.15	1.52	1.05	1.89	1.33	1.07	1.00	907	781	536.5	483.6	الصادرات خارج المحروقات للم ص م

Source ¹.

من خلال المعطيات نستنتج أن الم ص م مازالت غير مستغلة بنسبة كبيرة مما يؤدي إلى ضعف إنتاجياتها عموما، ومشاركتها في التجارة الخارجية خصوصا وبالتالي ضعف مستوى تدويلها.

المطلب الرابع: معوقات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المساهمة في التجارة الخارجية

نظرا لما للم ص م من أهمية بالغة في تطوير التجارة الخارجية العالمية بصفة عامة ولبلداتها الأصلية بصفة خاصة، حاولت معظم المنظمات والهيئات الاقتصادية الدولية إجراء دراسات وتحليل حول مختلف المشاكل والعراقيل التي تقف في وجه هذه المؤسسات لأجل تحقيق تدويلها وبالتالي ضعف مساهمتها في التجارة الدولية.

¹ DJEMAI Sabrina, Les pme exportatrices : croissance hors hydrocarbures : op, cit.

ففي هذا المطلب سنسلط الضوء على مختلف العراقيل التي تعاني منها الم ص م خلال مساهمتها في التجارة الدولية بصفة عامة، ثم نتطرق إلى معوقات الم ص م الجزائرية في المساهمة في تطوير تجارتها الخارجية.

الفرع الأول: عراقيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية مساهمتها في التجارة الدولية

حسب الدراسة التي قام بها كل من مركز التجارة العالمية (ITC)، لجنة التجارة العالمية للولايات المتحدة الأمريكية (USITC)، اللجنة الاوربية، البنك العالمي، منظمة التجارة والتنمية الاقتصادية وكذا المنظمة العالمية للتجارة، فالحديث عن العراقيل يؤدي بنا إلى الحديث عن التكاليف التي تنجم وقد تتحملها المؤسسات عند اختراقها للحدود الجغرافية الوطنية. وحسب نفس الدراسات وخصوصا على الم ص م في الدول النامية، فإن العراقيل تصنف إلى صنفين: تعريفية وغير تعريفية والتي بدورها يمكن أن تنقسم إلى عراقيل داخلية أو خارجية للمؤسسة.

أولا: الإجراءات التعريفية les barrières tarifaires

تتمثل الإجراءات التعريفية أساسا في الحقوق الجمركية التي تتحملها السلع والخدمات عند عبورها دخولا الحدود الإقليمية للبلد. لذا تنتج الحقوق الجمركية تكاليفا ثابتة بالنسبة للم ص م وبالتالي تعتبر كحاجز لها مقارنة بذلك بالنسبة للمؤسسات الكبيرة. فكلما كبر حجم الحقوق الجمركية المفروضة كلما أثر ذلك سلبا على مردودية وريح هذه المؤسسات، بالإضافة إلى محدودية التصدير لديها، كما يؤثر أيضا على حجم الصادرات.

أضف إلى ذلك الإجراءات الصحية وتلك المتعلقة بالصحة النباتية والتي تؤدي إلى تضخيم التكاليف وبالتالي عزوف الم ص م عن التصدير نظرا لعدم قدرتها على مواكبة هذه الشروط، على عكس المؤسسات الكبيرة التي لا تتأثر بشكل ملحوظ بهذه الإجراءات نظرا لضآلة نسبة تكاليفها.

هناك عامل آخر وهو انعدام الشفافية وتعقد الإجراءات وثقلها (من حيث الزمن) عبر الحدود. فتسهيل الإجراءات يساعد الم ص م على مضاعفة صادراتها، في حين تعقدها يؤدي بها إلى التوقف عن التصدير وتسويق منتجاتها محليا.

ثانيا: الإجراءات غير التعريفية les barrières non tarifaires

تعرف الإجراءات غير التعريفية عموما بأنها: "تدابير السياسة العامة غير الرسوم الجمركية العادية، والتي يمكن أن يكون لها تأثير اقتصادي على التجارة الدولية في السلع، عن طريق تغيير الكميات المتداولة أو الأسعار، أو الاثنين معا"¹. ويتمثل أهمها فيما يلي:

- غياب المعلومات حول سيرورة الأسواق الخارجية، وخصوصا صعوبة الاتصال بالمتعاملين الأجانب وكذا صعوبة الدخول والاندماج في سلسلة انتاج وتوزيع منتج محل التصدير؛
- فرض معايير دولية على المنتجات بواسطة شهادات دولية للمطابقة والتي تعتبر مكلفة بالنسبة للمؤسسات، وكذلك نقص المعلومات حول متطلبات البلدان الأجنبية؛
- جهل الإجراءات الجمركية والإدارية وثقلها؛
- محدودية الحصول على مصادر التمويل.

نظرا لضآلة نسبة التصدير المباشر للم ص م، اعتمدت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وكذا منظمة التجارة الدولية سنة 2013 في دراسة قامت بها، على التركيز على مختلف العراقيل التي تواجهها الم ص م من خلال مشاركتها في سلاسل القيم الدولية في مختلف مراحل حياتها.

فخلال استجواب يحتوي 122 سؤالاً وجه ل 524 مؤسسة وجمعية مهنية في الدول النامية، اتضح أن هذه المؤسسات تشارك في سلاسل إنتاج مؤسسات كبيرة، و 173 مؤسسة كبيرة تمارس

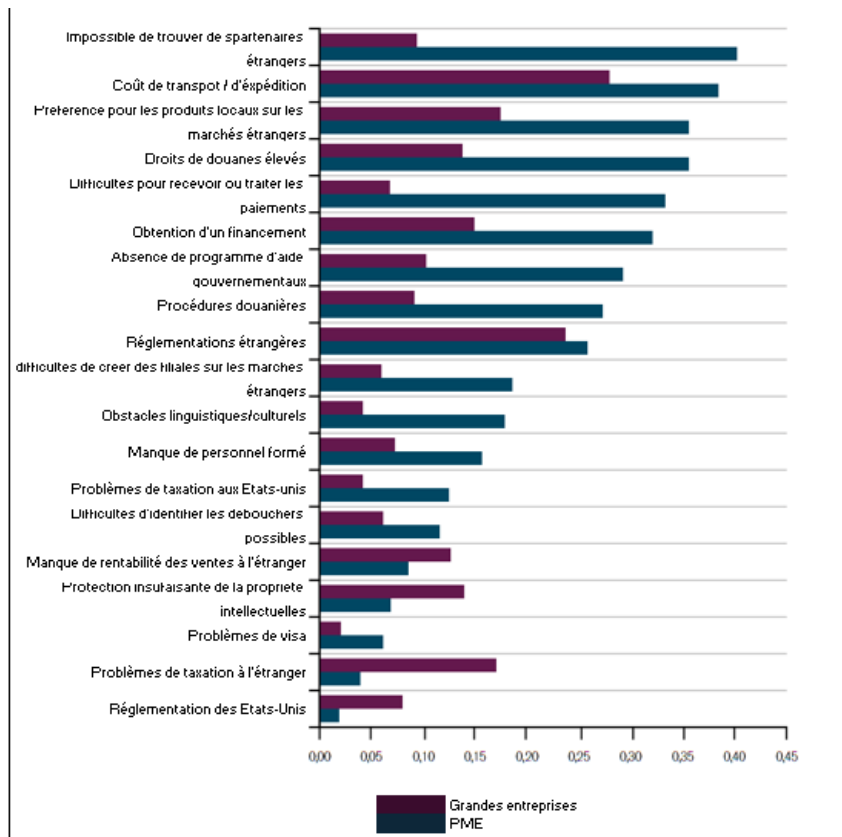
¹ Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, Palais des Nations, Genève, Suisse, 2015.

نشاطاتها بواسطة إدماج مؤسسات أخرى في إنتاج منتجاتها. مع العلم أن الدراسة تمحورت حول خمسة قطاعات: الصناعة الغذائية، تكنولوجيات الإعلام والاتصال، النسيج والملابس، السياحة والنقل.

من خلال ما سبق يمكن تلخيص العراقيل والمعوقات فيما يلي:

- انعدام مصادر التمويل؛
 - نقص الدراية بإجراءات التصدير؛
 - ثقل إجراءات التحصيل من الخارج؛
 - تعقد الإجراءات والوثائق عند عملية التصدير وصعوبة الامتثال للتنظيمات المعمول بها؛
 - انعدام الاستقرار السياسي في البلد الأجنبي؛
 - عدم استقرار معدلات الصرف، وكذا تدني قيمة النقد في البلد الأصلي مقارنة بالبلدان المزمع التعامل معها بالإضافة إلى التذبذبات النقدية؛
 - صعوبة الاتصال مع المتعاملين الأجانب؛
 - التباين والاختلاف الثقافي والاجتماعي بين المجتمعات وكذا اختلاف اللغات؛
 - ارتفاع تكاليف النقل الجوي، البحري والبري الذي ينعلم أحيانا؛
 - ارتفاع تكاليف انشاء مكاتب لتمثيل المؤسسات في البلد الأجنبي؛
 - ارتفاع تكاليف النقل والتأمينات؛
 - الممارسات الفاسدة في الإدارات في البلدان الأصلية؛
 - ارتفاع تكاليف الدعاية والإشهار؛
 - انعدام المعلومات المتعلقة بالأسواق الأجنبية التي قد تسمح بتحليل المعطيات حول الأسواق؛
 - ضعف الموارد البشرية وغياب التكوين لديها فيما يخص التدويل.
- فهذه العراقيل تواجهها المؤسسات بصفة عامة، والصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة في الدول المتقدمة. ولتوضيح ذلك أكثر، المخطط البياني التالي كمثل، يوضح باختصار جملة المعوقات التي تعاني منها المؤسسات الأوربية في تعاملاتها مع الولايات المتحدة الأمريكية.

النموذج رقم 07: أهم العراقيل التي تعيق مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الأمريكية في التجارة الدولية للمواد المصنعة



Source¹.

¹ Source : Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC, page 89, Op.cit.

حيث أن ارتفاع نسبها يؤدي إلى تقليص أرباح هذه المؤسسات الناجمة عن التصدير، مما يجعل المؤسسات الأقل إنتاجية تعزف عن التصدير وتتحصر في الأقاليم الوطنية فقط، وكلما انخفضت نسبة هذه الحقوق كلما زادت فرص المؤسسات في التصدير.

فحسب الدراسة التي قام بها (Fitzgerald et Haller (2014) على الم ص م الإيرلندية، قدرا أن إلغاء الحقوق الجمركية المطبقة ب (10%) من شأنه أن يزيد من مساهمة المؤسسات المتوسطة في التصدير من 11.5% إلى 14.2%، في حين تنعدم نسبة المساهمة لدى المؤسسات الصغيرة.

يختلف تأثير هذا النوع من العراقيل على المؤسسات حسب أحجامها وإنتاجياتها. فالم ص م عادة ما تتأثر بصفة كبيرة ومباشرة مع ارتفاع الحقوق الجمركية. نظرا لأن تطبيق الحواجز التعريفية من شأنه تحميل المؤسسة تكاليف إضافية مستقلة عن تكلفة المنتج وتحديد سعره الوحدوي. إلا أن تأثيرها يختلف بعد تحديد سعر المنتج، حيث أن تطبيقها على منتجات ذات أسعار باهضة لا تؤثر على أرباح المؤسسة مقارنة مع المنتجات ذات الأسعار المنخفضة والتي عادة ما تنسب إلى الم ص م.

على هذا الأساس، أصبحت المؤسسات الكبيرة ذات الإمكانيات والموارد المعتبرة تتجمع في شكل لوبيات من أجل إلغاء التعريفات الجمركية أو تخفيضها.

ثالثا: حواجز أخرى

أ. حلقة المعلومات والتوزيع: تتمثل في التكاليف الناجمة عن خلق ومشاركة الوسطاء في توزيع وتصدير منتجات المؤسسات. والتي يمكن أن تكون على الشكل التالي:

1- حلقة مباشرة من منتج إلى مستهلك

2- إيصال المنتج من المنتج إلى المستهلك عن طريق تدخل وسيط بالتجزئة أو بالجملة.

3- إيصال المنتج من المنتج إلى المستهلك عن طريق وكيل.

يمكن لهؤلاء الوسطاء، والذين ينشطون عامة بصفة مؤسسات، القيام بتوزيع المنتج بصفة مباشرة وهي إيصال المنتج على حالته النهائية. أو غير مباشرة، وذلك عن طريق المشاركة في حلقة

توزيع المنتج بالقيام بوظائف أخرى، ومنها دراسة السوق الخارجية، الإشهار، النقل، خدمات ما بعد البيع... إلخ.

فتكلفة هذه الوساطة من شأنه تحميل المصنوع تكاليف إضافية قد تعيق هدفها المتمثل في تصريف منتجاتها في الأسواق الأجنبية. لأن محاولتها لاجتناب هذه الوساطة يجعلها تواجه عدة عراقيل بنفسها أمام نقص تجربتها منها:

- صعوبة تكييف منتجاتها مع متطلبات الأسواق الأجنبية؛
- عدم القدرة على تحمل تكاليف جمع المعلومات حول التنظيمات القانونية في الأسواق محل التصدير؛

لذا فغياب المعلومة حول الأسواق الأجنبية وهذه التنظيمات يفاقم من خطر رفض المنتجات عند الحدود، بسبب عدم تطابقه مع الخصائص المطلوبة في البلد الآخر، أو على الأقل قد يؤدي بالمؤسسة إلى تحمل أرباح ضائعة.

الجدول رقم 19: أهم العراقيل المتعلقة بالإعلام التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في أفريقيا

الاستعلام حول:	المتوسط %
الاتصالات التجارية والامكانيات التجارية	69
التنظيمات المطبقة	41
إجراءات المساعدة عند التصدير	41
الأسواق المستهدفة	34
معلومات أخرى	02

Source¹.

¹ Source : Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC, page 102, Op.cit.

انعدام الحصول على المعلومة في السوق وكذا الإجراءات التنظيمية في السوق الخارجية يعتبر كحاجز في التصدير، نظرا للتكلفة المتزايدة، وبالتالي الانخراط في شبكة توزيع دولية يثقل كاهل المصنوع نظرا لضعف حجمها في المعاملات التجارية.

من جهة أخرى، لا يجب إخفاء الدور الإيجابي للوساطة، حيث تجدر الإشارة أن لجوء المؤسسات إلى أخرى وسيطية، في حالة عدم قدرتها على تسويق منتجاتها بنفسها، من شأنه ضمان تسويق المنتج بطريقة فعالة، بفضل تحكم هذه الأخيرة في شبكات التسويق، تجربتها التجارية الدولية، اتصالاتها مع الزبائن والتخصص... إلخ. والذي يوفر على المؤسسات المنتجة عدة أتعاب على رأسها عامل الزمن، مشكل اللغة والعادات... إلخ.

مما يجعل الوسيط يخفف على المؤسسة أعباء تسهل عليها إيصال منتجاتها إلى المستهلك بطريقة سريعة وأقل تكلفة. وذلك عن طريق تخفيف المخاطر الملحقة بعملية التصدير عن طريق الضمانات التي يقدمها الوسيط فيما يخص مصداقية الزبائن وائتمان الدفع...

ومن هذا الجانب، فإن عملية الوساطة، بالرغم من أنها تعتبر تكلفة إضافية للمؤسسة المنتجة إلا أنها تجنبها عملية التدويل عن طريق إنشاء فروع لها في الأسواق الأجنبية، مما قد ينتج عنه تكاليف إضافية أخرى مرتفعة (إلا إذا اضطرت إلى ذلك تبعا لأحجام إنتاجها).

ب. النقل والخدمات اللوجستية

تعرف اللوجستية بالعربية فُنُ السَّوْقِيَّات، "هو فن وعلم إدارة تدفق البضائع والطاقة والمعلومات والموارد الأخرى كالمنتجات والخدمات، وحتى البشر من منطقة الإنتاج إلى منطقة السوق، فمن الصعب أو حتى من المستحيل إنجاز أية تجارة عالمية أو عملية استيراد وتصدير عالمية أو عملية نقل للمواد الأولية أو المنتجات وتصنيعها دون دعم لوجستي احترافي. وتتضمن اللوجستيات: تجميع المعلومات، النقل، الجرد، التخزين، المعالجة المادية والتغليف"¹.

¹ مقال حول: نظرة عامة على قطاع الخدمات اللوجستية، إعداد مركز المعلومات لغرفة الشرقية، المملكة العربية السعودية 2008.

تعتبر الخدمات اللوجستية والنقل من أهم العراقيل التي تقف في وجه المؤسسات خلال القيام بعملية تصدير منتجاتها، نظرا لتكاليفها المعتبرة. بالإضافة إلى نقص التجربة حول عملية الشحن الدولي، مقارنة مع المؤسسات الكبيرة، وذلك تبعا للكميات الضئيلة من المنتجات التي تقوم بتصديرها.

ويظهر المشكل جليا في مؤسسات الدول النامية أكثر منها في الدول المتقدمة وفقا لمؤشرات البنك الدولي¹. فعلى سبيل المثال: في أمريكا اللاتينية تكاليف الخدمات اللوجيستية تمثل 72% من رقم الأعمال الإجمالي للم ص م مقابل 15% إلى 18% في المؤسسات الكبيرة.

في نيكاراغوا، تمثل تكلفة الخدمات اللوجستية بالنسبة لمنتج صغير للحوم الحمراء ضعف التكلفة لدى المؤسسات الكبيرة.

أما فيما يخص تكاليف النقل، فهو مرتبط بالمسافة الجغرافية التي تفصل المؤسسات المنتجة عن الزبون. فقد بينت الدراسات أن الم ص م تجد صعوبات في اكتساح الأسواق الأجنبية البعيدة.

كما بينت دراسة أخرى أجريت حول مؤسسات فرنسية أن نسبة تصدير هذه المؤسسات تقل ب 3.7% كلما زادت المسافة بعدا ب 10% عن فرنسا. وخير دليل على ذلك ما تعانيه الم ص م الأوربية المصدرة نحو الو م أ، من ارتفاع في تكاليف النقل والناجم عن بعد المسافة بين البلدين مما يؤثر سلبا على تنافسية السلع المنتجة محليا، أي في أمريكا. لهذا يتوجب على الم ص م التصدير بكميات معتبرة من أجل تلاشي تكاليف النقل.

ت. مشاكل التمويل: إن تصدير المنتجات في الأسواق الخارجية يكلف المؤسسات تكاليف إضافية مقارنة بتسويقها في الأسواق الداخلية، والتي تنجم كما سبق الذكر عن الاندماج في حلقات توزيع معينة، والسعي لمطابقة المنتج لمتطلبات وأذواق المستهلك في الخارج وكذا مساهمة

¹ **Source :** Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC, page 103, Op.cit.

واحترام الإجراءات الإدارية غير التعريفية... هذا ما يجعل المؤسسات المصدرة بحاجة أكثر إلى التمويل الخارجي.

إلا أن غياب المعلومات حول الم ص م وسوابقها من طرف المؤسسات المالية وغياب الضمانات، يؤدي إلى ارتفاع الخطر لدى البنوك وبالتالي رفع معدلات الفائدة التي تؤثر بشكل سلبي على عملية الحصول على القروض الخارجية.

تدني فرصة الحصول على القروض الخارجية يلزم المؤسسات باستعمال مواردها الخاصة وكذا التوجه نحو مصادر التمويل الموازية مما يؤثر سلبا على نسبة التصدير لهذا النوع من المؤسسات.

تجدر الإشارة كذلك أن هناك تجربة قام بها البنك الآسيوي تبين فيها أن أكثر من نصف عدد الطلبات المتعلقة بالتمويل والمقدمة من طرف الم ص م تم رفضها من طرف البنوك، في حين تمت الاستجابة ل 07 % فقط لفائدة المؤسسات المتعددة الجنسيات.

فضعف هذا التمويل في الدول النامية راجع إلى ضعف قدرات بنوكها التمويلية، وانعدام المعلومات حول المؤسسات، نقص السيولة الأجنبية، الأطر القانونية الدولية الصارمة... إلخ. ومثال ذلك تردد البنك العالمي للاستثمار في الدول النامية مما يزيد من تعقد مسألة التمويل في هذه الدول.

ث. تكنولوجيا الاعلام والاتصال: التجارة الالكترونية تقلص التكاليف المترتبة عن المسافة الجغرافية بين المتعاملين الاقتصاديين (البائعين والمشتريين). خاصة مع تواجد هيئات للتعامل مما يؤدي بالم ص م بتفادي صرف نفقات الاستثمار في هذه التجهيزات. إلا أن الم ص م في الدول النامية تشهد تأخرا ملحوظا في استعمال هذا النوع من التعامل مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.

الفرع الثاني: عراقيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية مساهمتها في التجارة الخارجية للجزائر

بعد التعرف على واقع الم ص م في الجزائر ومدى محدوديتها في ترقية التجارة الخارجية للجزائر، سنحاول في هذا الفرع ذكر أهم المشاكل والعقبات التي تقف في وجه هذه المؤسسات، وتحول دون مساهمتها في تطوير التجارة الخارجية للوطن. لا سيما تنمية صادرات البلد خارج قطاع

المحروقات

إن ضعف نسبة صادرات الم ص م عامة، وصادراتها خارج قطاع المحروقات خاصة، تعكس الاختلالات الاقتصادية، المؤسساتية والتنظيمية المسجلة في الجزائر، والتي تؤثر سلبا على المؤسسات المصدرة. حيث يمكن تقسيم هذه العوامل إلى صنفين، كلية وجزئية.

أولا: العوامل الاقتصادية الكلية (macroéconomique)

وتتمثل في تلك العوامل التي تميز المحيط التنظيمي أو المؤسساتي لقطاع الأعمال في الجزائر، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- توجيه قطاع الإنتاج بوجه شبه كلي إلى إشباع السوق الوطنية؛
 - عدم نجاعة نظام التمويل، لاسيما المشاكل المرابطة بمدة التوطين، مدة التحصيل... إلخ؛
 - عدم استفادة المؤسسات الصغيرة جدا من الاقتصاديات السلمية التي تسمح بتنويع المنتجات؛
 - تركيز نشاطات الم ص م في النشاطات ذات الإنتاج الاستهلاكي وانخفاض القيم المضافة؛
 - التركيز على القطاعات المنتجة للسلع غير القابلة للتنازل، حيث أن 32% من الم ص م (من أصل 95% من الم ص م) تشتغل في قطاع الصناعة التحويلية (الغذائية، النسيج...)
 - تداخل مهام الهيئات المكلفة بترقية التصدير وغياب التنسيق في أرض الواقع؛
 - التبعية في تمويل التجهيزات خاصة في قطع الغيار وكذا السلع الوسيطة؛
 - تعقد الإجراءات الإدارية والتي تقلل من إرادة المؤسسة في تصدير منتجاتها نحو الخارج.
- حيث وحسب دراسة قام بها البنك الدولي سنة 2008، لاحظ أن المؤسسة الجزائرية الراغبة في التصدير يتوجب عليها إيداع 08 وثائق وتنتظر 17 يوما لإرسال سلعتها. كما أن التكاليف المرتبطة بالتصدير قدرت 1198 دولار للحاوية الواحدة، مما جعل الجزائر تحتل المرتبة 114 فيما يخص إجراءات التصدير.

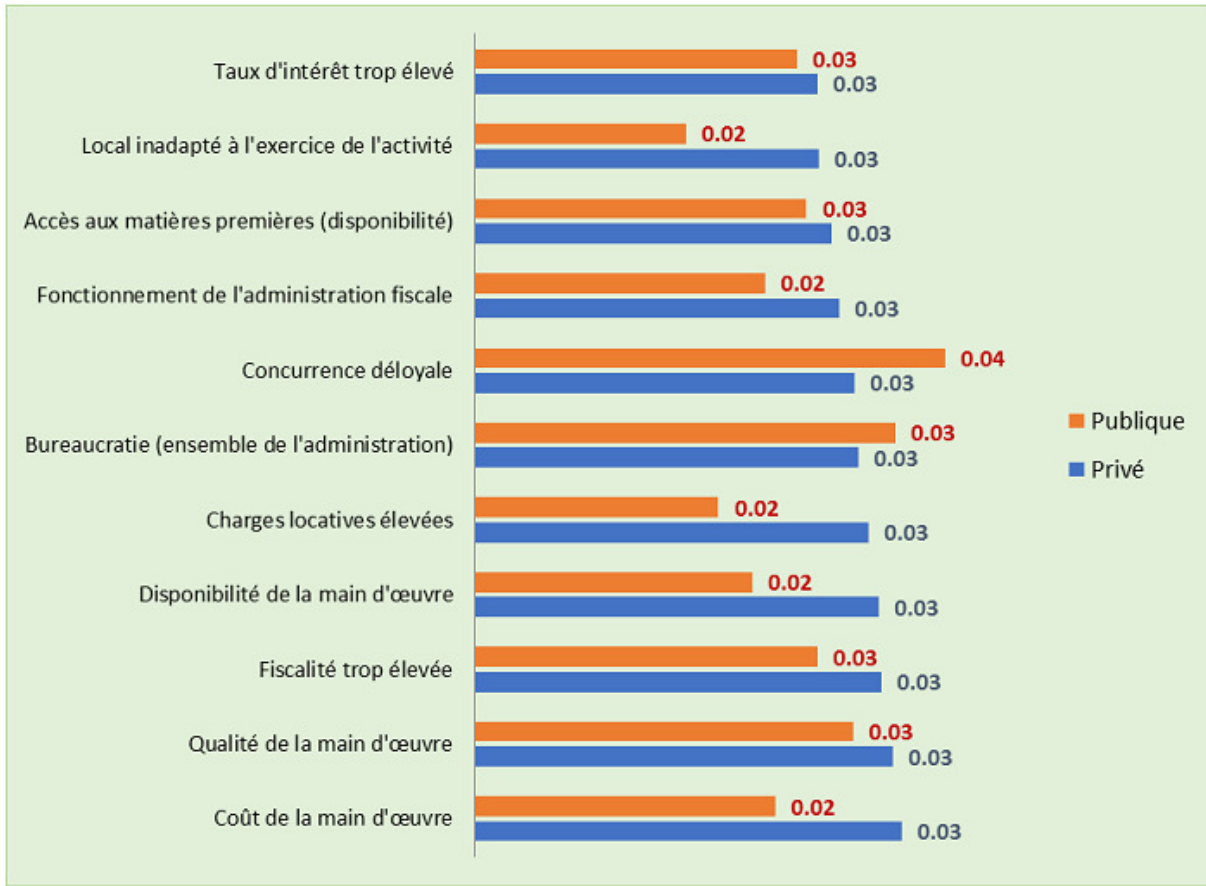
ثانيا: العوامل الاقتصادية الجزئية (microéconomiques)

وهي العوامل المرتبطة بسلوكيات المؤسسة والتي تبين سبب غياب الم ص م الجزائرية في الأسواق الأجنبية.

- العامل النفسي للمؤسسة: تعزف وتتردد دائما في اختراق الحدود الوطنية، ويرتبط ذلك أساسا بالضغط الدولي المرتبط بالمنافسة الدولية وكذا بيروقراطية الإدارة الجزائرية؛
- نقص الاهتمام بوظيفة التصدير ويظهر ذلك جليا في غياب مصالح أو مكاتب من الهياكل التنظيمية للمؤسسة تختص في وظيفة التصدير، مثل التسويق والمنازعات...؛
- ضعف نوعية المنتوجات والخدمات والناجمة عن قدم التجهيزات وتدني تكنولوجياها مما يجعلها مخالفة للمعايير الدولية من جهة. ومن جهة أخرى، ضعف المستوى التكويني للمستخدمين لتسيير التجهيزات الحديثة، وكذا ضعف الإبداع.
- انعدام تجربة الم ص م الجزائرية في التسويق يجعلها تتردد دائما في تسويق منتجاتها نحو الخارج. تختلف معوقات الم ص م حسب طبيعتها القانونية، عمومية أو خاصة، حيث وحسب الرسم البياني نجد أن المؤسسات الخاصة أكثر تأثرا بالعوائق مقارنة بالعمومية.
- أما بالنسبة للعمومية فنجدها تتأثر أكثر بالعوائق المرتبطة بالتسيير والرقابة الإدارية وللقوانين التوجيهية باعتبارها مؤسسات عمومية.
- بالنسبة للمؤسسات الصغيرة جدا نجدها أكثر تعرضا للعوائق المتمثلة في تكاليف اليد العاملة، توفر مصادر التمويل، الجباية، البيروقراطية الإدارية، المنافسة غير المشروعة... إلخ. مما يستوجب على السلطات التدخل لضبطها كون المؤسسات الصغيرة جدا تعتبر الشريحة الأكثر تمثيلا للمؤسسات.

النموذج رقم 08: العراقيل الأكثر جسامة التي تقف في وجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

قطاع النشاط	حجم النشاط		
-------------	------------	--	--



المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم، ص 39. مقياس الرسم: تقاس درجة جسامة العائق من 01 إلى 05، وتعتبر الدرجة أكثر من أو تساوي 03 على أنها أكثر جسامة. أقل من 03 أقل جسامة.

الجدول الموالي يمثل توزيع وتفصيل هذه العوائق وحجم جسامتها حسب حجم المؤسسات من جهة، وقطاع النشاطات من جهة أخرى.

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية

أخرى	المناجم	issme	مواد البناء	الكيميائية، المطاط والبوليميك	الخشب، الفلين والورق	النسيج، الجلود والأحذية	الصناعة الغذائية	أكثر من 250	من 50 إلى 249	من 10 إلى 49	أقل من 10 عمال	عمومية	خاصة	المجموع		
3.62	4.24	3.46	3.27	3.17	3.57	3.13	2.98	2.73	2.65	2.76	3.32	2.26	3,29	3,29	وفرة اليد العاملة	اليد العاملة
3.43	4.20	3.79	3.38	2.97	3.76	3.32	3.13	2.38	2.83	2.82	3.51	2.45	3,48	3,48	تكلفة اليد العاملة	
4.29	4.42	3.62	3.20	3.90	3.71	3.41	2.79	3.29	3.24	3.34	3.41	3.09	3,41	3,41	نوعية اليد العاملة	
3.00	0.35	2.76	2.14	2.49	2.98	2.59	2.52	2.08	2.33	2.38	2.63	2.07	2,62	2,61	الحصول على الضرائب	القروض والضرائب
3.33	0.75	2.94	2.65	2.72	3.10	2.94	2.54	3.10	3.25	2.77	2.79	2.63	2,80	2,80	معدلات الفوائد المرتفعة	
3.00	0.53	2.97	2.73	2.32	3.16	2.55	2.49	2.74	2.74	2.80	2.72	2.50	2,72	2,72	سير البنوك	
4.16	0.91	3.18	3.02	3.10	3.75	3.44	3.15	3.34	3.46	3.73	3.31	2.80	3,32	3,32	جباية مرتفعة	
2.50	0.69	3.23	2.25	3.18	3.14	3.19	2.86	2.69	2.73	2.87	2.98	2.36	2,97	2,97	سير الإدارة الجبائية	مواد أولية، تجهيزات ومدخلات أخرى
4.60	0.75	2.60	2.79	2.07	3.16	3.00	2.78	2.46	2.61	2.79	2.91	2.70	2,90	2,90	وفرة المواد الأولية	
3.71	0.90	2.66	2.24	2.75	2.92	2.84	2.72	2.66	2.90	2.95	2.73	2.73	2,74	2,74	وفرة قطع الغيار	
3.25	0.88	2.57	2.21	2.17	2.89	2.81	2.77	2.86	2.88	2.81	2.68	2.92	2,68	2,68	وفرة التجهيزات	
1.80	0.38	1.66	1.47	1.60	2.11	1.60	2.08	1.80	2.19	1.92	1.79	1.84	1,80	1,80	النقل البري	النقل
1.01	0.33	1.75	1.11	0.89	2.00	1.59	1.80	1.80	1.96	1.83	1.63	2.08	1,64	1,64	النقل الجوي	
1.01	0.29	1.48	1.13	0.92	1.64	1.31	2.04	2.03	2.22	1.93	1.53	2.19	1,55	1,55	النقل بالسكك	
1.67	0.38	1.73	0.92	1.18	1.91	1.78	1.93	2.46	2.24	2.21	1.67	2.19	1,70	1,71	النقل البحري	
2.67	0.64	2.07	1.41	1.91	2.07	2.14	2.25	3.00	3.07	2.82	2.00	2.90	2,05	2,05	معدلات مرتفعة على المدخلات	الجمارك
2.67	0.26	1.74	1.44	1.40	1.98	1.88	1.99	2.92	2.65	2.51	1.79	2.68	1,83	1,83	معدلات منخفضة على الاستيراد	
2.00	0.39	1.86	1.39	1.43	1.90	2.10	2.12	2.55	2.58	2.46	1.85	2.93	1,89	1,89	سير الجمارك	
2.00	0.49	2.33	1.82	1.16	2.05	2.44	2.09	2.08	2.27	2.25	2.09	2.44	2,10	2,10	سير مصالح مراقبة النوعية	مصالح المراقبة والإدارة
2.00	0.54	2.19	1.79	1.16	2.11	2.61	2.24	2.04	2.17	2.27	2.15	2.32	2,16	2,16	سير مصالح النظافة	
3.33	0.43	2.41	1.77	2.07	2.06	2.60	2.36	2.27	2.23	2.32	2.28	2.45	2,28	2,28	سير مصالح مكافحة الغش	
3.80	0.94	3.14	2.93	2.41	3.17	3.21	3.25	3.19	3.11	3.29	3.12	3.42	3,13	3,13	البيروقراطية أشكال أخرى	الهياكل
2.75	0.33	3.13	2.14	0.91	2.67	3.03	2.99	1.58	2.05	2.03	2.83	1.72	2,80	2,80	محل غير متوافق مع نوع النشاط	
3.00	0.74	3.38	2.44	2.87	3.38	3.53	3.05	1.98	2.10	2.36	3.25	1.99	3,21	3,21	ألعاب كراء مرتفعة	
3.00	0.82	3.15	3.04	2.00	3.01	3.34	3.23	3.29	3.22	3.38	3.09	3.83	3,10	3,10	المنافسة غير المشروعة	الفرص
2.20	0.69	2.56	2.49	2.36	2.52	2.77	2.32	2.81	2.63	2.67	2.47	3.33	2,48	2,48	المنافسة	
2.00	0.42	1.86	1.83	1.84	1.91	1.78	2.01	2.25	2.25	2.23	1.86	2.32	1,87	1,87	مصالح التوزيع	
2.00	0.49	1.77	1.42	1.61	1.90	1.94	2.16	3.04	2.61	2.35	1.85	2.89	1,88	1,88	معلومة إحصائية	الوصول إلى المعلومة
1.67	0.49	1.85	1.47	1.61	1.61	1.91	2.11	2.96	2.58	2.37	1.79	2.86	1,83	1,83	معلومة تقنية	
2.00	0.63	1.71	1.56	1.26	1.93	1.97	2.08	3.17	2.70	2.40	1.81	3.02	1,85	1,85	خدمة تقديم استشارة للمؤسسة	

الجدول رقم 20: درجة جسامه عوائق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم، ص

ثالثاً: الإجراءات الكفيلة للحد من هذه العراقيل

سعيًا من السلطات الجزائرية إلى تدارك ضعف مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة في المشاركة في ترقية التجارة الخارجية، تم اقتراح مجموعة من الإجراءات من أجل تسهيل تنمية وسير هذه المؤسسات نلخصها في الجدول التالي:

الجدول رقم 21: الإجراءات والتدابير المقترحة لرفع مساهمة الم ص م في التجارة الخارجية.

الوحدة: %.

إجراءات أخرى	محااربة الرشوة	تسهيل الحصول على التجهيزات	إعانة الم ص م ماليًا	تخفيف الأعباء الإجماعية	مساعدة الم ص م في إعادة تأهيلها	محااربة البيروقراطية	مكافحة المنافسة غير المشروعة	تسهيل الحصول على المواد الأولية	تخفيف الجباية	تسهيل الحصول على القروض	SO	
القطاع القانوني												
3.5	3.0	6.6	16.8	6.1	5.2	5.6	7.4	15.8	20.9	4.8	4.3	خاصة
2.5	1.2	5.0	4.2	9.3	7.9	9.1	23.8	13.5	17.1	6.4	3.9	عمومية
حجم المؤسسات												
3.3	3.0	6.6	17.2	6.1	5.3	5.4	7.3	16.0	21.0	4.7	4.2	أقل من 10 عمال
9.3	2.4	7.8	7.8	6.9	2.3	10.7	8.9	12.0	18.4	7.9	5.5	من 10 إلى 49
5.9	3.4	3.5	4.3	7.1	5.4	9.5	10.3	13.1	19.3	10.0	8.0	من 50 إلى 249
4.3	2.0	5.6	4.8	7.7	6.8	8.6	19.6	13.6	18.1	7.4	6.5	من 250 وأكثر
قطاع النشاط												
3.0	3.1	4.5	19.3	6.9	7.1	7.1	10.2	8.5	19.1	3.0	8.2	الصناعة الغذائية
4.3	3.6	4.3	14.6	6.5	4.8	5.2	7.5	16.6	25.6	5.2	1.9	الخشب، الفلين والورق
1.0	0.2	29.3	11.6	1.4	0.7	10.7	8.8	16.4	24.6	0.9	8.3	الكيمياء، المطاط والبلاستيك
2.2	4.9	8.2	13.7	6.3	3.5	6.0	8.2	15.9	22.9	6.4	2.0	issme
3.4	2.9	2.8	16.9	4.3	6.7	8.0	9.0	12.8	20.8	5.6	6.8	مواد البناء
3.0	1.5	9.1	18.8	6.9	7.0	3.9	5.3	19.0	20.2	3.7	1.7	النسيج، الجلود والأحذية
2.6	2.6	6.3	76.0	1.9	0.5	3.1	1.2	28.3	5.1	28.4	0.9	المناجم
15.3		5.0	41.6	24.9	0.1	0.1	0.0	24.1	3.4	3.7	14.1	أخرى

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم، ص 41.

من خلال الجدول نلاحظ أنه يتوجب على السلطات الاهتمام بالدرجة الأولى بتخفيف الجباية ورفع المساهمات المالية الممنوحة لهذه المؤسسات. في المرتبة الثانية التمسّت 16% من المؤسسات من السلطات العمل على تسهيل الحصول على المواد الأولية وذلك بالنسبة لجميع أصناف المؤسسات وكذا قطاعات النشاط، وكذا محاربة المنافسة غير الشرعية التي تضعف إنتاجية المؤسسات لاسيما العمومية منها. من جهة أخرى اقترحت 07% من المؤسسات تدعيم الحصول على التجهيزات وكذا تخفيف الأعباء الاجتماعية والقضاء على البيروقراطية.

إضافة إلى هذه التدابير والتي تعتبر خارجية عن المؤسسة، يتوجب على المصممين الاهتمام بعامل جد مهم مرتبط بإرادتها وجهودها الداخلية بالدرجة الأولى والذي يتمثل في تحسين منتجاتها المقدمة في الأسواق الوطنية والخارجية المتمثل في الإبداع.

الفرع الثالث: الإبداع كرهان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنمو الاقتصادي الجزائري الخارجي

من خلال ما سبق ذكره، فإن دور المصممين في دعم صادرات الوطن جد ضعيف، ويرجع ذلك أساساً إلى سلوكها الذي يتماشى والأوضاع الحالية التي يشهدها السوق. إذ تعاني المؤسسة الجزائرية من انعدام ما يسمى بـ "ثقافة الإبداع" وما لهذا الأخير من أهمية والتي تساعد المؤسسة على تحقيق هدف التدويل، والقدرة على المنافسة على مستوى الأسواق الدولية¹. يرجع سبب ذلك إلى ما يلي:

أ. الظروف الحالية للسوق الجزائرية: تنتهز المصممين الجزائرية الغموض الذي يكتنف السوق الوطنية والتي لا تسمح للمستهلك بالتحكيم بين المنتجات والمؤسسات، وهذا ما يدفع هذه الأخيرة بالتماطل وعدم بذل جهد إبداعي لتطوير منتجاتها وتسويق منتجات ذات نوعية بسيطة ومتدنية.

هذا الوضع، يجعل المؤسسات الوطنية في خطر لا سيما عند انفتاح السوق الوطنية على الخارج خاصة الاتحاد الأوربي.

¹ تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين تهديدات وفرص التدويل: قراءة في بعض المقالات الأكاديمية والمعطيات

تجدر الإشارة أيضا إلى هيمنة القطاع الموازي في بعض قطاعات الإنتاج مما يغيب حافز الابداع لدى المؤسسات العاملة في إطار القانون. خاصة في ظل غياب فرض إجراءات ومعايير وطنية على المنتجات المحلية لا سيما فيما يخص الجانب الأمني والصحي للمنتوج الوطني.

ب. **الوضع الداخلي ونظام الحوكمة للمؤسسة:** هناك عدة عوامل داخلية مرتبطة بنمط التسيير لدى المؤسسة وكذا نظام الحوكمة فيها.

● صعوبة الحصول على الموارد المالية لاسيما الموجهة لتطوير جهود البحث والتنمية وكذا الاستثمارات المرتبطة بالإبداع.

● الاعتبارات الاجتماعية والثقافية التي تغطي على تسيير الم ص م باعتبارها أغلبها مؤسسات ذات طابع عائلي. حيث أن تسيير هذه المؤسسات يؤدي إلى صدور تصرفات غير عقلانية من طرف المالك المسير لها. حيث يؤثر سلوك المقاول الجزائري سلبا على تدويل مؤسسته، إذ تهتم هذه الأخيرة بتسويق منتجاتها محليا مع الغياب المطلق بالاهتمام بعامل نوعية المنتجات المسوقة، بسبب غياب منافسة الشركات الأجنبية، ما يعكس انعدام ثقافة الابداع والتنافسية لدى المقاول الجزائري التي ترجع أساسا إلى تدني مستوى التكوين لدى هؤلاء. المسير وكما سبق الإشارة إليه هو المالك في الم ص م، وفي الجزائر هذا المالك المسير ليس له أي شهادة أو مؤهلات أو على الأقل مستوى معين من الدراسة تسمح له بلعب دوره الذي يعتبر دورا بالغ الأهمية في الم ص م. لذا نجد أن هناك م ص م يديرها مالكين ليس لهم المؤهلات المطلوبة لسير العملية الانتاجية، وتعبئة الموارد الداخلية والخارجية، ووضع استراتيجيات ترقية الابتكار وتطوير مؤسساتهم وقدراتها التنافسية والانفتاح على الأسواق الدولية. ضف إلى ذلك فمعيار القرابة هو الأكثر شيوعا في التوظيف بدلا من توظيف كفاءات من خارج العائلة.

كما ينعكس السلوك الثقافي الاجتماعي سلبا على التسيير، حيث نجد أن المالكين المسيرين لهذه المؤسسات يجتنبون اللجوء إلى أشخاص أجنب عن العائلة من أجل الاقتراض أو الاندماج أو الشراكة، مما يحد من قدرات المؤسسات وإمكانياتها وبالتالي محدودية انتاجياتها.

ت. غياب الاهتمام بنشاطات البحث العلمي والتطوير: مشكل آخر تعاني منه الم ص م بالجزائر، شأنها في ذلك شأن المؤسسات الكبيرة، وهو عدم الاهتمام بعملية تمويل نشاطات البحث العلمي والتطوير، إذ أنها لا تمتلك الكفاءات التقنية اللازمة لتطوير مشاريع الابتكار ويرجع ذلك إلى عدم الاهتمام بعملية تمويلها. مما يؤدي إلى هجرة المستخدمين التقنيين منها (الباحثين، المهندسين، التقنيين...) نظرا لعدم اهتمام هذه المؤسسات بهذه الطبقة من صانعي القرار.

يهتم مالكي المؤسسات منذ الوهلة الأولى بتحقيق الأرباح وتوجيهها إلى تغطية المصالح الشخصية، متجاهلين بذلك الالتزامات الملقاة على عاتقهم اتجاه مؤسساتهم، لاسيما احترام المبادئ المحاسبية، واجباتهم نحو الهيئات الرسمية (مصالح الضرائب على سبيل المثال...) ومختلف المصالح، ملقين بذلك اللوم على السلطات العمومية بعدم اهتمامها بهذا النوع من المؤسسات ومرافقتها، وتقديم إجراءات تسهيلية للحصول على المعلومة المناسبة لتطوير وتحفيز الابتكار. وفي الواقع هذا ما يؤثر مباشرة على عملية الابداع لدى هذه المؤسسات.

على هذا الأساس، وانطلاقا من بداية سنوات التسعينات، وتبعا للتحول الذي شهده الاقتصاد الجزائري، والتحول من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، انصب اهتمام السلطات الوطنية على الاهتمام والنهوض بقطاع الم ص م. تجسد ذلك في تبني قانون جديد حول الاستثمار بموجب المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية الاستثمار، وفي سنة 2001 صدر القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتضمن لقانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمذكورين سلفا.

سعيًا من السلطات الجزائرية إلى تنويع صادراتها خارج قطاع المحروقات، اهتمت بوضع مخططات وبرامج وإنشاء هيئات لتنفيذها، من أجل تطوير تنافسية الم ص م وتنمية قدراتها الإبداعية.

أولاً: جهود الجزائر المبذولة فيما يخص الإبداع.

المفهوم الم ص م المبدعة: يعني تلك المؤسسات التي تتبنى مراحل محررة من أجل صنع منتجات جديدة أو تحسين المنتجات المحلية، أو تعديل مسار التسيير من أجل ترقية ونجاعة نشاطاتها¹.

تسهر السلطات الجزائرية على وضع حيز الخدمة مجموعة من الإجراءات من أجل دعم وإنشاء ونمو الم ص م المبدعة، وذلك وعيا منها بأهمية دورها في المجال التنافسي المحقق بواسطة الإبداع، وبالتالي تنويع صادراتها ودعم النمو الاقتصادي للبلد.

1. سياسات دعم الإبداع للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: منذ بداية سنوات التسعينيات، تسعى الجزائر إلى مرافقة ودعم الم ص م من أجل تطوير قدراتها، وتهيئة الظروف الملائمة لها من أجل تطويرها واعتمادها على الإبداع.

2. هيئات التنسيق وثمانين البحث ومساهماتها في تطوير الإبداع: أوكلت مهمة تطوير الإبداع للم ص م في الجزائر إلى هيئتين وطنيتين، هدفهما الرئيسي تطوير المعرفة ونشرها لدى المؤسسات من أجل دعم وتطوير إبداعها.

أ. الوكالة الوطنية لثمانين نتائج البحث والتطوير التكنولوجي: دورها تقديم خدمات من أجل تطوير القدرات الإبداعية للم ص م الجزائرية. لم تحقق هذه الوكالة تقدما معتبرا، حيث وحسب حصيلة نشاطاتها لسنة 2012، فقد تبين ضعف مستوى الإبداع لدى هذه المؤسسات من سنتي 1998-2005، ولم يتم تأهيل سوى 270 مشروعا بحث من أجل 700 مشروع مرشح للتأهيل.

ويعكس ذلك، فشل أكثر من 50% من مشاريع البحث للتعبير وبلوغ أهدافها الاقتصادية والاجتماعية، من جهة. ومن جهة أخرى، فشل هيئات وبرامج تنظيم وتطوير البحث في الجزائر.

¹ HAMMOUTENE Ourdia et FERFERA Mohammed Yassine, La PME innovante ; un atout pour la croissance économique en Algérie, 2014.

ب. المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية INAPI: تم إحدائه سنة 1998 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المؤرخ في 21 فبراير 1998، ووضعت تحت وصاية الوزارة المكلفة بالصناعة والمناجم.

هدفه الرئيس الحفاظ على الملكية الفكرية والصناعية للمؤسسات الجزائرية تبعا لعضوية الجزائر للمنظمة العالمية للملكية الفكرية.

حيث يمكن اعتباره كعنوان لضبط النمو للاقتصاد والمؤسسات الجزائرية، وذلك من خلال تسهيل إجراءات الحصول على اكتساب الملكية الصناعية، التي تعتبر عنصرا مهما في استراتيجية النمو الاقتصادي المرتكز على الإبداع. ويتجسد ذلك جليا من خلال أحكام المرسوم التأسيسي المحددة لمهامه المتمثلة في:

- حماية الاختراع، علامات التصنيع، التجارة والخدمات؛
 - تسجيل، إصدار ونشر شهادات الملكية الصناعية. حماية النماذج والرسوم الصناعية،
 - تنمية وتطوير القدرات الإبداعية والاختراعية،
 - الإعلام القانوني فيما يخص الملكية الصناعية؛
- من خلال تقييم دور الهيئة، نستنتج محدودية نشاطاتها والمتمثلة في تسجيل محتشم لبراءات الاختراع، وكذا محدودية نشاطاتها الحرفية وتأطير نشاطات الإبداع. يرجع ذلك أساسا إلى:
- عدم وجود صندوق مالي لإعانات للمخترعين؛
 - غياب التكوين حول حماية الملكية الفكرية؛
 - إنعدام وجود نظام للإعلام حول براءات الاختراع؛
 - غياب التنسيق مع الهيئات الأخرى وعلى رأسها الوكالة الوطنية لشمين نتائج البحث والتنمية التكنولوجية وكذا وزارة التعليم العالي والبحث العلمي؛
 - خلق آليات وطنية تسمح بنشأة المؤسسات المبدعة؛

- تطوير ثقافة الإبداع لدى المؤسسات الوطنية من أجل جعلها المصدر الرئيسي لنمو وترقية الإنتاجية الوطنية عن طريق الاستيلاء على التكنولوجيات الناشئة؛
- خلق مناصب الشغل.

تم تعزيز هذا الاهتمام بإنشاء هيئة أخرى تمثلت في الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والتنمية التكنولوجية ENVERDET مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري ذات شخصية معنوية والاستقلال المالي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي 38-137 المؤرخ في 03 ماي 1998 تحت وصاية وزير التعليم العالي والبحث العلمي، هدفه تقوية الروابط بين قطاع البحث العلمي والصناعة.

ثانيا: تقييم النظام الوطني للإبداع

يسجل النظام الوطني للإبداع عجزا ملحوظا في تشجيع الإبداع وذلك من خلال عجز الهيئات الوطنية في الربط بين إنتاج المؤسسات الوطنية واستخدام المعارف. ويظهر ذلك في غياب أثر البحوث العلمية الجامعية على تطوير إبداع المؤسسات الوطنية. كما أن برامج التكوين المتبناة في النظام التربوي الجزائري لا تتوافق مع حاجات المؤسسات في الواقع. حيث يشهد النظام غياب التخصصات المتعلقة بالتسيير وريادة الأعمال (entreprenariat) والتي من شأنها إنشاء م ص م مبدعة. كما أننا نلاحظ أن الجامعة الجزائرية تركز على الكم فيما يخص تخرج الطلبة متجاهلة بذلك نوعية التكوين الحقيقية المطلوبة من طرف المقاولات الجزائرية على مستوى السوق الوطنية.

التركيز على تطوير الإبداع في قطاعات محدودة فقط على رأسها الصناعة الغذائية والتخلي عن الاهتمام بقطاعات حساسة مثل الصناعات الطاقوية والتي من شأنها تحقيق التنافسية وتنويع الصادرات، والتي تمثل الشغل الشاغل للاقتصاد الوطني.

من خلال ما سبق ذكره نستنتج أن الم ص م الجزائرية تعاني من مشكل عويص فيما يخص الإبداع تتمثل أساس في غياب رسم سياسة وطنية للإبداع في أوساط المؤسسات الجزائرية. ويرجع ذلك إلى فشل السلطات العمومية في رسم مبادئ واضحة وفعالة للنظام الوطني للإبداع يتبنى سياسة إبداع قوية من شأنها تعزيز تنافسية المؤسسات ودعم النمو وبالتالي دفع التنمية الاقتصادية.

فعلى مستوى المؤسسة فيجب عليها الاهتمام بتطوير وتنوع مواردها المالية من أجل تمويل مشاريع البحث والإبداع، إعادة النظر في تنظيمها الهيكلي الداخلي من خلال إنشاء وحدات أو مصالح مكلفة بالبحث والتنمية، والاهتمام بتأمين كفاءاتها.

أما على المستوى الكلي فيجب على السلطات الاهتمام بعملية تقليص الفجوة بين نظام الإبداع المتبع والبحث الصناعي، وكذا توجيه نظام البحث العلمي نحو حاجات المؤسسة.

الخاتمة:

يعتبر البترول المورد الوحيد للجزائر لتحقيق الإيرادات التي توجه لتغطية جميع احتياجات البلد بمختلف أنواعها.

لما كان البترول ثروة آيلة للزوال، وجب على الجزائر أن تحضر نفسها لما بعد البترول وتطبيق استراتيجية تسمح بترقية وتطوير الصادرات خارج المحروقات، من جهة، ومن جهة أخرى، اعتمادها على نفسها (من خلال مؤسساتها) إلى أقصى حد ممكن، علت تحقيق اكتفاها ذاتيا. لذلك، تعمل الحكومة من أجل وضع استراتيجية وطنية في مجال ترقية التنمية الاقتصادية، تهدف إلى تنوع الانتاج وتثمين المواد الأولية للبلاد وإحلال المنتجات المحلية محل الاستيراد وكذلك ترقية الصادرات خارج المحروقات. إن تحقيق هذا الهدف تظهر جهوده جليا في الاهتمام بالمؤسسات الوطنية، وتشجيعها على العمل من أجل أن تتجاوب مع متطلبات السوق الدولية. لأنه ومع الانفتاح على الأسواق الخارجية، تسعى هذه المؤسسة إلى الحفاظ على مكانتها، بل محاولتها إلى الترقية، وذلك عن طريق كفاحها في سوقها المحلية بمنافسة الأجنبية المستوردة، في بادئ المر، ثم محاولتها إلى توجيه منتجاتها نحو السوق الأجنبية.

زيادة على ذلك، تسعى الدولة إلى دفع مؤسساتها نحو الرقي، بواسطة تسخير كل طاقاتها، التي تم التطرق إليها أثناء المذكرة، من أجل أن يحظى المنتج الوطني بالميزات التنافسية من خلال إنشاء أجهزة مختصة أساسا بضمنان مراقبة التجهيزات المستعملة والسهر على النوعية الجيدة للمعاملات التجارية، حت تتمكن المؤسسات المحلية من منافسة نظيراتها في الأسواق الخارجية.

لما كانت الصادرات المحرك الساسي للتنمية والنمو، كثفت الدولة جهودها في تعبئة مؤسساتها وترشيدها للمساهمة في هذه العملية، لا سيما الصغيرة والمتوسطة منها. إذ في الآونة الأخيرة، وضعت السلطات العمومية برامج دعم هامة ومجموعة كبيرة من التدابير لضمان القرض البنكية لفائدتها (الم ص م) وتخفيف الاعباء الجبائية وشبه الجبائية. حيث تم اختيار أكثر من 40 م ص م من بين 600 مرشحة للاستفادة من المرافقة التقنية، خلال عامين، من برنامج OPTIMEXPORT لتقوية القدرات التصديرية لهذه الفئة من المؤسسات. من شأن هذا

البرامج أن يرفع من الكفاءة الاقتصادية بخلق مناخ للتنافس بين المؤسسات داخل الوطن باعتبار أن السوق المحلي أصبح سوقا منفتحا على العالم.

إلا أنه وبالرغم من الجهود المبذولة من طرف الدولة، إلا أن المؤسسات الجزائرية عموما والصغيرة والمتوسطة خصوصا، تسجل عجزا ملحوظا في بلوغ الأهداف المنشودة من طرف الدولة لاسيما في مجال التصدير.

بالرغم من أن الجزائر تمتلك ميزة نسبية في عدة منتجات فلاحية (التمور، الجلود المدبوغة...)، صناعات استخراجية (الزيوت والفوسفات...)، الصناعة التقليدية والسياحة... إلا أن معدل التصدير لدى مؤسساتها يبقى جد ضئيل ويكاد ينعدم، وقدراتها التنافسية تبدو جد ضعيفة، في الوقت الذي تقرر فيه الجزائر الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة والاندماج في مناطق التبادل الحر الأورو متوسطية، رغم رسم سياسة تحضير المؤسسات لمواجهة هذا الانفتاح، لذا يجب على السلطات إداة النظر في برامجها التأهيلية وذلك بالتركيز على:

- إعادة النظر في المنظومة القانونية مع الأخذ بعين الاعتبار لجميع النشاطات وكذا تدابير الترقية المطلوبة لمعيار الفعالية والتطور السليم؛

- تكوين المؤسسة ومسيرها وتوعيتهم بأهمية المعلومة وكيفية معالجتها واستغلالها في مجال التسيير والاستشارة؛

- توعية المؤسسة بأهمية التجمع من أجل التصدير وماله من منافع على المؤسسات لا سيما الصغيرة والمتوسطة منها:

● تخفيض التكاليف التي تتكبدها المؤسسات بشكل فردي في تنفيذ أنشطة الترويج (كإقامة

جناح مشترك في معرض تجاري أو إنشاء موقع إلكتروني مشترك...);

● تنويع الصادرات؛

● سهولة الحصول على المعلومة المرتبطة بالسوق وبالتالي تخفيض المخاطر المتعلقة بالمبيعات؛

وأخيرا، ضرورة التحلي بروح المسؤولية والضمير الأخلاقي في مساءلة المستفيدين من برامج

الدعم والمخيلين بالتزاماتهم اتجاه الهيئات الوطنية، العمومية والخاصة.

فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
13	التعريف الامريكى للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	الجدول رقم 01
15	تعريف الاتحاد الاوروي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	الجدول رقم 02
63	أهم مؤشرات شركة تويوتو 1995-2015	الجدول رقم 03
146	المشاريع الممولة حسب قطاع النشاط	الجدول رقم 04
146	المشاريع الممولة في قطاع الإعلام والاتصال	الجدول رقم 05
146	تأثير تمويل الوكالة على التشغيل	الجدول رقم 06
148	الوضعية الإجمالية للملفات المدروسة من أبريل 2004 إلى ديسمبر 2016.	الجدول رقم 07
156	التعداد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع نهاية سنة 2016	الجدول رقم 08
157	تقسيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب التعريف القانوني.	الجدول رقم 09
157	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية حسب عدد العمال وقطاع النشاط.	الجدول رقم 10
158	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية حسب عدد العمال وقطاع النشاط.	الجدول رقم 11
159	تطور مناصب الشغل المصرح بها حسب الفئات	الجدول رقم 12
160	تطور الميزان التجاري للجزائر خلال سنتي 2015-2016.	الجدول رقم 13
161	تطور واردات الجزائر خلال سنتي 2015-2016.	الجدول رقم 14
162	أهم المنتجات خارج المحروقات المصدرة خلال سنتي 2015-2016.	الجدول رقم 15
163	التبادلات الخارجية للجزائر حسب المناطق الاقتصادية (الواردات)	الجدول رقم 16
163	التبادلات الخارجية للجزائر حسب المناطق الاقتصادية (الصادرات)	الجدول رقم 17
165	تطور الصادرات المسجلة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.	الجدول رقم 18
171	أهم العراويل المتعلقة بالإعلام التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في أفريقيا	الجدول رقم 19
177	درجة جسامة عوائق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	الجدول رقم 20
178	الإجراءات والتدابير المقترحة لرفع مساهمة الم ص م في التجارة الخارجية.	الجدول رقم 21

قائمة المراجع:

1. باللغة العربية:

- د. محمد راتول، أ. داودية وهيبية، بعض التجارب الدولية في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التجارب المستفادة، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، يومي 17 و 18 أبريل 2006، جامعة الشلف.
- سمير زهير الصوص، رئيس قسم الابحاث والدراسات في وزارة الاقتصاد الوطني - الضفة الغربية - فلسطين وزارة الاقتصاد الوطني، بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، 2010.
- العميد الركن الدكتور نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 2007.
- تودارو ميشيل. ب، التنمية الاقتصادية، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2006.
- حمدي عبد العظيم: اقتصاديات التجارة الدولية، دار النهضة العربية، 2000.
- عادل أحمد حشيش: أساسيات الاقتصاد الدولي، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002.
- مجدي محمود شهاب وآخرون: أساسيات الاقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة للنشر، 1998.
- عبد الرحمان يسري أحمد: الاقتصاديات الدولية، الدار الجامعية، 2001.
- مصطفى رشدي شيحة: المعاملات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 1998.
- السيد أحمد عبد الخالق: الاقتصاد الدولي والسياسات الاقتصادية الدولية، مركز الدراسات السياسية والدولية،
- زينب حسين عوض الله: الاقتصاد الدولي، الدار الجامعية، 1998.
- رعد حسن الصرن: أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، دار الرضا للنشر، سوريا، الجزء الثاني، 2001
- زينب حسين عوض الله: العلاقات الاقتصادية الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية.
- مجدي محمود شهاب: الاقتصاد الدولي، دار المعرفة الجامعية، 1996.
- طلعة أسعد عبد الحميد: إدارة فعالة لخدمات البنوك الشاملة، جامعة المنصورة القاهرة، 1998.
- محمد خالد الحريري: الاقتصاد الدولي، المطبعة الجديدة، 1977.
- سامية عزيز، أستاذة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، مساهمة المؤسسات الصغير والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد الثاني جوان 2011.

- خالد حسين علي المرزوك، الاساليب النظرية الحديثة في التجارة الدولية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بابل العراق، 2010.
- محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، التنمية الاقتصادية دراسات نظرية وتطبيقية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000.
- محمود حسين وحدي، نشاط التصدير والانماء الاقتصادي بالبلدان النامية، دار الجامعات المصرية، 1973.
- وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، الواقع والتحديات، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2002.
- د.عبد الله بلوناس، أ.دوار إبراهيم، دور الهيئات الحكومية في تدويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، دراسة حالة الجزائر، فرنسا، 2010.
- وصاف سعيدي، أستاذ مساعد، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنمية الصادرات مع الإشارة لحالة الجزائر، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ورقلة.
- شهلة قدرى، أ. حليمة السعدية قريشي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كآلية للتخفيف من حدة البطالة في الجزائر، جامعة تبسة.
- السيد عماري جمعي، استراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تسيير المؤسسات، جامعة باتنة، 2011.
- ميساء حبيب سلمان، الأثر التنموي للمشروعات الصغيرة الممولة في ظل استراتيجية التنمية، دراسة تطبيقية على المشروعات الممولة من قبل هيئة التشغيل وتنمية المشروعات في الجمهورية العربية السورية، رسالة ماجستير، السنة 2009.
- لخلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003-2004.
- الدور التنموي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، حالة الصناعات الغذائية، طرشي محمد، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الشلف، 2004-2005.

- رابح حميدة، استراتيجيات وتجارب ترقية دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم النمو وتحقيق التنمية المستدامة، دراسة مقارنة بين التجربة الجزائرية والتجربة الصينية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2011.
- بوكريف موسى: الاستراتيجية الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة مؤسسة جزائرية "إفري"، مذكرة ماجستير، 1998-1999، جامعة الجزائر.
- تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين تهديدات وفرص التدويل: قراءة في بعض المقالات الأكاديمية والمعطيات العلمية.
- زينب جبار يوسف، مقال حول إدارة وتخفيض الكلفة باستخدام سلسلة القيمة، دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الإنشائية، الفترة 2004.
- أ.حليمي وهيبة، أ.د. بلمقدم مصطفى، أ. بن خالدي نوال دراسة مقارنة لتجربة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تونس، المغرب والجزائر والأردن، مقال منشور حول الشراكة وتأهيل المؤسسات بالجزائر جامعة وهران، 2009.
- أ.عطاء الله لحسن، أ. بن حبيب عبد الرزاق، تأهيل المؤسسات الجزائرية في ضوء تجارب الدول الأخرى (البرتغال، تونس والمغرب) مقال منشور حول الشراكة وتأهيل المؤسسات بالجزائر جامعة وهران 2009.
- د. عبد الله بلوناس، الأستاذ طراد فارس، الإبداع ودره في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلة الجزائرية للتسيير، العدد رقم 04، جويلية - ديسمبر 2008.
- مقال حول: نظرة عامة على قطاع الخدمات اللوجستية، إعداد مركز المعلومات لغرفة الشرقية، المملكة العربية السعودية 2008.
- نشرية المعلومات الإحصائية، إحصائيات سنة 2016، رقم 30، طبعة مايو 2017، وزارة الصناعة والمناجم.
- إحصائيات التجارة الخارجية للجزائر، سنة 2016، المديرية العامة للجمارك-الجزائر
- المرسوم التنفيذي الصادر في 1992 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية الصناعات الصغيرة والمتوسطة.
- القانون 01-18 الصادر في 12 ديسمبر 2001 والذي يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الأمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.

2. باللغة الأجنبية:

- Pierre-Andre Julein, trente ans de théorie en pme ; de l'approche économique à la complexité. Note de recherche, université du Québec à trois rivières ; 2009.
- Le Pennec Ekaterina, L'impact des réseaux d'influences l'internationalisation des PME, doctorante en science de gestion, paris.
- Soulimane Laghzaoui, ressources et compétences : une nouvelle grille de lecture de l'internationalisation des pme, université Paul Cézanne, Aix-Marseille III.
- Jean-Marc Bigler et Nathalie Nyffeler : Processus d'internationalisation de la PME : la nécessité d'une approche intégrative, communication à la 8^{ème} CIFEPME, 2006.
- Josée St-Pierre, Marie-Christine Monnoyer et Martine Boutary, Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire.
- Paule Grand Jean: change et gestion de change, les éditions Chihab, 1995.
- Sylvie Decoussergues: gestion de la banque, Dunod, Paris, 1996.
- René Sandretto, Le commerce international, Paris, Armond collin éditeur, 1995.
- Jean-Louis Mucchielli, Principes d'économie internationale, Volume 1, Paris, Ed Economica, 1987.
- Patrick. A.Messerlin, Commerce international, Paris, Presses Universitaires de France, 1998.

- Christian Aubin, Philippe Norel, Economie internationale, Faits, théories et politiques, Paris, édition, 2000.
- ABD EL HAK LAMIRI, les plans de redressements, concepts et méthodes et conduites par les entreprises Algériennes, Revue des sciences commerciales et de gestion, Ecole supérieure de commerce d'Alger, N°03, AVR 2004.
- AARON SYDOR : article sur les Affaires étrangères et Commerce international Canada, 2011
- Jean-Marc Bigler et Nathalie Nyffeler : Processus d'internationalisation de la PME : la nécessité d'une approche intégrative, communication à la 8^{ème} CIFEPME, 2006.
- Mme Sultana DAOUD, structuration sectorielle et contribution des pme algériennes au commerce extérieur, communication sur l'évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombés sur l'emploi, l'investissement et le croissance économique, université de Sétif, mars 2013.
- DJEMAI Sabrina, Les pme exportatrices : croissance hors hydrocarbures : communication sur l'évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombés sur l'emploi, l'investissement et le croissance économique, université de sétif, mars 2013, université de BEJAIA.
- Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, Palais des Nations, Genève, Suisse, 2015.

- HAMMOUTENE Ourdia et FERFERA Mohammed Yassine, La PME innovante ; un atout pour la croissance économique en Algérie, 2014.
- Rapport sur le commerce mondial 2016, égaliser les conditions du commerce pour les PME, publié par l'OMC.
- <http://www.tuyauto.ma/index.php/fr/>
- www.ansej.org.dz.
- www.andi.org.dz

الفهرس:

- 1 - المقدمة:
- 3 - الإشكالية:
- 4 - أهمية البحث:
- 5 - أهداف البحث:
- 5 - محددات البحث:
- 6 - الفرضيات:
- 7 - الفصل الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواقعها في الاقتصاد العالمي
- 7 - المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 7 - المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 7 - الفرع الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 18 - الفرع الثاني: أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأصنافها القانونية
- 24 - المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد
- 24 - الفرع الأول: الجدل القائم حول وجود ومدى أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 29 - الفرع الثاني: الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسماتها
- 32 - المبحث الثاني: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد العالمي
- 32 - المطلب الأول: تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 32 - الفرع الأول: مفهوم التدويل
- 34 - الفرع الثاني: المناهج النظرية للتدويل
- 39 - الفرع الثالث: ... نحو المزج بين المناهج الثلاثة
- 41 - الفرع الرابع: تصنيفات أخرى للتدويل
- 43 - الفرع الخامس: الدراسة التجريبية لمختلف نظريات التدويل
- 49 - المطلب الثاني: استراتيجيات التدويل لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 49 - الفرع الأول: الميزات الأساسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التبادل الدولي
- 52 - الفرع الثاني: التصدير
- 55 - الفرع الثالث: العوامل المساهمة في رفع قيمة الصادرات
- 60 - الفرع الرابع: علاقة التصدير مع حجم المؤسسات
- 62 - المطلب الثالث: تأثير التدويل على نجاعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاركتها في سلسلة القيم العالمية

- 63 - الفرع الأول: دراسة حالة مؤسسة تويوتو
- 65 - الفرع الثاني: تأثير الاندماج في سلسلة القيم العالمية على شركة تويوتو
- 67 - الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الخارجية
- 67 - المبحث الأول: مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الدولية
- 67 - المطلب الأول: مفهوم التجارة الدولية ونظرياتها
- 67 - الفرع الأول: مفهوم التجارة الدولية
- 83 - الفرع الثاني: النظريات التقليدية للتجارة الدولية
- 92 - الفرع الثالث: الأساليب النظرية الحديثة في التجارة الدولية
- 98 - المطلب الثاني: علاقة التجارة الخارجية بالنمو الاقتصادي
- 98 - الفرع الأول: أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي
- 101 - الفرع الثاني: استراتيجيات التجارة الخارجية من أجل النمو الاقتصادي
- 109 - الفرع الثالث: علاقة الصادرات بالنمو الاقتصادي
- 116 - المطلب الثالث: التجارب الدولية في النهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 116 - الفرع الأول: تجارب الدول المتقدمة مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 124 - الفرع الثاني: تجارب الدول السائرة في طريق النمو في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 131 - المبحث الثاني: مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية بالجزائر
- 132 - المطلب الأول: مراحل تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
- 132 - الفرع الأول: المرحلة من 1962-1982
- 134 - الفرع الثاني: المرحلة من 1982-1988
- 136 - الفرع الثالث: المرحلة ما بعد سنة 1988
- 138 - المطلب الثاني: هيئات وأجهزة الدعم والسياسات المنتهجة بالنهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 138 - الفرع الأول: إعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 145 - الفرع الثاني: هيئات وأجهزة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر
- 151 - المطلب الثالث: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية بالجزائر ومعوقات ذلك
- 152 - الفرع الأول: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية في دول العالم
- 156 - الفرع الثاني: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الخارجية في الجزائر
- 165 - الفرع الثالث: تقييم دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في تطوير تجارتها الخارجية
- 166 - المطلب الرابع: معوقات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المساهمة في التجارة الخارجية
- 167 - الفرع الأول: عراقيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية مساهمتها في التجارة الدولية

- 175 - الفرع الثاني: عراقيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية مساهمتها في التجارة الخارجية للجزائر
- 181 - الفرع الثالث: الإبداع كرهان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنمو الاقتصادي الجزائري الخارجي
- 188 - الخاتمة:
- 190 - فهرس الجداول:
- 191 - قائمة المراجع:
- 197 - الفهرس:

« Contribution des PME au développement du commerce international »

Résumé :

À ce jour, malgré les objectifs tracés par l'Etat afin de diversifier ses revenus et à éviter la dépendance au pétrole ; les exportations de l'Algérie en dehors du carburant, ont, encore, enregistré un faible pourcentage ne dépasse pas 03% du total des exportations, en dépit des efforts considérables déployés par l'Etat et incarnées par des organismes et programmes nationaux établis dans différents Secteurs, notamment le secteur des entreprises en général, et les petites et moyennes entreprises en particulier. En dépit de toutes les ressources matérielles, les garanties financières et divers et privilèges de l'impôt et d'autres fournis à ces institutions, d'une part, et d'autre part, la richesse et des matières premières, que dispose notre pays, nécessaires dans les processus de production ; mais celui-ci n'a pas été en mesure de l'amélioration et de la promotion de ses produits et de développer leur compétitivité vis-à-vis les produits étrangers sur le marché nationaux et étrangers, ce qui a entravé la contribution des PME à l'outil économique et diversifier les exportations, ce qui affecte négativement l'ouverture de l'Algérie au monde extérieur et son adhésion à l'Organisation mondiale du commerce. L'Algérie doit-elle continuer d'adopter la politique d'accompagnement de ses entreprises, ou elle doit revoir cette dernière qui doit se concentrer principalement sur la sensibilisation de l'être humain, comme facteur important, sur le rôle de son entreprise dans l'économie nationale d'une part, et les responsabiliser sur les objectifs atteints d'autre part ... ?

Mots clés : Diversification des exportations, programmes nationaux, petites et moyennes entreprises, compétitivité, produit étranger, marchés étrangers, OMC, facteur humain ...

« Contribution of SMEs to the development of international trade »

Abstract :

Until today, despite the fact that the country's attempt to diversify its revenues and avoid dependence on petroleum, the exports of Algeria out of petroleum still account for only a little percentage of the total exports, despite the great efforts made by the government and embodied by its national bodies and programs established in various Sectors, especially the enterprise sector in general, small and medium enterprises in particular. In spite of all the material, financial and various guarantees and other privileges provided to these firms, on the one hand. On the other hand, the country have all the wealth and raw materials necessary in the production processes, but these firms are unable to promote and upgrade its products and develop the competitiveness of foreign products in the National and foreign markets, which prevented its contribution to the progression of the economic instrument and diversification of exports, which negatively affects the openness of Algeria to the outside world and its adhesion to the WTO. So, is it necessary for Algeria to continue its practices in accompanying its small and medium companies, or should it reconsider its policies, which should focus on making people aware of the role of its institution in the national and international economy on the one hand, and empowering people about goals on the other hand...?

Key words : Export diversification, national programs, small and medium enterprises, competitiveness, foreign product, foreign markets, WTO, people ...

« مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير التجارة الدولية »

الملخص:

إلى يومنا هذا، وبالرغم من سعي الدولة إلى تنويع إيراداتها، وتفادي اعتمادها على البترول، لازالت صادرات الجزائر خارج المحروقات، تسجل نسبة ضئيلة لا تتعدى 03% من مجموع الصادرات، بالرغم من الجهود الكبيرة المبذولة من طرف الدولة والمجسدة بواسطة هيئاتها وبرامجها الوطنية المنشأة في شتى القطاعات وعلى رأسها قطاع المؤسسات عموما والصغيرة والمتوسطة منها على وجه الخصوص. فرغم جميع الإمكانيات المادية، المالية ومختلف الضمانات والامتيازات الجبائية وغيرها المقدمة لهذه المؤسسات، من جهة، ومن جهة أخرى توفر الوطن على جميع الثروات والمواد الأولية اللازمة في عمليات الإنتاج، إلا أن هذه الأخيرة لم تتمكن من النهوض والرقى بمنتجاتها وتطوير قدراتها التنافسية للمنتج الأجنبي في الأسواق الوطنية والأجنبية مما حال دون مساهمتها في دفع الأداة الاقتصادية وتنويع الصادرات مما يؤثر سلبا على انفتاح الجزائر على العالم الخارجي وانضمامها إلى منظمة التجارة الدولية. فهل يتوجب على الجزائر الاستمرار بهذه الوتيرة في مرافقة مؤسساتها، أم يجب عليها إعادة النظر في سياساتها المنتهجة والتي من الواجب أن تنصب على توعية العامل البشري بدور مؤسسته في الاقتصاد الوطني والدولي من جهة، ومسائلته عن الأهداف المحققة من جهة أخرى...

كلمات مفتاحية: تنويع الصادرات، البرامج الوطنية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، القدرات التنافسية، المنتج الأجنبي، الأسواق الأجنبية، منظمة التجارة الدولية، العامل البشري...