العناقيد الصناعية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفق نموذج الاقتصاد الصناعي SCP

industrial clusters between Small and Medium Enterprises according to the industrial economy paradigm SCP

د. فاطمة محبوب[1]، د. فريدة كافي[2]

[1]. المركز الجامعي ميلة، fatmahboub@gmail.com

[2]. المركز الجامعي ميلة، farida.doctora@hotmail.fr

تاريخ الاستلام: 2018/10/15 تاريخ المراجعة: 2018/12/11 تاريخ القبول: 2018/12/31

ملخص:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمثابة محرك حقيقي لأي اقتصاد، لكنها كثيرا ما تتعرض للزوال بسبب الصعوبات التي تواجهها خاصة مشكلة التمويل والحصول على الموارد الضرورية، هذا ما يقلل من قدرتها على المنافسة، الأمر الذي يستدعي التخفيف من حدتها بإتباع بعض الإستراتيجيات من بينها العناقيد الصناعية، والتي تعمل على الجمع بينها وبين مؤسسات أخرى ومراكز بحث وتطوير، من هنا ستستفيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من هذا الاحتكاك بالحصول على الموارد والكفاءات الضرورية واكتساب التكنولوجيا المتطورة، كما تؤثر العناقيد الصناعية على أبعاد هيكل الصناعة وعلى مؤشرات تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبدوره يؤثر الهيكل على الميزة التنافسية لهذه المؤسسات وهذا وفق نموذج الاقتصاد الصناعي(هيكل– سلوك– أداء).

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الصناعي، الهيكل، السلوك، التنافسية، العناقيد الصناعية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

Abstract:

Small and Medium Enterprises (SME) are the real engine of any economy , but it is most likely to disappear due to a lot of difficulties especially the funding issues and ensuring the necessary resource and this reduces the SME competitiveness which requires some strategies such as industrial clusters, which are working to bring them together with other institutions and research and development centers. From this perspective ,SMEs will be benefited from this friction through access the necessary resources and competencies and the acquisition of advanced technology .Industrial clusters also affect the dimensions of the industry structure and the competitive indicators of SMEs. The structure also affects the competitive advantage of these institutions, this is according to the industrial economy paradigm (structure- conduct-performance).

Keywords: industrial economy, structure, conduct, competitiveness, industrial clusters, Small and Medium Enterprises (SME) .

المؤلف المرسل: فاطمة محبوب، الإيميل: fatmahboub@gmail.com

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

1.مقدمة:

تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة في مختلف الدول المتقدمة والمتخلفة على حد سواء نظرا للمزايا التي تحققها، لكن هذا لا يمنع من مواجهتها للعديد من المشاكل والصعوبات كارتفاع تكاليف الإنتاج، وانخفاض حصتها السوقية بسبب تفككها وعدم ارتباطها مع بعضها البعض، ومن أجل مواجهة هذه الصعوبات برزت العناقيد الصناعية كاستراتيجية فعالة تساهم في تقوية النسيج الصناعي كما تساهم في رفع القدرة التنافسية والإنتاجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتفعيل علاقات التشابك والتكامل بينها.

كما تؤثر العناقيد الصناعية على هيكل الصناعة الذي تنشط فيه وعلى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفق ما يعرف بنموذج الاقتصاد الصناعي (هيكل- سلوك- أداء)، فالاقتصاد الصناعي يركز في التحليل على محورين أساسيين هما المؤسسة والسوق، ويأخذ المؤسسة من خلال السلوكات المختلفة لها في السوق وفق الأنواع المختلفة لهيكل الصناعة من جهة، وانعكاس كل ذلك على أداء المؤسسة وتنافسيتها وتطورها في الصناعة التي تنشط فيها من جهة أخرى، بينما يأخذ المحور الآخر والمتمثل في السوق من خلال أنواعه المختلفة، التي يتطلب كل نوع منها سلوكات معينة من قبل المؤسسة من جهة، ومن جهة أخرى السياسات التي تتبعها الدولة في سبيل التأثير على هيكل السوق (الصناعة)، وذلك كله من أجل توجيه سلوك المؤسسات العاملة فيه.

وانطلاقا مما سبق نطرح الإشكالية التالية: كيف تؤثر العناقيد الصناعية داخل هيكل الصناعة على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

ومن أجل الإجابة على السؤال المطروح قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى العناصر التالية:

1. الاقتصاد الصناعي وهيكل الصناعة
2. ماهية التنافسية الصناعية
3. مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهم خصائصها
4. العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
5. العلاقة بين العناقيد الصناعية والهيكل وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
6. سياسات الدولة من أجل تنمية العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولا: الاقتصاد الصناعي وهيكل الصناعة

1- تعريف الاقتصاد الصناعي:

لقد عرف بامخرمة علم اقتصاديات الصناعة بأنه "علم يهتم بصورة أساسية بدراسة الظروف الهيكلية السائدة في أسواق صناعة ما، وانعكاسات ذلك على سلوك المنشآت الصناعية ضمن هذا السوق، وتأثير هذا السلوك على مستويات أداء هذه المنشآت، ثم السياسات الصناعية (الحكومية) المناسبة إزاء ذلك"[1].

2- مكونات نموذج الاقتصاد الصناعيSCP

2-1- هيكل الصناعة: يستخدم تعبير هيكل الصناعة للدلالة على الظروف البيئية التي تعمل في ظلها المنشآت التي تنتمي إلى الصناعة، والتي يمكن أن يكون لها تأثير ملموس على سلوك هذه المنشآت ومن ثم أدائها في المستقبل، وتهدف عملية تحليل هيكل الصناعة إلى تحديد حالة المنافسة الممارسة فيما بين مختلف العناصر الفاعلة داخل الصناعة [2].

ويعرف الاقتصادي Bain هيكل الصناعة بأنه " تلك الخصائص التي تنظم الصناعة والتي تترك تأثيرا استراتيجيا على طبيعة المنافسة والتسعير داخل تلك الصناعة"، ويقترح Bain أربعة خصائص رئيسية لهيكل الصناعة، والتي تعتبر مهمة لاستيعاب المفهوم وقياسه بشكل محدد وهي:

- درجة تركز البائعين، أي عدد المصانع المنتجة لسلعة ما، وتوزيعها النسبي من حيث الحجم؛

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

- درجة تركز المشترين، أي عدد المشترين للسلع وتوزيعهم النسبي؛
- درجة الاختلاف والتنوع فيما بين السلع أي الفرق في مستوى نوعية المنتجات؛
- شروط الدخول والخروج من وإلى الصناعة، أي مدى السهولة التي يمكن للمؤسسات الدخول فيها إلى الصناعة والخروج منها.

ومعلوم أن كل من هذه الخصائص الأربعة لهيكل الصناعة مهمة في تحديد سلوك المؤسسات الإنتاجية، والتي بدورها تؤثر على أداء الصناعة ككل.[3]

2-2- سلوك المنشآت في الصناعة: يقصد بها مجموعة السياسات والإستراتيجيات التي تتبعها المؤسسات من أجل التأثير على حجم نفوذها في السوق، وكذلك تعزيز مركزها التنافسي داخل الصناعة التي تنشط فيها.[4]

2-3- الأداء: يقاس الأداء في الصناعة بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات، تختلف حسب تفضيل المحلل، ويمكن القول أن مفهوم الأداء في الاقتصاد الصناعي له بعدين، بالنسبة للمنشأة فهو يشمل النتائج المالية، القوة السوقية والفعالية، أما بالنسبة للصناعة فهو يشمل الكفاءة، الإنتاجية، التطور التقني ورضا العملاء[5].

ونشير إلى أن عناصر النموذج السابق تتأثر بالسياسات الحكومية (القوانين، السياسات الضريبية، ...الخ)، كما أن هيكل الصناعة يتحدد بالشروط القاعدية للصناعة وهي عبارة عن جملة من العوامل العامة التي تساهم في تحديد ظروف العرض و الطلب داخل الصناعة[6]

3- أبعاد هيكل الصناعة

3-1- التركز الصناعي

من الأمور الهامة في الاقتصاد أن نعرف إلى أي مدى يؤثر وجود عدد قليل من المؤسسات الكبيرة في السلوك السائد في السوق، وبالذات في مدى سيادة عنصر المنافسة فيها.

مفهوم التركز الصناعي: التركز في لغة الاقتصاد معناه جنوح عناصر الإنتاج نحو التجمع في مشروع واحد.[7]

ويعرف بأنه "التوزيع النسبي للحجم الكلي للصناعة بين المنشآت المنتجة فيها"[8].

كما يقصد به "إلى أي مدى يتركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود من المؤسسات".

لذا ففي قياس التركز الصناعي ينصب اهتمامنا على كل صناعة أو سوق بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمؤسسات في كل صناعة، وبافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في التركز، فإن الصناعة تكون أكثر تركزا كلما قل عدد المؤسسات المنتجة أو زاد التباين بين أنصبتها في الصناعة.[9]

3-2- عوائق الدخول

تضم المبادئ الأساسية لممارسة النشاط الاقتصادي مبدأ المنافسة الحرة، وتستلزم هذه الحرية أن يمارس أي داخل للسوق نشاطه بكل مشروعية، دون قيود وعند اكتشاف حواجز في اللحظة التي يكون فيها الدخول إلى السوق نقول أنه توجد عوائق دخول وأن مبادئ المنافسة لا تحترم[10]، وتعتبر عوائق الدخول المحدد الثاني لهيكل الصناعة، بحيث تعبر عن مدى وجود حواجز سواء كانت طبيعية أو مصطنعة من طرف المؤسسات الناشطة داخل الصناعة، تحول دون دخول مؤسسات جديدة إلى الصناعة، ويؤدى وجود هذه العوائق إلى انخفاض مستوى المنافسة داخل الصناعة.

وقد عرفها (Joe Bain) مؤسس نظرية عوائق الدخول، بأنها" مجموعة العوامل التي تسمح للمؤسسات الناشطة في قطاع ما من ممارسة أو تطبيق أسعار مرتفعة بتكاليف متوسطة منخفضة في المدى الطويل دون جذب داخلين جدد"[11]، فهي تشكل حسبه ميزة للمؤسسات الموجودة في الصناعة بالمقارنة مع الداخلين الجدد.

أما (Stigler) فيقول أنه "يمكن تعريف عائق الدخول كتكلفة إنتاج تتحملها المؤسسة التي تبحث عن الدخول إلى الصناعة، دون المؤسسات المتواجدة في الصناعة"، فتعريفه هذا كان من وجهة نظر الداخلين المحتملين، على عكس تعريف (Bain) الذي كان يخص المؤسسات الموجودة في الصناعة.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

3-3- تمييز المنتجات

يعتبر تمييز المنتجات المحدد الثالث لهيكل الصناعة، ذلك لأن إستراتيجية تمييز المنتج يمكن أن تؤثر في هيكل الصناعة، حيث أنه كلما اتسمت صناعة معينة بتميز كبير في المنتجات، كلما شكل ذلك عائق دخول أما المؤسسات الراغبة في الدخول إلى الصناعة، وهذا ما يؤثر على هيكل الصناعة.

يهدف التمييز بالمنتجات إلى خلق بعض الأشياء التي تبدو وحيدة في الصناعة، و التي يدرك العديد من زبائنها أنها ذات أهمية، ثم تجد المؤسسة لنفسها وضعية تصبح المشبع الوحيد لهذه الحاجات[12].

ويؤدي الاختلاف والتمايز بين خصائص المنتجات التي تقدمها المؤسسات المتنافسة في ما بينها، وكذا التي ترغب في الدخول بمنتج أو خدمة جديدة، إلى الحصول على مجموعة من المزايا التنافسية التي تحد من تهديد أي منافس.

ولقد ميز (Lancaster) بين نوعين من مصادر التمييز الممكنة:[13]

3-3-1- التمييز الموضوعي: الذي يتعلق بالخصائص الحقيقية للسلعة؛

3-3-2- التمييز الشخصي: الذي يحدث انطلاقا من تغيير تفضيلات المستهلكين عن طريق الإعلان.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نعرف تميز المنتج على أنه الشكل والطريقة التي يتحصل بها المستهلك على المنتجات، والتي يمكن للمؤسسات القائمة أن تمنع بها المؤسسات المحتمل دخولها إلى الصناعة، تكون من خلال إنتاج سلع وخدمات متمايزة.

ثانيا: ماهية التنافسية الصناعية

1- مفهوم التنافسية:

تعرف التنافسية على أنها قدرة البلد على تصريف بضاعته في السوق الدولية[14]، ويختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن مؤسسة، قطاع أو عن دولة.

1-1- تنافسية المؤسسة: تعرف على أنها "القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق المحلية والدولية."[15]

كما تعرف بأنها "القدرة التي تملكها المؤسسة في وقت معين على مقاومة منافسيها."[16]

1-2- تنافسية القطاع: تعرف على أنها "قدرة شركات قطاع صناعي معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية، دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية."

1-3- تنافسية الدولة: تعرف على أنها "قدرة البلد على تحسين مستوى معيشة المواطنين من خلال تحقيق معدلات نمو عالية ومستديمة، ووضع قابل للاستمرار لميزان المدفوعات."[17]

ونشير في الأخير إلى أن العلاقة بين التنافسية على صعيد المؤسسة، القطاع والدولة هي علاقة تكاملية، إذ أن إحداها تؤدي إلى الأخرى، فلا يمكن الوصول إلى قطاع تنافسي دون وجود مؤسسات ذات قدرة تنافسية، غير أن وجود قطاع أو مؤسسة يملكان قدرة تنافسية لا يؤدي إلى حيازة الدولة لهذه القدرة.

2- أنواع التنافسية الصناعية

تميز الكثير من الأدبيات بين أنواع التنافسية التالية:[18]

2-1- تنافسية التكلفة أو السعر: فالبلد ذو التكاليف الأرخص يتمكن من تصدير السلع إلى الأسواق الخارجية بصورة أفضل.

2-2- التنافسية غير السعرية: باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير التقنية وغير السعرية، فإن بعض الكتاب يتكلمون عن المكونات غير السعرية في التنافسية.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

2-3- التنافسية النوعية: تشمل بالإضافة إلى النوعية والملاءمة عنصر الابتكارية، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة، والأكثر ملاءمة للمستهلك، وحيث المؤسسات المصدرة ذات سمعة حسنة في السوق، يتمكن من تصدير سلعه حتى ولو كانت أعلى سعر من سلع منافسيه.

2-4- التنافسية التقنية: حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في صناعات عالية التقنية.

3- مؤشرات قياس التنافسية الصناعية

3-1- على مستوى المؤسسة الصناعية

فيما يلي أهم مؤشرات قياس تنافسية المؤسسة الصناعية:

3-1-1- الربحية: يعتبر مؤشر الربحية كافيا عن التنافسية الصناعية الحالية للمؤسسة، ويمكن أن تكون هذه الأخيرة في سوق تنافسية تتجه هي ذاتها نحو التراجع، في هذه الحالة فإن التنافسية الصناعية الحالية للمؤسسة لن تكون ضامنة لربحيتها المستقبلية، وإذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد إلى فترة من الزمن، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تكون مرتبطة بالقيمة السوقية لها، وتعتمد المنافع المستقبلية للمؤسسة على إنتاجيتها النسبية وتكلفة عوامل إنتاجها، وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على امتداد فترة طويلة، وعلى إنفاقها الحالي على البحث والتطوير أو البراءات التي تحصل عليها.

3-1-2- تكلفة الصنع: تكون المؤسسة غير تنافسية إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في الأسواق، وذلك إما لانخفاض إنتاجيتها أو عوامل الإنتاج مكلفة كثيرا، أو للسببين السابقين معا.[19]

3-1-3-الإنتاجية الكلية للعوامل: إن الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج تقيس الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ومن الممكن مقارنة الإنتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة مشروعات على المستويات المحلية والدولية، ويمكن إرجاع نموها سواء إلى التغيرات التقنية وتحرك دالة التكلفة نحو الأسفل، أو إلى تحقيق وفورات الحجم.[20]

3-1-4- الحصة من السوق: من الممكن لمؤسسة ما أن تحقق أرباحا، وتستحوذ على جزء هام من السوق الداخلية بدون أن تكون تنافسية على المستوى الدولي، ويحدث هذا عندما تكون السوق المحلية محمية بعقبات اتجاه تحرير التجارة الدولية، كما يمكن للمؤسسات الوطنية أن تكون ذات ربحية آنية، ولكنها غير قادرة على الاحتفاظ بالمنافسة اتجاه تحرير التجارة، لذا يجب مقارنة تكاليف المؤسسة مع تكاليف منافسيها الدوليين، وكلما كانت التكلفة الحدية للمؤسسة ضعيفة بالقياس إلى التكاليف الحدية لمنافسيها، كلما كانت حصتها من السوق أكبر.[21]

3-2- على مستوى القطاع

إن تقييم تنافسية قطاع يتم بالمقارنة مع القطاع المماثل لبلد آخر، وأهم المؤشرات المستعملة هي:

3-2-1- مؤشرات التكاليف والإنتاجية: نقول عن قطاع ما أنه تنافسيا إذا كانت الإنتاجية الكلية للعوامل فيه مساوية أو أعلى منها لدى المشروعات الأجنبية المزاحمة، أو إذا كان مستوى تكاليف الوحدة يساوي أو أقل من تكاليف الوحدة للمنافسين الأجانب.[22]

3-2-2- مؤشرات الحصة من السوق الدولي: يستعمل في هذا المجال الميزان التجاري والحصة من السوق الدولي كمؤشرين عن التنافسية على مستوى القطاع، وهكذا فإن القطاع يخسر تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية، أو أن حصته من الواردات تتزايد.

3-2-3- دليل التجارة ضمن الصادرات: يبين هذا الدليل الصلات التجارية ضمن الصناعات، وكلما ارتفعت قيمته كلما دل ذلك على تقدم الصناعة في البلد المعني.[23]

3-3- على مستوى الدولة

لقياس تنافسية الدولة هناك مؤشرات هي:

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

3-3-1- نمو الدخل الحقيقي للفرد: إن نمو الدخل الحقيقي للفرد ونمو الإنتاجية مفهومان مرتبطان وليس متطابقان، فالدخل الحقيقي للفرد يعتمد على إنتاجية العوامل الكلية، الموهوبات من رأس المال، الموارد الطبيعية وحدود التجارة، والارتفاع في إنتاجية العوامل الكلية يزيد من دخل الفرد ورأس المال بالإضافة إلى التحسن في حدود التجارة.

3-3-2- النتائج التجارية للبلد: تقترح الدراسات المتخصصة ثلاثة مقاييس رئيسية للنتائج التجارية للبلد هي فائض مطرد في الميزان التجاري، حصة مستقرة أو متزايدة وتطور تركيب الصادرات نحو المنتجات ذات التقنية العالية أو القيمة المضافة المرتفعة.[24]

ثالثا: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهم خصائصها

1- تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها "مؤسسة إنتاج السلع و/ أو الخدمات، تشغل من 01 إلى 250 شخص، لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة ملايير (04) دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري، تستوفي معايير الاستقلالية." [25]

وقد فرقت الوزارة في موادها 8- 9- 10 من القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بين المؤسسة المتوسطة، المؤسسة الصغيرة، و أيضا المؤسسة المصغرة، و نحاول تلخيص الفروقات في الجدول التالي:

جدول رقم (**01**) : تصنيـــف المؤسسات الصغيـــرة و المتوسطـــة

المعيار / المؤسسة	عدد العمال	رقم الأعمال (مليون دج)	الأرباح مليون (دج)
متوسطة	250-50	4000-400	1000 -200
صغيرة	49-10	< 400	< 200
مصغرة	09-01	< 40	< 20

المصدر: القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جانفي 2017.

2- خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالخصائص التالية:

- الحجم الصغير؛
- ضعف تخصص العمل؛
- قرب جواري لدى المتعاملين؛
- نظام معلومات خارجي بسيط وضعيف الترسيم؛
- نظام معلومات خارجي يعتمد على الاتصالات المباشرة؛[26]
- تمثل وسيلة من وسائل خلق العمالة باعتبارها تعتمد على الكثافة العمالية أكثر من الرأسمالية؛
- تتجاوب مع خصائص السوق الصغيرة الحجم؛
- تفتح مجال المبادرات بتشجيع العمل المتعدد التخصصات؛
- تسمح بالنمو المتوازن للمؤسسات عبر الزمن بما تكتسبه من خبرة في مجالها؛
- تمثل وسيلة دعم للمؤسسات الكبيرة من خلال عمليات المقاولة من الباطن.[27]

رابعا: العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد فرضت الأوضاع الاقتصادية المبنية على العالمية والانفتاح على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تدعيم تنافسيتها من أجل البقاء في سوق تشتد فيه المنافسة، ولأجل ذلك أصبحت ملزمة على زيادة التركيز والتخصص في نشاطها بإتباع عدة استراتيجيات منها العناقيد الصناعية.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

1- تعريف العناقيد:

لقد ظهر أول تعريف للعناقيد الصناعية في عام 1990 طرحه البروفيسور مايكل بورتر في كتابه المزايا التنافسية للأمم Competitive Advantages of Nations ، فبعد العديد من الدراسات والأبحاث التي أجراها عن كيفية تطوير تنافسية الدول وجد أن أفضل أسلوب لتحقيق هذا الهدف هو التركيز على سياسات الاقتصاد الجزئي وإيجاد مناخ استثماري جاذب للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ووجد أن أفضل بيئة لهذه الشركات هي بيئة العناقيد الصناعية التي كثيرا ما يطلق عليها التجمعات الصناعية.[28]

ويعرف العنقود بأنه "تجمع يضم مجموعة من الشركات التي تجمع بينها عوامل مشتركة كاستخدام تكنولوجيا متشابهة، أو الاشتراك في القنوات التسويقية ذاتها أو الاستقاء من وسط عمالة مشترك أو حتى الارتباط بعلاقات أمامية وخلفية فيما بينها. ويضم هذا التجمع كذلك مجموعة من المؤسسات المرتبطة به والداعمة له، والتي يعتبر وجودها ضرورة لتعزيز تنافسية أعضاء التجمع كالجامعات والمعاهد التعليمية".[29]

كما يعرف العنقود أيضا بأنه "مجموعة شركات مركزة قطاعيا وجغرافيا، تنتج وتبيع تشكيلة من المنتجات المترابطة أو المتكاملة وبالتالي تواجه تحديات وفرص مشتركة."[30]

ويتلازم مفهوم العنقود مع مفهوم التنافسية، فمن شأن النظر إلى الصناعة كعنقود أن نحدد مدى تنافسية الصناعة من خلال تحديد أماكن الضعف والخلل وأماكن القوة والفرص في الصناعة وما يحيط بها من نشاطات داعمة لها ومرتبطة، سواء من خلال التكامل الأمامي أو الخلفي.

وتكمن خصوصية العناقيد في إيجاد موردين محليين لمدخلات الإنتاج و بكلف أقل من استيرادها، مما يؤثر إيجابا في منافسة الصناعة في السوق المحلي والعالمي، وكلما اتجهت الصناعة الداعمة والمرتبطة إلى إنتاج أجزاء محددة ومتخصصة من مدخلات الإنتاج كان لها دور أكبر في مساعدة الصناعة الرئيسية على التطوير والمنافسة عالميا.[31]

2- مزايا العناقيد الصناعية:

يترتب عن قيام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإنشاء العناقيد الصناعية المزايا التالية:[32]

- زيادة فرص التخصص وتقسيم العمل؛
- تحقيق وفورات خارجية كتلك المتعلقة بظهور وكلاء تسويق أو موردين متخصصين في مدخلات التصنيع؛
- تقليل نفقات التبادل أثناء المراحل الإنتاجية مما يؤدي إلى تخفيض تكاليف الإنتاج ورفع المزايا التنافسية للمنتجات؛
- تحسين فرص التصدير مما ينعكس على الاقتصاد ككل؛
- المساهمة في تركيز الخبرات الفنية والبشرية والتكنولوجية؛
- الحصول على مزايا الحجم الكبير؛
- المساعدة في تطوير البنية الأساسية من الخدمات المالية والقانونية؛
- رفع القدرات الإنتاجية والتنافسية لأعضاء العنقود؛
- القدرة على حل المشكلات بأساليب حل عاجلة من خلال التعليم التبادلي؛
- التعاون في مجال الأبحاث الأساسية عالية التكلفة.

3- مراحل تكوين العناقيد الصناعية:

تمر العناقيد الصناعية بدورات حياة شبيهة بدورة المنتجات الصناعية هي:[33]

3-1- **مرحلة ما قبل تكون العنقود:** يتميز سلوك الشركات والصناعة في هذه المرحلة بأنه مستقل إلى حد كبير وقليل التفاعل مع المجتمع المحلي، ويولد العنقود من شركة أو شركتين في البداية، ويكون الحافز إما توفر مواد خام أو توافر عمالة ماهرة ورخيصة وقد يكون بالصدفة البحتة.

3-2- **مرحلة نمو العنقود:** في هذه المرحلة يزداد الاعتماد المتبادل بين الشركات والموردين المحليين.

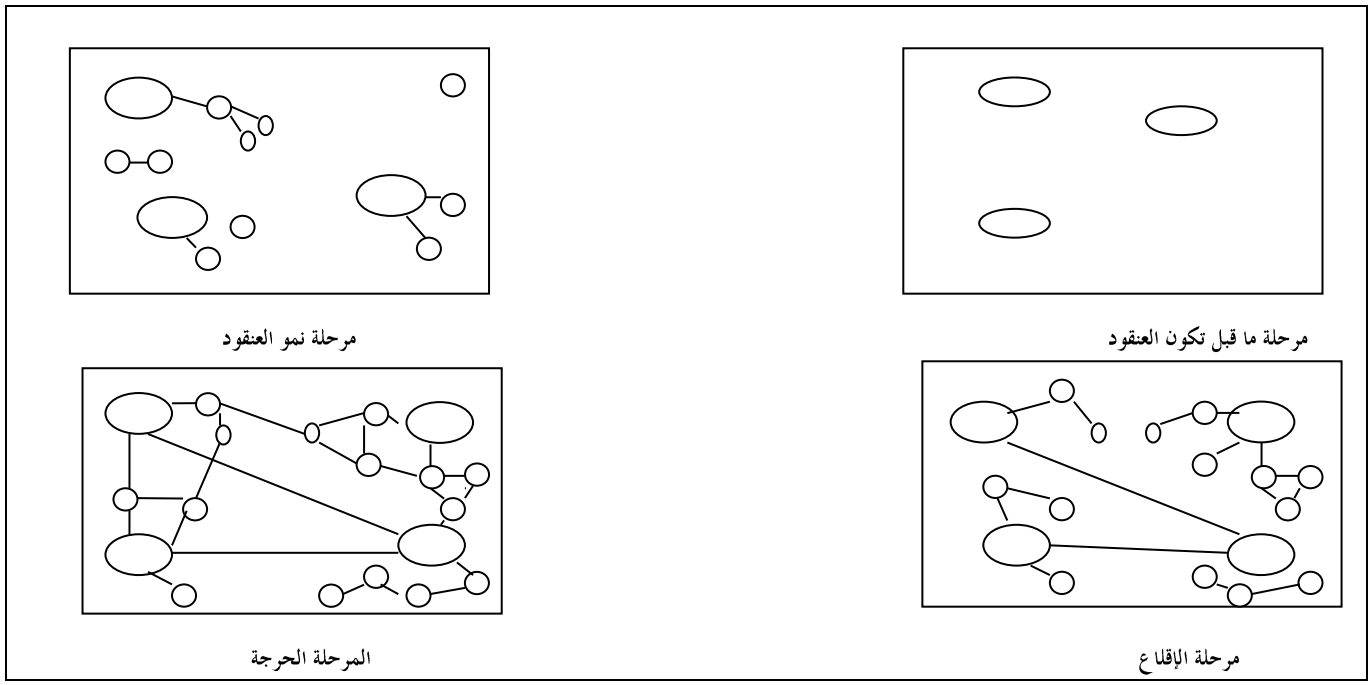
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

3-3- مرحلة الإقلاع: تزداد درجة التفاعل بين الشركات والمجتمع المحلي والمؤسسات البحثية والعلمية ويستمر العنقود في النمو المطرد حتى يصل إلى مرحلة النضج والاستقرار.

3-4- المرحلة الحرجة: بعد مرحلة النضج يصبح العنقود غير قادر على ضم مزيد من الشركات، وهي درجة التشبع من حيث المعرفة والمهارات والمعلومات خلال العنقود الصناعي.

ويمكن تلخيص دورة حياة العنقود الصناعي في الشكل التالي:

شكل رقم(01): دورة حياة العنقود الصناعي



المصدر: استراتيجية توطين المشروعات الصناعية في مصر، ص 21 ، على الموقع الإلكتروني http://www.cpas-egypt.com/pdf/Mamdoh_Mostafa/PHD/001.pdf

4- إنشاء العناقيد الصناعية:

كان إنشاء العناقيد نتيجة عفوية لانجذاب الصناعات نحو أماكن مقومات تنافسيتها، كتوفر اليد العاملة الماهرة والمواد الأولية والموردين والبنى التحتية والعملاء، نظرا للمزايا التي يمكن أن تحصل عليها المؤسسات من وراء انتمائها للعنقود والمساهمة التي يمكن أن يقدمها هذا الأخير في تحقيق التنمية المحلية وتحسين تنافسية الصناعة والمؤسسات المنتمية إليه.

ويسمح إنشاء العناقيد الصناعية بـ:

- توفير مناصب عمل جديدة وقيمة مضافة عالية وإيجاد ثروات جديدة وبنسبة كبيرة؛
- قدرة على الاستمرارية والنمو المتواصل مع إمكانية اكتساب وضع تنافسي جيد على المستوى الدولي؛
- العنقود يجب أن يرتكز على علاقة شراكة جيدة بين مختلف الأطراف المنتمية له، وتنعكس هذه العلاقة في الحوكمة الجيدة للعنقود؛
- تحديد الأهداف والوسائل التي سيعتمد عليها العنقود في وضع استراتيجياته من أجل إنجاح مشاريع البحث والتطوير التي تتم على مستواه.[34]

خامسا: العلاقة بين العناقيد الصناعية والهيكل وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1- تأثير العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الهيكل:

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تؤثر العناقيد الصناعية على أبعاد الهيكل التي تم التطرق إليها سابقا، ويمكن توضيح هذا التأثير فيما يلي:

1-1- تأثير العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التركز الصناعي:

يؤدي انضمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى بعضها البعض وتشكيل ما يسمى بالعنقود إلى زيادة درجة التركز الصناعي، حيث أن تجمع عدد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المرتبطة ببعضها البعض في مجال صناعتها يشكل شبكة من المنتجين والموردين لعوامل الإنتاج المهمة والمعدات المستخدمة في العملية الإنتاجية، والموردين لبعض الخدمات الخاصة بالصناعة، والصناعات المرتبطة بها بالإضافة إلى أنشطة التسويق، هذا ما يؤدي إلى تركز الإنتاج في عدد قليل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الأمر الذي يمثل منظومة من الأنشطة اللازمة لتشجيع ودعم التنافسية.[35]

1-2- تأثير العناقيد الصناعية على التكامل:

تؤدي العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى إضعاف درجة التكامل من خلال العلاقات التالية:[36]

1-2-1- التعاقد من الباطن:

في إطار التعاقد من الباطن تقوم أحد المؤسسات بإنتاج المنتوج النهائي لصالح مؤسسة أخرى، وذلك وفقا للمواصفات التي تحددها المؤسسة التي يتم الإنتاج لصالحها. ويمثل التعاقد من الباطن أحد أشكال العلاقات بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار العناقيد الصناعية.

ويأخذ التعاقد من الباطن الأشكال التالية:

- التعاقد من الباطن لشراء الطاقة الإنتاجية؛
- التعاقد من الباطن نتيجة التخصص؛
- التعاقد من الباطن مع المورد.

1-2-2- التزويد الخارجي:

يشير هذا المفهوم إلى قيام أحد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإنتاج السلع الوسيطية لأحد المؤسسات داخل العنقود، بدلا من إنتاجها داخليا، وهو يمثل شكل من أشكال الاعتماد العمودي بين المؤسسات.

يتميز هذا الأسلوب بـ:

- تمكين المنتج الأصلي من توزيع عملية الإنتاج خاصة التي تتطلب عمالة كثيفة ومكلفة؛
- زيادة الإنتاجية عن طريق التركيز في إنتاج المراحل النهائية للسلع؛
- التقليل من التكاليف.[37]

1-2-3- التحالفات الإستراتيجية:

تعرف التحالفات الإستراتيجية بأنها "عقد بين مؤسستين على الأقل لتحقيق نوع من التكامل وتنسيق النشاطات والفعاليات، والهدف من التحالف تجاوز نقاط الضعف وتحويلها إلى نقاط قوة لمواجهة المنافسة."[38]

حيث أن التحالفات الإستراتيجية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تجعلها تشكل عنقودا صناعيا متكاملا تتعاون فيه لتحقيق ربحية أعلى.

1-3- تأثير العناقيد الصناعية على التميز في المنتجات:

إن العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحتوي على سلسلة من العلاقات والتأثيرات الداخلية والخارجية تؤدي إلى زيادة التنوع التكنولوجي، وهو ما يجعل استخدام التكنولوجيا المتقدمة بمثابة القوة المحركة الأساسية لتطور ونمو العنقود، وتجدر الإشارة إلى أن ديناميكية العنقود لا تنعكس فقط على التوسع في عوامل الإنتاج، وإنما تؤدي إلى تطور القدرات الإنتاجية والتي تؤدي باستمرار إلى خلق منتجات جديدة ومتميزة.[39]

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

كما أن انخفاض تكاليف الإنتاج والصفقات وتكاليف النقل يؤدي إلى انخفاض السعر النهائي للمنتج، الأمر الذي يؤدي إلى حصول المستهلك على منتج عالي الجودة وبأسعار مقبولة مما يؤدي إلى تميز المنتج في إطار العناقيد عن منتجات المؤسسات الأخرى خارج نطاق العناقيد.[40]

1-4- العناقيد الصناعية كعائق من عوائق الدخول:

إن العناقيد الصناعية تفيد في تخفيض التكاليف وتطوير الكفاءات وغيرها انطلاقا من العلاقات التي تنشأ بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنتمي إلى العنقود، والتي ستستفيد من مزايا عديدة ما كان لها أن تحصل عليها إلا بهذا الانتماء، أهمها الاستفادة من نتائج البحث والتطوير التي ساهمت في التوصل إليها مع مجموعة من المؤسسات ومراكز البحث والجامعات، وهذا يعتبر من بين العوائق التي تحد من دخول مؤسسات صغيرة ومتوسطة أخرى إلى مجال نشاط المؤسسات المنتمية إلى العنقود.

2- دور العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في زيادة تنافسية منتجاتها:

إن توافر مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار تكاملي تعتمد فيه على بعضها البعض يتيح سهولة وكفاءة الحصول على المدخلات الضرورية، إضافة إلى أهمية هذه العناقيد في الحث على الاستمرار والاتجاه نحو التجديد والتطوير والابتكار في المنتجات القائمة، وسهولة تدفق المعلومات والتبادل الفني فيما بينها، ولا يخفى أثر هذه العوامل على إمكانية خلق القدرة التنافسية في صناعة ما والمحافظة عليها، وهذا يعني أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يمكنها رفع تنافسيتها من خلال تواجدها على شكل مؤسسات منفردة، ولكن من خلال ارتباطها بغيرها من المؤسسات، بمعنى أن تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على شكل عناقيد يمثل عاملا مهما في تحقيق التنافسية من خلال تأثيرها على التكاليف، الإنتاجية، الحصة السوقية والربحية.

2-1- مساهمة العنقود الصناعي في خفض التكاليف:

تساهم العناقيد الصناعية في إيجاد موردين محليين لمدخلات الإنتاج وبتكاليف أقل نسبيا من استيرادها، مما يؤثر إيجابا على القدرة التنافسية للصناعة على مستوى الأسواق المحلية والعالمية، وكلما كان اتجاه الصناعة المدعمة والمرتبطة نحو إنتاج بعض الأجزاء المحددة والمتخصصة من مدخلات الإنتاج، كلما كان لها دور أكبر في مساعدة الصناعة الرئيسية على التطور والمنافسة عالميا، وبهذا يرتبط العنقود مباشرة بتعزيز القدرة التنافسية لهذه لمؤسسات هذه الصناعة.[41]

وتسمح العناقيد الصناعية بخفض التكاليف التالية:

2-1-1- خفض تكاليف الصفقات:

يسهم التقارب الجغرافي للمنشآت الموجودة في العنقود في انخفاض تكاليف الصفقات، وتشير تكاليف الصفقات إلى كل الأنشطة المتعلقة بتنفيذ المشروع ولا تدخل ضمن تكاليف الإنتاج، مثل جمع المعلومات والتفاوض.فكلما انخفضت تكاليف الصفقات عن تكاليف الإنتاج تزداد فرصة المنشأة في التأثير على السوق من خلال توسيع وزيادة إنتاجها وأنشطتها، كما يؤدي انخفاض تكاليف الصفقات إلى إجبار المنشآت على توجيه طاقاتها إلى خطوط الإنتاج الأكثر ربحية.

2-1-2- خفض تكاليف النقل:

التركز الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مكان متقارب يؤدي إلى انخفاض تكاليف النقل اللازمة لنقل المدخلات ومواد الخام بين مؤسسات العنقود، الأمر الذي يؤدي إلى خلق ميزة لوجستية للعنقود، وتشير الميزة اللوجستية إلى درجة ضبط وإدارة تدفق المواد الخام، وعمليات الإنتاج والتوزيع، ثم النقل إلى أسواق الاستهلاك في أسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة.

2-1-3- خفض تكلفة المخزون:

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

ينجم عن انضمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى العنقود ظهور علاقات تؤدي إلى حدوث سرعة تداول المدخلات الوسيطة والسلع نصف المصنعة والنهائية، مما يؤدي إلى انخفاض حاجة المنتجين إلى الاحتفاظ بكميات كبيرة من المخزون، وبالتالي تنخفض التكاليف الناجمة عن ذلك المخزون.[42]

2-2- زيادة الإنتاجية:

إن الهدف الأساسي الذي تسعى إليه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الدخول في العناقيد الصناعية هو تحقيق أعلى معدلات إنتاجية، لذا فإن تكوين العنقود الصناعي يساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على زيادة إنتاجيتها من خلال سهولة الحصول على مدخلاتها الإنتاجية وانخفاض تكاليفها.

2-3- زيادة الحصة السوقية:

تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الانضمام إلى العنقود الصناعي إلى التمتع بمزايا زيادة الطلب المحلي الناجم عن الصناعات المرتبطة، وبالتالي زيادة المنشأة في الحصول على نصيب أكبر من السوق، مما يزيد من قدرتها على مواجهة المنافسة المحلية والخارجية، ويرجع السبب في ذلك أن العناقيد تمثل أسواق مختلفة متمركزة في مكان واحد، وبالتالي تمكن الموردين من الحصول على الأسعار المرضية وتحقيق الكفاءة المطلوبة في التسويق وخدمات ما بعد البيع، وذلك على عكس التعامل مع الأسواق المتفرقة أو المنفصلة التي تؤدي إلى ارتفاع التكاليف.[43]

2-4- زيادة الربحية:

كما رأينا سابقا فالعنقود عبارة عن سلسلة من المؤسسات المترابطة تتميز بالتعاون والتنسيق فيما بين عناصرها، وذات العلاقة فيما بينها سواء من حيث مدخلات الإنتاج، أو أساليب الإنتاج أو التكنولوجيا المستخدمة، أو شريحة المستهلكين المستهدفة، أو قنوات التوزيع أو حتى المؤهلات البشرية المطلوبة في العملية الإنتاجية، هذه المؤسسات المتميزة تستطيع أن تنافس على المستوى المحلي والعالمي، عندما تتشكل الشركات والمؤسسات الداعمة والمرتبطة بها لتكون عنقودا صناعيا متكاملا تتعاون في إطاره المؤسسات لتحقيق ربحية أعلى. ويقول بورتر في هذا المجال أن العناقيد تستطيع التأثير في التنافس وزيادة الربحية من خلال ثلاثة طرق:

- زيادة الإنتاجية من الشركات في العنقود.
- قيادة الإبداع في مجال النشاط.
- استحداث أعمال جديدة في المجال.[44]

3- تأثير الهيكل على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

هناك علاقة غير مباشرة بين هيكل الصناعة وأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصفة عامة والميزة التنافسية بصفة خاصة، مرورا بسلوكها داخل الصناعة، حيث أن درجة التركز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تؤدي إلى أرباح وأسعار مرتفعة، إذ أن العدد الصغير للمؤسسات أو الأنصبة السوقية غير المتساوية يسهل التواطؤ والتجمع مشكلة عناقيد صناعية، وبالتالي تتمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تعظيم الأرباح المشتركة. إذن هناك علاقة طردية بين التركز الصناعي وهامش الربحية.

سادسا: سياسات الدولة من أجل تنمية العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يقع على الدولة مسؤولية المساعدة في نضوج العنقود من خلال تصميم البرامج التي تشجع على إرساء نمط شبكي من العلاقات مثل تشجيع التعاقد من الباطن وتشجيع تبادل المعلومات، وإنشاء مراكز تدريب مشتركة جديدة، يساهم فيها العاملون في العنقود من أجل تطوير نوعيات جديدة من التكنولوجيا التي تخدم العنقود أو من أجل التسويق الخارجي المشترك.

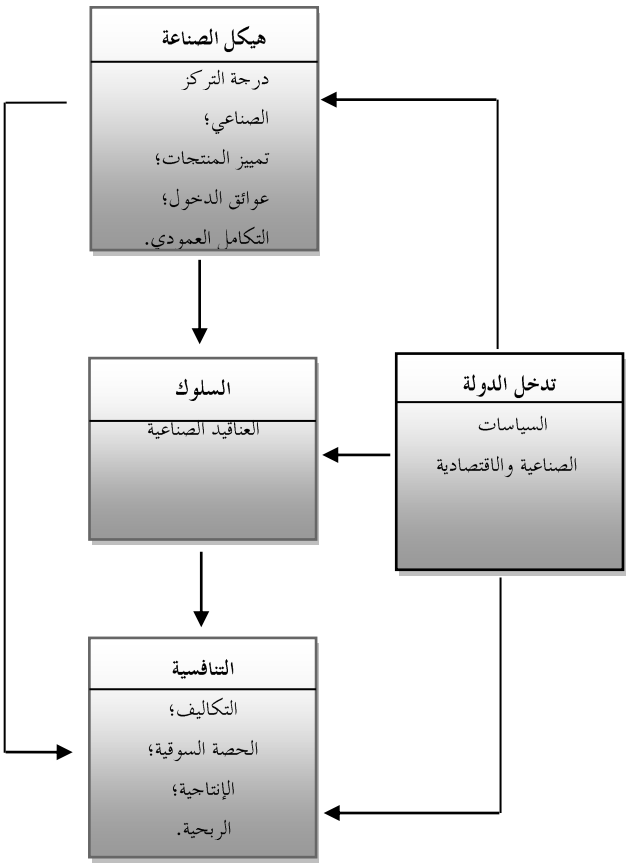
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

أيضا يقع على الدولة مسؤولية إقامة الرابط بين العنقود الصناعي ونظام التطوير الوطني، وهو النظام الذي يضم ثالوث نظم التعليم والتدريب ونظم الإنتاج ومؤسسات البحث العلمي والجامعات، ذلك أن هذا الرابط هو الذي يدفع إلى تطوير العنقود ووصوله إلى مرحلة التنافسية العالمية، لأنه يكفل استمرارية تطوير نظم التعليم والتدريب وتطوير العلوم والتكنولوجيات على النحو الذي تحتاجه مدخلات التطوير في العنقود.

كما يجب على الدولة تحديد الأنواع المختلفة من العناقيد الصناعية الموجودة داخل اقتصادها والتعرف على مرحلة التطور التي وصلت إليها، حتى لا يضر تصميم السياسة الاقتصادية على المستوى الكلي بأحد العناقيد الهامة، إضافة إلى أن تكون العنقود من منتجين في سلسلة القيمة المضافة للسلع المختلفة قد يؤدي إلى تضارب المصالح على نحو يضر بالعنقود ويهدده بالانهيار، لذا فإن تصميم السياسة الاقتصادية يجب أن يكون في إطار رؤية واضحة لأطر عمل مختلف العناقيد الصناعية في الاقتصاد، وأيضا في إطار رؤية متكاملة لخريطة العناقيد ولعلاقات الارتباط بينها.[45]

ويمكن تلخيص العلاقة بين العناقيد الصناعية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والهيكل والتنافسية في إطار سياسات الدولة في الشكل التالي:

شكل رقم (02): العلاقة بين العناقيد الصناعية كسلوك تتبعه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والهيكل والتنافسية



المصدر: من إعداد الباحثتين.

الخاتمة:

أمام ظاهرة العولمة والانفتاح الخارجي وجدت الكثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نفسها خاضعة إلى الضغوط التنافسية الأكثر قوة والأكثر عالمية، لذلك وجب عليها التكيف مع الواقع الجديد وبالتالي التركيز على دراسة هيكل الصناعة وقوى المنافسة المختلفة التي تحكمه لرسم الاستراتيجيات اللازمة، والتي من بينها العناقيد الصناعية.

ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

- تؤثر العناقيد الصناعية على هيكل الصناعة؛
- لهيكل الصناعة تأثير على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- تساهم العناقيد الصناعية في تخفيض التكاليف ، زيادة الإنتاجية ، زيادة الربحية والحصة السوقية.

الإحالات والمراجع:

1 احمد سعيد بامخرمة، **اقتصاديات الصناعة**، دار زهران للنشر والتوزيع، جدة، 1994، ص 39.

[2] Jean Pierre Angelier, **économie industrielle**, office des publications universitaires, Alger, 1993, p 65.

[3] مدحت كاظم القريشي، **الاقتصاد الصناعي**، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص ص 28، 29.

[4] Godefroy Dang Nguyen, **Économie industrielle appliquée**, Edition Vuibert, Paris, 1995. p 04.

[5] Ibidem.

[6] Dennis W. Carlton & Jeffrey M. Perloff, **Economie industrielle**, traduit par Fabrice Mawerolle, Groupe De Boeck s.a, 2 ème édition, Bruxelles, 2008, p06.

[7] طارق الحاج، صالح فيلح، **الاقتصاد الإداري**، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص 222.

[8] احمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص53.

[9] روجر كلارك، **اقتصاديات الصناعة**، تعريب فريد بشير طاهر، دار المريخ للنشر، الرياض، 1994، ص ص 29، 30.

[10] Godefroy Dang Nguyen, op cit, p 313.

[11] Ibid,p 55.

[12] Michael Porter, **l'avantage concurrentiel des nations**, inter-éditions, Paris, 1993, p26

[13] Jean louis Levet, **L'économie industrielle en évolution**, ed economica, Paris, 2004 p p 59-60.

[14] أمال عياري ورجب نصيب، **الإستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية**، الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 29- 30 أكتوبر2002، ص 13.

[15] كمال رزيق، فارس مسدور، **تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية**، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، 2003، ص 202.

[16] Alouni Aoemeur Akki, **le système d'information comptable et la compétitivité des entreprises**, séminaire international sur la compétitive des entreprises économiques et mutation de l'environnement, Biskra, 2002, p 229.

[17] رياض بن جليلي، **سياسات تطوير القدرة التنافسية**، دورية سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد الثالث والثمانون 2009، ص 6.

[18] وديع محمد عدنان، **القدرة التنافسية وقياسها**، دورية سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد الرابع والعشرون، 2003، ص 07.

[19] نفس المرجع السابق، ص ص 10،11.

[20] عبد الحكيم عبد الله النسور، **الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، 2009 ص 25.

[21] كباب منال، **دور إستراتيجية الترويج في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الوطنية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص 141.

[22] وديع محمد عدنان، مرجع سابق، ص 14.

[23] يوسف مسعداوي، **القدرات التنافسية ومؤشراتها**، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 2005، ص 131.

[24] عبد الحميد بوخاري، **تعزيز التنافسية الصناعية العربية في ظل اقتصاد المعرفة**،الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 27- 28 نوفمبر2007، ص 8.

[25] **القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة**، وزارة المؤسسات و الصناعات الصغيرة و المتوسطة، جانفي 2017.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

[26] Gueguen G : **Environnement et management stratégique des PME:le cas du secteur Internet**, thèse de doctorat, Université de Montpellier I, non publier, 2001, p 93.

[27] قدي عبد المجيد، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمناخ الاستثماري**، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ودورها في التنمية، الاغواط، الجزائر، 2002، ص144.

[28] شوقي جباري، بوديار زهية، **تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال إستراتيجية العناقيد الصناعية- قراءات في التجربة الإيطالية**-، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، ص ص 10،11 على الموقع الإلكتروني.....http://labocolloque5.voila.net/40ChoukiDjebari.pdf

[29] Schmitz, H, 1992, **On the Clustering of Small Firms**, IDS Bulletin23(3) LONDON, p 64.

[30] شوقي جباري، بوديار زهية، مرجع سابق، ص05.

[31] بركات نسرين، **التنافسية والتجارب الدولية والنفاذ للأسواق الدولية**، مركز الأردن الجديد للدراسات، عمان، الأردن، 2002، ص 38.

[32] شوقي جباري، بوديار زهية، ص ص 6، 7.

[33] **إستراتيجية توطين المشروعات الصناعية في مصر**، ص 21 على الموقع الإلكتروني...، http://www.cpas-egypt.com/pdf/Mamdoh_Mostafa/PHD/001.pdf

[34] لزهر العابد، **تشجيع التحالفات بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة في ظل العناقيد**، الملتقى الدولي حول التحالفات الإستراتيجية وتحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة باجي مختار، عنابة، 11- 12 نوفمبر، ص 2008.

[35] **الاستفادة من فكرة العناقيد الصناعية في دعم وتنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة بالدول العربية**، جامعة الدول العربية، مجلس الوحدة الاقتصادية العربية، على ص 5.

[36] زايري بلقاسم، **العناقيد الصناعية كإستراتيجية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 07، 2007، ص ص 176، 177.

[37] شوقي جباري، بوديار زهية، مرجع سابق، ص 10.

[38] قصي سالم السالم، سعيد عبد الله محمد، **التحالفات الإستراتيجية كسلوك ريادي في منظمات الأعمال العراقية**، المؤتمر العلمي السنوي العاشر بعنوان الريادة في مجتمع المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 26-29 نيسان 2010، ص 14.

[39] **الاستفادة من فكرة العناقيد الصناعية في دعم وتنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة بالدول العربية**، مرجع سابق، ص 3.

[40] مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، **دور العناقيد الصناعية في إدارة مخاطر المنشآت الصغيرة والمتوسطة**، المؤتمر السنوى العلمي السابع بعنوان إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة الزيتونة، ص 15.

[41] زايري بلقاسم، مرجع سابق، ص 173.

[42] مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، مرجع سابق، ص 13.

[43] نفس المرجع السابق، ص ص 10،11.

[44] زايري بلقاسم، مرجع سابق، ص 173.

[45] نفس المرجع السابق، ص 190.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com