

آليات ترقية المؤسسات الصغيرة في الجزائر

د. بقاش شهيرة

جامعة الجزائر 3

الملخص:

يرتكز الاقتصاد العالمي على مدى قوّة وتطور مؤسسات الدول، ومدى مساهمة هذه المؤسسات في الاقتصاد الوطني لكل دولة، ممّا يؤدي إلى إحداث تغييرات عميقة على الحياة الاقتصادية والاجتماعية لها، والملاحظ أنّ الدول المتقدّمة تعطي أهمية بالغة لمؤسساتها، خاصة المؤسسات متوسطة وصغيرة الحجم، ونظرا لهذه الأهمية فإننا سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية معالجة إشكالية مدى تطبيق آليات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ومن أجل ذلك قسمت هذه الورقة البحثية كما يلي :

- 1- التطور التاريخي للمؤسسات الصغيرة
- 2- مفهوم المؤسسات الصغيرة
- 3- مفهوم اليات الترقية
- 4- دراسة ميدانية لقياس مدى تطبيق آليات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

أولا التطور التاريخي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد كان هذا النوع من المؤسسات الوحدات الأساسية، بل الوحيدة، التي قام عليها اقتصاد العالم، وفي كافة الحضارات والمجتمعات، وحتى القرن السابع عشر. فمنذ قيام المجتمعات والجماعات في العالم، قامت في كل جماعة متاجر وحرف ومزارع تبيع أو تقياض السلع والخدمات التي تحتاجها الجماعة، وكانت كل هذه الأعمال صغيرة الحجم، وأسرية الطابع، تقيمها الأسرة ك مصدرها الرئيسي للدخل، غالبا ما تنتج ما تحتاجه الأسرة من سلعة أو خدمة وتقياض أو تبيع الفائض للآخرين. و حتى عندما كانت مجموعة من الأفراد تتعاون للقيام بأعمال الاستيراد و/أو التصدير مثلا، غالبا ما كان عدد الشركاء محدودا، وغالبا لتنفيذ صفقة تجارية واحدة.

لكن مع بداية الثورة الصناعية، كان المهندس الذي يشرف على تشغيل الأجهزة الجديدة، هو الذي يقوم بمختلف المهام (التنظيم، التخطيط، الرقابة... الخ) و حسب قدراته، وبمرور الزمن تراكمت كمية من الاجتهادات التي ساهمت في تكوين مجموعة من العلماء، تخصصوا في معالجة هذه المشاكل، مما ساهم في قيام تخصص "الإدارة" كتخصص يهتم بدراسة المشاكل التي تواجه الإدارة، و اقتراح الحلول لها، وتدريبها لأشخاص يتم تعيينهم خصيصا ليكونون مشرفين و مدراء أو لمساعدة المدراء في معالجتها. إن التأثير الأول للتصنيع هو تركيز الاهتمام على الأعمال الكبيرة، ثم إهمال الأعمال الصغيرة والتعتيم (غير المتعمد) عليها واعتبارها غير مهمة، وأنها ستنقرض مع تكاثر وهيمنة الأعمال الكبيرة. و هذا حصل و يحصل في مختلف المجتمعات، والتعتيم يمتد إلى وسائل الإعلام التي تنشر أخبار الأعمال الكبيرة و لا تشير إلى أخبار الأعمال الصغيرة. و الشيء نفسه يحصل مع المنظمات المهنية و النقابات وغيرها. وهذا التركيز على الأعمال الكبيرة و إهمال الأعمال الصغيرة حصل في الغرب و يحصل في دولنا أيضا.

و لكن مع نهاية السبعينات تغيرت الأفكار لصالح الم. الص. المط التي أصبحت محور الدراسات الاقتصادية باعتبارها كيانا مختلفا في حجمه، في طريقة تسييره و استراتيجياته، ومعالجته للمشاكل المطروحة، ويعود سبب الإهتمام بالم.ص و م إلى العوامل التالية:¹

1. الأزمة الاقتصادية المتدلعة منذ السبعينات، و التي دفعت إلى انخيار الأوضاع المالية خصوصا مع منتصف الثمانينات في معظم البلدان، وبالتالي عدم قدرتها على الإستمرار في استحداث المؤسسات الكبرى، وحتى عدم القدرة على الإحتفاظ بالقائمة منها.

2. ظهور استراتيجيات جديدة من قبل المؤسسات الكبيرة، و التي تهدف إلى التقليل من تكلفة الإنتاج، و المحافظة في نفس الوقت على مراقبة هياكل الإنتاج و صيرورتها.

- 3.** التحولات الاقتصادية العالمية وما صاحبها من تطبيق لبرامج التعديل الهيكلي في عدد من الاقتصاديات، طرح حتمية تنمية وتطوير الم. ص و م لمعالجة مظاهر التخلي عن بعض الأنشطة، و امتصاص المسرحين من مناصب عملهم بسبب إعادة هيكلة قطاعات النشاط الاقتصادي.
- 4.** الاهتمام المتزايد الذي توليه المؤسسات المالية و النقدية الدولية لإستحداث المؤسسات، متوخية في ذلك تخفيف عبء الفقر و البطالة.
- 5.** الدور المتعاظم للقطاع الخاص في ظل الأوضاع الاقتصادية الحالية.
- هذه الظواهر أثارت مخاوف المتخوفين من الاحتكار، فخشوا من احتمال أن تقضي الأعمال الكبيرة تدريجيا على منافسيها فيتحول السوق إلى سوق احتكاري، بحيث تبقى شركة كبيرة واحدة تحتكر كل نشاط.
- ثانيا : مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**
- في تعريفها للمؤسسات ص و م، في جوان 2000⁽¹⁾، وهو ميثاق يكرس التعريف الذي حدده الاتحاد الأوروبي سنة 1996، والذي كان موضوع توصية لكل البلدان الأعضاء.
- ومن بين النقاط التي تضمنها القانون التوجيهي نذكر ما يلي⁽¹⁾:
- " تعرّف المؤسسات ص و م مهما كانت طبيعتها القانونية بأنّها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات :
- تشغّل من 1 إلى 250 شخص.
 - لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي (02) ملياري دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة (500) مليون دينار، كما تستوفي معيار الاستقلالية.
 - وهناك بعض التعاريف المفضّلة التالية:
 - المؤسسة المتوسطة هي مؤسسة تشغّل ما بين 50 إلى 250 شخص، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة (100) وخمسمائة (500) مليون دينار.
 - المؤسسة الصغيرة هي مؤسسة تشغّل ما بين 10 إلى 49 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي (200) مليون دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة (100) مليون دينار.
 - المؤسسة المصغّرة هي مؤسسة تشغّل من عامل (01) إلى تسعة (09) عمّال، وتحقق رقم أعمال أقل من (20) مليون دينار، أو يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرة (10) ملايين دينار "

1 - بوهزة محمد وآخرون «تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر - حالة المشروعات المحلية سطيف»، الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات ص و م وتطويرها في الاقتصاديات المغاربية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سطيف من 25-28 ماي 2003، ص 8

² - الجريدة الرسمية، القانون رقم 18/01 المؤرخ في 12/12/2001، المتضمن القانون التوجيهي لترقية

ويمكن تلخيص هذه التعاريف في الجدول التالي :

جدول رقم 01 : توزيع المؤسسات ص و م حسب التعريف القانوني

المؤسسة	المستخدمون	رقم الأعمال	الميزانية السنوية
مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 20 مليون دينار	أقل من 10 مليون دينار
صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 200 مليون دينار	أقل من 100 مليون دينار
متوسطة	من 50 إلى 250	من 200 مليون إلى 2 مليار	من 100 إلى 500 مليون دينار

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على المعطيات السابقة

من خلال الجدول نستخلص أنّ تعريف المؤسسات ص و م، يتركز على ثلاثة مقاييس :

المستخدمون، رقم أعمال الحصيلة السنوية ،استقلالية المؤسسة.

حيث جاء في القانون التوجيهي السابق تعريف هذه المصطلحات كمايلي :

1 - الأشخاص المستخدمون : عدد الأشخاص الموافق لعدد وحدات العمل السنوية، بمعنى عدد

العاملين الأجراء بصفة دائمة خلال سنة واحدة، أما العمل المؤقت أو العمل الموسمي، يعتبران أجزاء من

وحدات العمل السنوي، السنة التي يعتمد عليها هي تلك المتعلقة بآخر نشاط حسابي مقفل .

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

مدّته اثني عشر (12) شهرا.

3 - المؤسسة المستقلة : كل مؤسسة لا تملك رأسمال بمقدار 25% فما أكثر من قبل مؤسسة أو

مجموعة مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

ثالثا : آليات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن التحولات المتحددة في العلاقات الاقتصادية الدولية والإقليمية وتداعيتها على الأوضاع الاقتصادية

المحلية تستدعي ضرورة تطوير المنظومة المؤسسية الصغيرة والمتوسطة، للتقليل من الانعكاسات السلبية

وتعظيم الإيجابيات التي تضمن توازن المصالح الاقتصادية في ظل الآليات الجديدة . ولا يمكن تحقيق ذلك إلا

بتبني إستراتيجية جيدة ، تركز على تنمية المشروعات المصغرة والصغيرة والمتوسطة للتخفيف من المشكلات

الداخلية، وتطوير الارتباط والاندماج التكاملي الداخلي على المستوى الوطني والإقليمي بصورة تقلل من

حدة التبعية وتساهم في تنامي النسيج المؤسساتي الاقتصادي بصورة جيدة ومن أجل ذلك كان لا بد على

المؤسسات الصغيرة تبني آليات مناسبة لنهوض بهذا القطاع ومن أهم هذه الآليات نجد حاضنات

الأعمال وصناديق ضمان القروض الموجهة للمؤسسات الصغيرة والعناقد الصناعية بالإضافة للتقنيات

التسويقية . هذه الآليات هي موضوع دراستنا في هذه الورقة البحثية حيث سنحاول اكتشاف درجة ممارسة

وسائل ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الوحدة المدروسة وكذا تقييم ممارساتها و سيرورتها، و

البحث عن الأسباب التي أدت إلى إضعاف أداء هذا النوع من المؤسسات في الجزائر لكن قبل التطرق لذلك لابد من إعطاء بعض المفاهيم الأساسية لهذه الآليات:

أ مفهوم حاضنة الأعمال¹ : هي منظومة عمل متكاملة توفر كل السبل، من مكان مجهز مناسب به كل الإمكانيات المطلوبة لبدء عمل المؤسسة ، وشبكة من الارتباطات والاتصالات بمجتمع الأعمال والصناعة، وتدار هذه المنظومة عن طريق إدارة محدودة متخصصة توفر جميع أنواع الدعم اللازم لزيادة نسب نجاح المؤسسات الملتحقة بها، والتغلب على المشاكل التي تؤدي إلى فشلها وعجزها عن الوفاء بالتزاماتها .

ب مفهوم أنظمة ضمان القروض :

"هو مؤسسة مالية تأخذ على عاتقها مخاطر تسديد القروض البنكية من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنخرطة في الصندوق، وهذا بضمان نسبة من القروض البنكية تتراوح في أغلب الحالات من : (10% - 80%)، وهذا الصندوق يأخذ ثلاث أشكال : عمومي، جهوي أو مختلط"⁽²⁾..

ج مفهوم المناولة الصناعية تعريف المناولة³

هناك اختلاف جلي بين الاقتصاديين في تعريفهم للمناولة الصناعية . بالنظر الى اختلاف توجهات الكتاب او زوايا النظر الى هذا المفهوم . لذا فقد أخذ بعضهم "بالمفهوم اللغوي" والمعروف باسم "التعاقد من الباطن" وأيد البعض "المفهوم العام" المعتمد من طرف المجموعة الأوروبية وهناك مصطلح ثالث يعرف باسم "المناولة الصناعية"

"جميع العلاقات التعاونية التكاملية التي تنشأ بين مؤسستين أو أكثر خلال مراحل العملية الإنتاجية بموجبها تقوم منشأة مقدمة للأعمال بتكليف منشأة أو أكثر (تسمى : منفذة للأعمال أو مناولة أو مجهزة) متخصصة لإنجاز مرحلة أو أكثر من عمليات الإنتاج طبقا لعقد محدد مسبقا وملزم للطرفين" .

يتميز هذا المفهوم عن المصطلح المعروف باسم "التعاقد من الباطن" بوجود علاقة مباشرة بين المؤسسات المنفذة للأعمال والمؤسسات المقدمة للأعمال وفق الأهداف الصناعية والتجارية التي تسعى إلى تحقيقها هذه الأخيرة.

د مفاهيم متعلقة العناقيد الصناعية

تعرف الأدبيات الاقتصادية العناقيد الصناعية، بأنها تجمعات جغرافية (محلية أو إقليمية أو عالمية) لعدد من الشركات، و المؤسسات المرتبطة و المتصلة ببعضها البعض في مجال معين، و تتضمن المصنعين و الموردين للمدخلات الهامة، كمكونات الإنتاج و المعدات المستخدمة في العملية الإنتاجية، أو الموردين لبعض

- د. عبد السلام أبو حقف - العولة وحاضنات الأعمال - مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية - الإسكندرية - طبعة 2002 - ص 83.

14، ص 2003، 202 - يوسف العشاب، ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رحلة فضائيات، العدد

1-Halley H : *Sous-traitance et chaîne logistique ou la nécessaire intégration des deux stratégies*. Gestion; Summer 2004. P 48.³

خدمات البنية التحتية الخاصة بالصناعة. و قد يتسع مفهوم العناقيد الصناعية، ليضم عدد من هيئات التمويل، و الهيئات الحكومية، و غير الحكومية مثل الجامعات، و المؤسسات التي تقوم بالتدريب المهني و النقابات المهنية.

ه دور التقنيات التسويقية في ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1 : طبيعة النشاط التسويقي ودوره في تنمية المؤسسات الصغيرة

هناك العديد من الجوانب التي تعكس طبيعة النشاط التسويقي والتي تماشى مع حالة المؤسسة الصغيرة و من أهمها:

• النشاط التسويقي نشاط مثير: هذا لأن النشاط التسويقي لا يقتصر على عمليات قديمة و لكن هو دائم البعث و التنقيب في مشكلاتنا اليومية و المرتبطة بحاجاتنا المختلفة.

• النشاط التسويقي هو نشاط مركب: سلوك المستهلك، عاداته، تقاليده، طرق استهلاكه ، تقطيعه... الخ لها نشاطات متكاملة فيما بينها حيث لا يمكن لرجل التسويق الاستغناء عنها و بالتالي لا يمكن للتسويق التنازل عنها.

• التسويق نشاط يسمح للمؤسسات الربحية أو غير الربحية: أما بالنسبة لتلك المؤسسات الغير هادفة للربح فقد نشاهد في حياتنا اليومية إعلانات مرتبطة بالتدخين و أضراره عن الطبيعة و أهميتها عن الماء و حسن استعماله أو تلك الهادفة لتنظيم الأسرة فهو تسويق اجتماعي له أهمية كبيرة في التواصل مع المحيط و الناس و تذكيرهم.

• النشاط التسويقي هو نشاط نافع: من ناحية المؤسسة الصغيرة المنتجة فالتسويق لا يسمح للمؤسسة بإنتاج أي شيء و لكن يفرض عليه إنتاج ما يتماشى مع طلبات و حاجات الأفراد.

• النشاط التسويقي نشاط متغير: يتسم النشاط التسويقي بالديناميكية و السرعة فإنه نشاط لا يسمح للوقت بتجاوزه

تصنيفه ثابت أو راكد فهو يتماشى دائما مع تلك التغيرات التي يمكن أن تطرأ في المحيط.

• النشاط التسويقي هو نشاط مكيف: إن التسويق لا يخلق الحاجات و لكن يكشف عنها فهو لا يرغم المستهلك على استهلاك

هذا النوع أو ذاك من المنتوجات و لكن يكيف العرض حسب قدرة المستهلك سواء المالية الشرائية،

الثقافية

رابعا : دراسة ميدانية حول مدى تطبيق آليات ترقية المؤسسات الصغيرة في الجزائر

يهدف هذا المبحث إلى التعريف بمخطوات الدراسة الميدانية و التي تشمل على مصادر البيانات، مجتمع و عينة البحث، ، و كذلك التعريف بالمجتمع المدروس والمتمثل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الموجودة على مستوى ولايات الوسط الجزائري (الجزائر العاصمة ، البلدية، بومرداس ، المدية)

و هو يرمي أيضا إلى اكتشاف درجة ممارسة وسائل ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الوحدة المدروسة وكذا تقييم ممارساتها و سيرورتها، و البحث عن الأسباب التي أدت إلى إضعاف أداء هذا النوع من المؤسسات . وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة التالية

- تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من عدة مشاكل تمنعها من تحقيق تنمية إقتصادية
- المشاكل الإدارية تقف حجر عثرة أمام استعمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لآليات الترقية و لتحقيق ذلك قام الباحث بتصميم جملة من الجداول لتفريغ إجابات الأسئلة بالأرقام و النسب المئوية معتمدا في تحليلها على أساس التسلسل المنطقي للموضوع، الذي ينطبق بدرجة كبيرة على أجوبة أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أثناء المقابلات الشخصية التي أجريت معهم ،و التي تدور حول جملة من المحاور و هي:

معلومات عن العينة المدروسة من حيث الشكل القانوني والقطاع الذي تعمل فيه هذه المؤسسات والمشاكل التي تعاني منها وطريقة الحصول على التمويل اللازم لإنشائها واستمرارها .
معلومات عن مدى ممارسة (تطبيق) وسائل ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الوحدة المدروسة (حاضنات الأعمال ، المناولة الصناعية ، الاستفادة من صناديق الضمان ، التسويق الفعال) والتي تم شرحها بالتفصيل في الفصل الثاني .

معلومات عن أسباب ضعف ممارسة وسائل الترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في العينة محل الدراسة.

1 عينة الدراسة

شملت العينة مؤسسات صغيرة ومتوسطة عينة عشوائية قدرها 250 مفردة المشاركة أو التي حضر أصحابها لتقديم ملفاتهم من أجل الحصول على ضمان قروضهم المتحصل عليها من طرف

ما بين الفترة الممتدة من 2009/01/01 إلى غاية 2012/01/01

أدوات جمع المعلومات

تمت الإستعانة بأداة رئيسية لجمع المعلومات وهي المقابلة الشخصية مع أصحاب هذه المؤسسات من جهة ومع بعض المسؤولين في كل من وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا بعض إدارات البنوك وقد تمحورت مخلف المواضيع المتطرق إليها في هذه المقابلات حول مدى تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة لوسائل ترقية المؤسسات الصغيرة (حاضنات الأعمال ، المناولة الصناعية ، الاستفادة من صناديق الضمان ، التسويق الفعال)

تقديم ووصف عينة الدراسة وملامح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيها

1 توسيع أفراد العينة حسب مكان وجودها

لقد تم إختيار العينة من ولايات الوسط الجزائري (الجزائر العاصمة ، البلدية ، بومرداس ، المدية) وقد كانت مقسمة كما يلي :

2 الجدول رقم 02 : توسيع أفراد العينة حسب مكان وجودها

الولايات	عدد أفراد العينة
الجزائر العاصمة	70
البلدية	60
بومرداس	60
المدية	60
المجموع	250

لقد تم إختيار العينة المدروسة في ولايات الوسط من أجل تسهيل عملية الوصول إلى هذه المؤسسات بغرض استلام الاستبيانات وإجراء المقابلات كما أننا حاولنا تقسيم العينة بتساوي بين مختلف هذه الولايات حتى تكون النتائج معبرة أكثر عن واقع المجتمع المدروس.

3 توزيع أفراد العينة حسب قطاع النشاط

4 الجدول رقم 03 : توزيع أفراد العينة حسب قطاع النشاط

التصنيفات	العدد	النسبة %
الخدمات	100	40
الفلاحة	60	24
الصناعة	20	8
الحرف	40	16
البناء	20	8
آخر	10	4
المجموع	250	100

المصدر: تحليل نتائج المقابلات

يلاحظ من الجدول أن قطاع الخدمات أكثر إستقطاب للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نسبيا حيث تقدر نسبته في العينة المدروسة بـ 40% و يليه قطاع الفلاحة بـ 24% وقد يرجع تفضيل قطاع الخدمات ولاسيما في مجال النقل من جهة إلى وجود فرص إستثمارية هامة في هذا المجال نتيجة لوجود طلب كبير

على هذه الخدمة ونتيجة لحل الكثير من مؤسسات النقل العمومية مما فصح المجال أمام هذه المؤسسات للإستثمار في هذا القطاع ، كما يرجع إرتفاع هذه النسبة أيضا لبساطة المؤهل المطلوب من أجل إنشاء مؤسسة في مجال النقل حيث يتطلب ذلك فقط رخصة سياقة أما قطاع الفلاحة فيرجع سبب إرتفاع نسبة إستقطابه للمؤسسات الصغيرة إلى الدعم الكبير الذي خصصته الحكومة للقطاع الفلاحي في إطار برامج الدعم الفلاحي

5 لامح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار الدراسة

كشفت الدراسة عن العديد من الملامح التي تميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عينة الدراسة من

حيث:

عدد العمال

الشكل القانوني

مصدر الحصول على التمويل اللازم لإنشاء المؤسسة

توزيع العينة حسب عدد العمال عدد العمال

الجدول رقم 04 : توزيع العينة حسب عدد العمال عدد العمال

النسبة%	العدد	التصنيف
10	25	لا يوجد عمال
68	170	من 1 إلى 9 عمال
20	50	من 10 إلى 49 عامل
2	05	أكثر من 50 عامل
100	250	المجموع

المصدر: تحليل نتائج المقابلات .

يلاحظ من الجدول أنه فيما يخص عدد العمال فإن أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشغل لديها من عامل إلى تسعة عمال خاصة في كل من قطاع البناء والخدمات حيث تكون هذه المؤسسات مجبرة على تسوية وضعية العمال مع كل من مصلحتي الضرائب والتأمين وذلك كشرط أساسي من أجل المشاركة في المناقصات الوطنية ومن أجل ذلك تلجأ إلى تشغيل عدد يتناسب مع حجم نشاطها وحجم رأس مالها كما أنه هناك العديد من المؤسسات تشغل عدد أكبر ولكنها لا تصرح إلى بالقليل منهم بغية التهرب من دفع

مصاريق التأمين وهذا ما يعكس وجود تداخل بين مفهوم المؤسسات الصغيرة و المؤسسات المصغرة و المؤسسات المتوسطة

توزيع العينة حسب الشكل القانوني

اختارت اقلية المؤسسات المصغرة للعينة نظام المؤسسة الفردية بنسبة تقدر ب 62.4% كما يبينه الجدول ادناه .

الجدول رقم 05: الشكل القانوني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

النسبة %	العدد	الشكل القانوني
8	20	SARL
5.6	14	EURL
62.4	156	المؤسسة الفردية
24	60	شركة تضامن
100	250	المجموع

المصدر: تحليل نتائج المقابلات .

ان غياب ثقافة المؤسسة، و نقص مفاهيم تخص تسيير المؤسسة عند اقلية المؤسسات تجعل التعاون و العمل لمجموعة من الاشخاص لا ينتمون الى العائلة الواحدة غير ممكن . لذلك نجد ان المؤسسة الفردية هي الاكثر توسعا بالنسبة للاشكال الاخرى من المؤسسات الصغيرة حيث أن هذا الشكل من المؤسسات نجده خاصة :

- في النشاط الخدمي
- اما المؤسسات الأخرى الذين لهم شركاء في المؤسسة فانهم ينتمون الى نفس العائلة او اشخاصا مقربين من مؤسس هذه المؤسسة

مصدر الحصول على التمويل اللازم لإنشاء المؤسسة

الجدول رقم 06 :

النسبة	العدد	التصنيف
14	35	مدخرات شخصية
36	90	بإعانة من العائلة أو الأصدقاء
12	30	الإقتراض من شخص آخر
38	95	الإقتراض من البنك
100	250	المجموع

المصدر: تحليل نتائج المقابلات .

من هذه النتائج يتضح جليا أن المؤسسات محل الدراسة لم تلجأ كلها إلى البنوك من أجل الحصول على التمويل اللازم حيث من أصل 250 مؤسسة لدينا 95 مؤسسة فقط لجأت إلى البنك وذلك راجع حسب المقابلات الشخصية إلى :

- البعد الديني لدى بعض أصحاب هذه المؤسسات حيث يعتقدون أن ال لجوء إلى البنوك محرم شرعا بسبب تعاملها بالربا.
- طول فترة الإنتظار للحصول على موافقة البنك .
- سوء الإستقبال و جود الوساطة في قبول الملفات .
- الضمنات والشروط التي يطلبها البنك .

توزيع العينة حسب المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم 07 :

النسبة	العدد	التصنيفات
30.4	76	مشكل التمويل
40.8	102	مشاكل إدارية
20.4	51	مشكل العقار
8.4	21	مشاكل أخرى
100	250	المجموع

المصدر: تحليل نتائج المقابلات .

من هذ الجدول يمكن ترتيب المشاكل التي تعاني المؤسسات موضع الدراسة كما يلي

1. مشاكل إدارية

2. مشكل التمويل

3. مشكل العقار

4. مشاكل أخرى

إن المشاكل الأساسية للمؤسسات الصغيرة تكمن في المشاكل الإدارية والبيروقراطية الكبيرة التي تتميز بها أغلب الهيئات الرسمية مما يتسبب في عرقلة هذا النوع من المؤسسات ثم تليها مشكل نقص السيولة لتمويل دورات الاستغلال ، وعدم المطابقة بين التدفقات النقدية الواردة إلى المؤسسة ، و الصادرة منها . حيث أن المشاكل التي تواجهها المؤسسة الصغيرة في تسديد ديونها تتمثل في تسديد الأقساط التي تطالبها بهم البنوك في كل فترة . إن اشتداد الحاجة للتمويل و محدوديته ، اجبر هذه المؤسسات إلى البحث عن وسائل لتمويل العمليات الأساسية كإجراء المواد الأولية ، و وسائل العمل الأخرى و الضرورية لنشاطها ، في السوق الموازي الذي يعتبر ملجئها الأساسي حتى تستمر في نشاطها الاقتصادي .

إن ندرة الأموال الضرورية لتمويل نشاطات المؤسسة الصغيرة الناتجة عن محدودية التمويل المفروضة على هذه المؤسسات ، قد عرقل قدرات هذه المؤسسات في النمو و خصوصا في الاستفادة من الفرص التي تظهر لصالح المؤسسات الأكثر مهنية و التي تستطيع أن تمول مباشرة أو عن طريق السوق البنكي الذي لا يمكن أن تلجأ إليه المؤسسات المصغرة

وفي المرتبة الثالثة تعاني المؤسسات الصغيرة من مشكل العقار الذي يؤثر سلبا على عملية تصريف منتجات هذه المؤسسات حيث لاحظنا ان المحلات المستعملة لنشاط المؤسسة ضيقة ، و موجودة في أماكن غير مؤهلة لاي نشاط اقتصادي . ولهذا وصل الأمر ببعض أصحاب هذه المؤسسات الصغير الى درجة استعمال غرفة من مسكنه الخاص لممارسة النشاط ، وهذا ما جعله يعاني من مشاكل عديدة في تصريف منتجاته ، بسبب قلة الطلب ، هذا كله بسبب عدم توفر العقار الازم لنشاط المؤسسة

تحليل إشكالية مدى ممارسة أفراد العينة لآليات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

توزيع أفراد العينة حسب الاستفادة من آليات الترقية

النسبة	العدد	التصنيفات
00	00	الاستفادة من حاضنات الأعمال
30.4	76	الاستفادة من المناولة الصناعية
20	50	الاستفادة من التسويق الفعال
32	80	الإستفادة من صناديق الضمان
17.6	44	عدم الاستفادة من أي آلية
100	250	المجموع

المصدر: تحليل نتائج المقابلات .

من نتائج الجدول نلاحظ أن نسبة 17.6% من أفراد العينة لم تستفد من أية آلية من آليات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ويعود ذلك حسب المقابلات مع بعض أصحاب هذه المؤسسات إلى عدم ملائمتها مع نشاط المؤسسة فمثلا المؤسسة التي تنشط في مجال الحرف لا يمكنها حسبهم القيام بالمناولة الصناعية المؤسسات التي لم تحصل على تمويلها من البنوك لا يمكنها الإستفادة من صناديق الضمان كما نلاحظ من نتائج الجدول أيضا أن نسبة الإستفادة من حاضنات الأعمال كانت معدومة بسبب حداثة تطبيق هذه الآلية في الجزائر وعدم تعميمها بعد ومن جهة أخرى حاضنات الأعمال تخص فقط المؤسسات التي تكون في طور التأسيس في حين أغلب أفراد العينة تحطو هذه المرحلة كما أن نسبة الإستفادة من صناديق الضمان كانت 32% أي ما يعادل 80 مؤسسة وهذه النسبة متقاربة مع نسبة المؤسسات التي تلجأ إلى البنوك من أجل الحصول على التمويل اللازم (90 مؤسسة) ويمكن تفسير ذلك بكون آلية عمل صناديق الضمان تشترط المرور على البنك أولا ثم تقوم بدراسة الملفات حيث تقبل التي تستوفي الشروط والباقي ترفض أما فيما يتعلق بالتسويق الفعال فإن أغلب المؤسسات لا تمارسه بسبب غياب ثقافة الإشهار والترويج عن معظم المؤسسات محل الدراسة أما المناولة الصناعية فإن أغلب المؤسسات التي تستفيد منها هي المؤسسات التي تنشط ضمن قطاع البناء أو قطاع الخدمات (النقل تحديد) حيث تستفيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بعض المؤسسات الكبيرة المستحوذة على السوق عن طريق نظام المناولة أو المقالة من الباطن توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم الاستفادة من آليات الترقية

التصنيفات	العدد	النسبة
الجهل بهذه الآليات	3	6.81
عدم إتاحة الفرصة	11	25
صعوبة الحصول عليها بسبب عراقيل إدارية وبيروقراطية	20	45.45
عدم فعالية هذه الآليات في السوق الجزائرية	10	22.72
المجموع	44	100

المصدر: تحليل نتائج المقابلات .

من نتائج الجدول نلاحظ أن المشاكل الإدارية والبيروقراطية تمثل العائق الأكبر (20 فرد من أفراد العينة) في وجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي لم تستفد من أية آلية من آليات ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في حين تحتل عدم فعالية هذه الآليات المرتبة الثانية بسبب إنتشار ظواهر المحسوبية والرشوة ومختلف مظاهر الفساد الإداري كما صرح بذلك أحد المقاولين في مقابلة خاصة

توزيع العينة حسب كيفية التعامل مع تقنيات التسويق

الجدول رقم 10: كيفية التعامل مع تقنيات التسويق

النسبة %	المصدر
30	البيع المباشر
60	الإشهار (بطاقات الزيارة)
10	المشاركة في التظاهرات التجارية
100	المجموع

المصدر: تحليل نتائج المقابلات

فيما يخص بتقنيات التسويق (كيفية تصريف المنتجات) فان القليل منهم يلجأ الى ذلك . فمن هذه التقنيات نجد الاشهار المستعمل في 60 % من مؤسسات العينة ، ، ثم الاعتماد على البيع المباشر فقط لتصريف منتجات المؤسسة المصغرة با 30% من المؤسسات الصغيرة للعينة وفي الإخير نجد المشاركة في التظاهرات التجارية 10% من مؤسسات العينة

ان 60% من المؤسسات محل الدراسة يلجؤون الى الاشهار حتى يصرفوا منتجاتهم، يكون تحت شكل بطاقات الزيارة (carte de visite) اما معدل المشاركة في التظاهرات التجارية فهو ضعيف جدا لكونه يكلف المؤسسة أموالا كبيرة لا تستطيع أغلب تلك المؤسسات أن تتحمله .
و ما يمكن استنتاجه ان هذا الصنف من المؤسسات الصغيرة تعتمد في تصريف منتجاتها على البيع مباشرة من موقع نشاطها لكون سوق هذه المؤسسات الصغيرة سوقا محليا مثل المؤسسات الخدمائية . اما تلك الموجه انتاجها لمناطق خارج الولاية ، فهي تلك المؤسسات الموجودة في الصناعة الصغيرة ، و على رأسها صناعة الالبسة والصناعات الحرفية .

الخلاصة :

تشكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحد أهم أولويات الحكومة الجزائرية، في إطار تكييف الاقتصاد الوطني مع التغيرات التي يشهدها الاقتصاد العالمي، ومتطلبات الانتقال إلى اقتصاد السوق، فتطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وضمان دوامها مرتبط بمهمة الدولة، التي تبقى أساسية لمرافقة المبادرة الخاصة، ولعب دور المسهل في إنشاء وتكاثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتوفير فرص العمل.
ومن خلال دراستنا للمعطيات الإحصائية المتعلقة بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لاحظنا أن هناك تطورا طفيفا في زيادة عدد المؤسسات، وكذا مناصب الشغل بالنسبة للقطاع الخاص، وركود القطاع العمومي للمؤسسات ص و م، الذي لم يعرف تطورا، لا من حيث عدد المؤسسات أو الأجراء، وما يمكن ملاحظته كذلك، أن هناك فروع نشاط تساهم بقسط كبير في خلق مؤسسات جديدة على غرار فروع أخرى، أما فيما يتعلق بترقية الصادرات والواردات خارج المحروقات من السلع، فإنها تعرف تطورا طفيفا بالنسبة للصادرات، وبقاء الواردات على حالها.
لذا فالجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية من أجل ترقية القطاع باستخدام عدة آليات قد بدأت تؤتي ثمارها في عدة ميادين كإنشاء صندوق ضمان القروض، مراكز التسهيل وحاضنات الأعمال، مجلس وطني لترقية المناولة، ومجلس وطني استشاري وكذلك برنامج وطني لتأهيل المؤسسات
ويبقى على عاتق الدولة الإسراع في تنفيذ الإجراءات التي حددها القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

قائمة المراجع

1 محمد الهادي مباركي - المؤسسة المصغرة: المفهوم و الدور المرتقب -مجلة العلوم الإنسانية- جامعة

منتوري-قسنطينة-الجزائر 1991

- 2- بوهزة محمد وآخرون «تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر- حالة المشروعات المحلية سطيف»، الدورة التدريبية الدولية حول: تمويل المشروعات ص و م وتطويرها في الاقتصاديات المغاربية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سطيف من 25-28 ماي 2003 ، ص8
- ³ - **الجرمينة الرسمية**، القانون رقم 18/01 المؤرخ في 12/12/2001، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العدد 77، ص26
- 4- عبد السلام أبو قحف - العولة وحاضنات الأعمال - مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية- الإسكندرية- طبعة 2002- ص. 83
- 5- يوسف العشاب، ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رحلة فضائيات، العدد 02، 2003، ص14.
- Halley H : *Sous-traitance et chaîne logistique ou la nécessaire intégration des deux stratégies* Gestion; Summer 2004, P 48..¹