

بسم الله الرحمن الرحيم

كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير

الجمعية العلمية نادي الدراسات الإقتصادية

هاتف/فاكس: 021 47 75 15

رقم الحساب البنكي: N° 16-287/60-200 badr bank

الموقع: www.clubnada.jeeran.com

البريد الإلكتروني: cee.nada@caramail.com

المقر: ملحقة الخروبة الطابق الأول

علم - عمل - إخلاص

I- خطة البحث:

	مقدمة
01	I- ماهية المنافسة
01	1-I- مفهوم التنافسية
01	2-I- أنواع التنافسية
02	3-I- عوامل التنافسية
02	4-I- قياس التنافسية
03	II- تطوير مفهوم الأداء
03	1-II- أهمية الأداء
03	2-II- مفهوم الفعالية و الإنتاجية
04	3-II- كيف تطورت فكرة الأداء
06	4-II- الإدارة الحديثة للأداء
08	III- القدرة التكنولوجية الكلية و الجزئية
08	1-III- مفهوم التكنولوجيا
08	2-III- أنواع التكنولوجيا
10	3-III- القدرة التكنولوجية كأداة للتنمية
12	4-III- مؤشرات الأداء التكنولوجي في المؤسسة
13	IV- أهمية التصدير
13	1-IV- مفهوم التصدير
13	2-IV- أنواع التصدير
14	3-IV- أهمية التصدير

خاتمة.

مقدمة

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة تغيرت فيها أموراً كثيرة عما كان سائداً في سنوات قليلة ماضية, فبالإضافة إلى التغييرات على الصعيد السياسي, نشأت أوضاع اقتصادية جديدة تدور حول مفاهيم تحرير التجارة الدولية و تأكيد أهمية دور القطاع الخاص و التحول نحو اقتصاديات السوق في كثير من دول العالم, كما أن على الصعيد التقني و العلمي شهد العالم تحولات هائلة أنتجت واقعاً جديداً يبدو للجميع يقوم على التواصل و الاتصال الحظي من خلال الأقمار الصناعية و الأنترنت.

الخلاصة أن العالم يعيش الآن عصراً سمي في مرحلة "بعصر المعلومات" ثم أطلق عليه عصر ما بعد الصناعة, و أخيراً يطلق عليه البعض عصر المعرفة, و في جميع الأحوال و بغض النظر عن التسمية فإن سمات و ملامح هذا العصر و آلياته و معاييرته تختلف جذرياً عن كل ما سبقه, و تفرض بالتالي على كل من يعاصره ضرورة الأخذ بالمفاهيم و الآليات الجديدة و المتجددة.

وقد كان أخطر آثار العصر الجديد بروز التنافسية كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات بدرجة غير مسبوقة, و من هنا أصبحت المؤسسة في موقف يحتم عليها العمل الجاد و المستمر لاكتساب الميزات التنافسية لإمكان تحسين موقعها في الأسواق أو حتى مجرد المحافظة عليه في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين و المحتملين.

في ضوء ما تقدم يمكن صياغة إشكالية البحث التالي:

كيف يمكن للمؤسسة اكتساب قدرة تنافسية ؟

لمعالجة هذه الإشكالية، نقسم البحث إلى ثلاث عناصر أساسية، في البداية نتناول تأثير المنافسة العالمية على مفهوم الأداء، ثم نحاول التعرض لأهمية القدرة التكنولوجية في تعزيز القدرة التنافسية لتتطرق في الأخير إلى أهمية التصدير و علاقته بالمكانة التنافسية، لكن قبل ذلك نشير إلى ماهية التنافسية.

ماهية المنافسة:

I-1- مفهوم التنافسية:

يمكن القول بأن هناك نوعين من المنافسة في دنيا الأعمال، المنافسة المباشرة و المنافسة الغير مباشرة، و المنافسة الغير مباشرة تتمثل في الصراع بين المؤسسات القائمة في المجتمع للحصول على الموارد المتاحة في هذا المجتمع، أما المنافسة المباشرة فهي تلك المنافسة التي تحدث في المؤسسات التي تعمل في قطاع واحد.¹

و هناك تعريف آخر يركز على السوق و مفاده أن التنافسية تقاس من خلال أداء المؤسسة في السوق مقارنة بنظيراتها، و ذلك استناداً إلى تقويم حصة السوق النسبية.

I-2- أنواع التنافسية:²

و تصنف التنافسية إلى صنفين:

I-2-1- التنافسية بحسب الموضوع: و تتضمن نوعين:

¹ عبد السلام أبو قحف، التنافسية و تغير قواعد اللعبة، مكتبة و مطبعة الإشعاع، الإسكندرية، 1997، ص 25.

² عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002، ص 11.

أ- تنافسية المنتج: تعتبر تنافسية المنتج شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة, لكنه ليس كافٍ و كثيراً ما يعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج معين, و بعد ذلك أمراً غير صحيحاً, باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة و خدمات ما بعد البيع.

ب- تنافسية المؤسسة: يتم تقويمها على أساس أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج, حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج, في حين يتم التقويم المالي للمنتج بالاستناد إلى الهامش الذي ينتجه هذا الأخير, أما تنافسية المؤسسة يتم تقويمها آخذين بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة, الأعباء الإجمالية.

2-2-I- التنافسية وفق الزمن:

تتمثل في التنافسية اللحظية و القدرة التنافسية:

أ- التنافسية اللحظة: تعتمد هذه التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية, غير أنه يجب ألا نتفائل بأن هذه النتائج, لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق, أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية, فالنتائج الإيجابية في المدى القصير قد لا تكون كذلك في المدى الطويل.

ب- القدرة التنافسية: يبين استطلاع الرأي أن القدرة التنافسية تستند إلى مجموعة معايير, حيث أن هذه الأخيرة تربطها علاقات متداخلة فيما بينها, فكل معيار يعتبر ضروري, لأنه يوضح جانبا من القدرة التنافسية, و يبقى المؤسسة صامدة في بيئة مضطربة, و لكنه لا يكفي بمفرده. و على خلاف التنافسية اللحظية, فإن القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية, و بنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

3-I- عوامل التنافسية:¹

هناك ثلاث عوامل أساسية تحد درجة المنافسة و هي:

- 1- عدد المؤسسات التي تتحكم في المعروض من منتج معين, فكلما زاد عدد المؤسسات كلما ازدادت شدة المنافسة بينهما و العكس بالعكس صحيح.
- 2- سهولة أو صعوبة دخول بعض المؤسسات إلى السوق, فكلما كان من السهل دخول بعض المؤسسات الجديدة لإنتاج و تسويق منتج معين, كلما زادت شدة المنافسة, و العكس صحيح.

¹ عبد السلام أبو قحف, مرجع سابق, ص 26.

3- العلاقة بين حجم المنتجات التي يطلبها الأفراد في السوق و تلك الكمية التي تستطيع المؤسسات تقديمها و عرضها من هذه المنتجات, فكلما زاد المعروض من المنتجات عن المطلوب منها كلما زادت شدة المنافسة و العكس صحيح.

4-I- قياس التنافسية:

يمكن معرفة موقع المؤسسة من التنافسية و ذلك بالاستناد إلى للشئائية فعالية – إنتاجية, و كذا من خلال مقارنة أداء المؤسسة في السوق بأداء منافسيها. و هكذا نجد أن الأداء هو المؤشر الأساسي الذي يتحكم في القدرة التنافسية للمؤسسة, و قد تطور مفهوم هذا الأخير وفقا لتطور أوضاع المحيط, و هذا ما سنحلله في العنصر الموالي.

II- تطور مفهوم الأداء:

II-1- أهمية الأداء:

يعتبر الأداء الاقتصادي من أهم الموضوعات التي تحدد درجة تطور و تنظيم الاقتصاد, حيث من خلاله تتشكل الركائز المادية للمجتمع و التي تؤمن انطلاقة نحو الحضارة و الرفاه الاجتماعي, الذي يبنى بالدرجة الأولى على أساس التراكمات المادية و المالية التي تحققها البلدان و التي تنعكس مباشرة على تطور الدخل القومي فيها.¹

و لهذا كان الاهتمام بقياس الأداء منذ القدم, فق كان لفريدريك تايلور الفضل في الدراسة الدقيقة للحركات التي كان يؤيدها العامل و توقيت كل منها بقصد الوصول إلى الوقت اللازم لإدارة الآلة و إيقافها. و لقد كان جوهر الدراسة التي أجراها تايلور هي أن هناك مجموعة من تفاصيل الحركات تشترك فيها عمليات كغيره, بحيث إذا أمكن مشاهدة كل هذه الحركات و دراسة الزمن المستغرق, فمن

¹ عقيل جاسم عبد الله, مدخل في تقييم المشروعات, دار الحامد للنشر, عمان, 1999, ص 189.

الممكن اعتبار النتيجة و حدة فنية يستفاد منها في العمليات المشابهة التي لم يجري بها دراسة زمن خاصة بها.¹

نلاحظ من خلال ما سبق أن النظرة إلى الأداء كانت تقتصر فقط على الزمن المستغرق للأفراد و المعدات لتحديد معدلات الأداء, و لكن سرعان ما تطورت تلك النظرة وفقا لتطورات المحيط كما أشرنا.

II-2- مفهوم الفعالية و الإنتاجية:

تطورت فكرة الأداء و دخلت مصطلحات جديدة كالفعالية و الإنتاجية, و لها ارتباط وثيق بقياس الأداء, لذا نرى من الضروري توضيح هذه المفاهيم:²

أولاً: الفعالية:

تعرف الفعالية على أنها: " استغلال الموارد المتاحة في تحقيق الأهداف المحددة, أي أنها تختص ببلوغ النتائج", إذ نلاحظ أن الفعالية تهتم بالنتائج, بينما الكفاءة ترتبط بالوسيلة التي أتتبت في الوصول إلى هذه النتائج.

ثانياً: الإنتاجية:

تعرف الإنتاجية بأنها:

- 1- أداة قياس للتقدم التقني: و يعكس هذا التعريف نتيجة الدراسات التي تمت في مستوى أكثر شمولية "ماكرو اقتصادية".
- 2- أداة قياس للاقتصاد في الوسائل: و يتعلق هذا التعريف بالمدد الزمنية للخيارات المتاحة للفرد. و هذا التعريف صالح على مستوى المؤسسة, و على مستوى الاقتصاد.
- 3- أداة قياس كفاءة نظام إنتاجي معين: و يفترض هذا التعريف العمل الفوري و نسمي المؤسسة فائدة كبيرة إذا قامت بتسوية المشاكل التقنية, مثل تحسين أداء المصالح.

II-3- كيف تطورت فكرة الأداء:

و تواجه المؤسسات اليوم تحديات جديدة تفرض عليها مقارنة الأداء و ما تحققه من إنجازات بما يصل إليه غيرها من المنظمات الأحسن تنظيمها و الأفضل و الأنجح في السوق, و هو ما يعبر عنه بالقياس

¹ فاروق محمد السعيد راشد, التنظيم الصناعي و الإداري, الدار الدولية للاستثمارات الثقافية, مصر, 2001, ص 103.

² الداوي الشيخ, نحو تسير استراتيجي فعال بالكفاءة لمؤسسة الإسمنت في الجزائر, أطروحة دكتوراه, جامعة الجزائر, 1999, ص 5-6.

إلى القسط الأفضل, و قد تطورت هذه الفكرة بتأثير المنافسة العالمية و الرغبة في الوصول إلى أفضل المستويات في الأداء, و من ثم ظهرت فكرة المستوى العالمي للأداء حسب ما يوضحه الشكل التالي:¹

¹ علي السلمي, تطوير أداء و تحديد المنظمات, دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع, مصر, 1998, ص 11.

و بالتالي يمكن القول أن مفهوم تطور من مدى توافر الموارد إلى الاستعمال الأمثل لهذه الموارد قصد تحقيق الأهداف المسطرة, و منه كان التركيز في الأداء على الفاعلية ثم انتقل إلى الفعالية و مدى إمكانية تحديد طرق الإنتاج, لكن كما يوضح الشكل أصبح اليوم يحمل أو معنى أوسع, و يقاس بمدى تأثير على محيط الإنسان و حمايته, و بالتالي مراعاة الجانب الإنساني لدى قياس الأداء أصبح من الضروري و من المحتتم.

II-4- الإدارة الحديثة للأداء: ¹

نستطيع القول أن الهدف الأساسي من وجود تسيير (إدارة) في أي مؤسسة أو منظمة هو ضمان و تأكيد تحقيق الأهداف التي نشأت المؤسسة من أجلها.

Achievement of objectives -1

¹ نفس المرجع السابق, ص 33.

و السبيل الأساسي لضمان و تأكيد تحقيق الأهداف هو تخطيط الأداء (الأنشطة) الموصلة إلى هذه الأهداف, إذ لا بد من بذل جهود للوصول إلى نتائج.

Performance planning -2

و لكي يتم الأداء على الوجه الأفضل حسب التخطيط يجب توفير المستلزمات المادية و البشرية و المعنوية, و يجب تهيئة الظروف و الأوضاع التنظيمية و الإدارية, و يجب توفير المعلومات و الإرشادات و المعايير الموجهة للأداء, أي تهيئة و توجيه الظروف لإمكان الأداء.

Performance Facilitation -3

و لا تستطيع المؤسسة أو الإدارة المعنية أن تنتظر إلى نهاية الأداء لتكتشف عما إذا كانت الأهداف قد تحققت أم لا, بل يجب متابعة و مراجعة الأداء و تبين احتمالات النجاح المستهدفة.

Performance Audit -4

حيث تتغير الأوضاع و الظروف, و تتبدل الأساليب و التكنولوجيات و تختلف كفاءة العناصر المستخدمة في الأداء من فترة لأخرى و تستحدث أهداف و تطلعات متجددة, فإن الأمر يقتضي التطوير في الأداء وفقاً لتطور الظروف و الموارد و المعوقات المتغيرة باستقرار.

Performance Development -5

و نظراً لانفتاح الأسواق, و اشتداد المنافسة تصبح المحافظة على المركز التنافسي أمراً صعباً للمؤسسة إن لم تعمل على تحسين أدائها, و تمييز منتجاتها للتفوق على المنافسين و إشباع رغبات المستهلكين, بشكل يتفوق تماماً على المنافسين.

Performance Improvement -6

هذه العناصر الأساسية الست تكون جميعاً مفهوماً متكاملًا هو " إدارة الأداء " .

Performance Management -7

و المشكلة الأساسية التي تواجه الإدارة فيما يتصل بموضوع الأداء أنه في أغلب الأحيان تختلف الأداء الفعلي على الأداء المخطط (الأهداف).

Performance Gap -8

و لحل هذه المشكلة هناك النموذج الديناميكي لتحسين الأداء, الذي يعتبر من أحدث النماذج وأحسنها لأنه يقوم على التعديل المستمر بدراسة الواقع الحالي للمؤسسة و الواقع المحيط بها, و يتم التركيز على المورد البشري بالحفز على الابتكار و استثمار القوة الذهنية, و إعطاء الصلاحية للإنجاز, و التركيز كذلك بالمقابل على السوق و العملاء بإعطاء المفهوم الكامل للخدمة و مفهوم الحل الشامل و خلق القيمة لتصل في الأخير إلى إعادة البناء و التجديد و ليس الترميم.

ذكرنا أنه للقيام بالتعديل المستمر لابد من دراسة الواقع الحالي للمؤسسة و من بين التحاليل التي تقوم بها في هذا تحليل المستوى التكنولوجي.

III- القدرة التكنولوجية الكلية و الجزئية:

III-1- مفهوم التكنولوجيا:

التكنولوجيا هي تركيبة من التجهيزات و الوسائل و المعارف التطبيقية في الصناعة, و هذه المعارف منها ما هو مرتبط بالعلم و تطبيقاته في الصناعة و الاستعمال, و منها ما هو مرتبط برأسمال البشري – معرفة كيفية العمل و الإنتاج- و هي معارف منظمة و مشكلة لتقنيات مجمعة لدى الأفراد –إمكانيات و طاقات و معارف- تسمح لهم بتوجيه الآلة و تنظيم الإنتاج, و هي نتيجة تراكم سنوات من التجارب الإيجابية لدى عدد معين من الأفراد تستعمل في إنتاج سلع و في إنشاء سلع جديدة.¹

III-2- أنواع التكنولوجيا:

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها ما يلي:²

¹ بن نذير نصر الدين, الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة, رسالة ماجستير, جامعة الجزائر, 2002, ص 04.

² بلخيري فاطمة, استغلال براءة الاختراع في الجزائر, رسالة ماجستير, جامعة الجزائر, 1998, ص 01.

III-2-1- على أساس درجة التحكم: نجد هناك:

- 1- التكنولوجيا الأساسية: وهي تكنولوجية مشاعة تقريباً، و تمتلكها المؤسسات الصناعية و المسلم به أن درجة التحكم فيها كثيرة جداً.
- 2- تكنولوجيا التمايز: وهي عكس النوع السابق، حيث تمتلكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية، و هي التكنولوجية التي تتميز بها عن بقية منافسيها المباشرين.

III-2-2- على أساس موضوعها: هناك:

- 1- تكنولوجيا المنتج: وهي التكنولوجية المحتواة في المنتج النهائي و المكونة له.
- 2- تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع، و عمليات التركيب و المراقبة.
- 3- تكنولوجيا التسيير: وهي المستخدمة في معالجة مشاكل التصميم و التنظيم، كتسيير تدفقات الموارد.
- 4- تكنولوجيا التصميم: وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم بمساعدة الإعلام الآلي.
- 5- تكنولوجيا المعلومات: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات و المعطيات و الاتصال، تتزايد أهميتها باستمرار نظراً للدور الذي تلعبه في جزء من عمليات التسيير، الذي يعتمد على جمع و معالجة و بث المعلومات.

III-2-3- على أساس أطوار حياتها:

حيث أن التكنولوجيا تمر بعدة مراحل (الانطلاق، النمو، النضج، الزوال)، و وفقاً لذلك تنقسم إلى:

- 1- تكنولوجيا وليدة
- 2- تكنولوجيا في مرحلة النمو
- 3- تكنولوجيا في مرحلة النضج.

III-2-4- على أساس محل استخدامها:

- 1- تكنولوجيا مستخدمة داخل المؤسسة: و تكون درجة التحكم فيها ذات مستوى عال من الكفاءة و الخبرة و بفضلها تكون المؤسسة مستقلة عن المحيط الخارجي فيما يخصها.
- 2- تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة: و عدم توفر هذه التكنولوجيا داخل المؤسسة لأسباب أو لأخرى، يجعلها ترتبط بالتبعية لمحيط الخارجي، من موردي أو مقدمي تراخيص استغلالها.

III-2-5- على أساس كثافة رأس المال:

- 1- التكنولوجيا المكثفة للعمل: و هي تلك التي تؤدي إلى تخفيض نسبة رأس مال اللازمة لوحدة من الإنتاج, مما يتطلب زيادة في عدد وحدات العمل اللازمة لإنتاج تلك الوحدة, و بفضل تطبيقها في الدول ذات الكافة السكانية و الفقيرة في الموارد و رؤوس الأموال.
- 2- التكنولوجيا المكثفة لرأس المال: و هي التي تزيد من رأس المال اللازم لإنتاج وحدة من الإنتاج مقابل تخفيض وحدة عمل, و هي تناسب في الغالب الدول التي تتوفر على رؤوس أموال كبيرة.
- 3- التكنولوجيا المحايدة: و هي تكنولوجيا يتغير فيها معامل رأس المال و العمل بنسبة واحدة, لذلك فإنها تبقى على المعامل في أغلب الأحيان بنسبة واحدة.

III-2-6- على أساس درجة التعقيد:

- 1- التكنولوجيا ذات الدرجة العالية: و هي التكنولوجيا شديدة التعقيد, و التي رأى كل من Yres Plasseraud و Martine Miance, أنه من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلالها إلا بطلب المهونة من صاحب البراءة.
- 2- التكنولوجيا العادية: و هي أقل تعقيداً من سابقتها, و يمكن للفنيين و المختصين المحليين في الدول النامية استيعابها, إلا أنها تتميز أيضاً بضخامة تكاليف الاستثمار, و الصعوبات التي تصادف الدول النامية في الحصول باستغلال براءتها مع المعرفة الفنية.

III-3- القدرة التكنولوجية كأداة للتنمية:

- إن العلاقة بين التكنولوجيا قائمة لا محالة, فأول بحث أو دراسة علمية أبرزت ذلك كانت قد خصصت الاقتصاد الأمريكي في سنوات الخمسينات, ثم تلتها بعد ذلك دراسات اقتصادية كلية و جزئية أخرى ساندتها بنتائج مماثلة.¹
- و تساهم القدرة التكنولوجية في التنمية بعنصرين:
- العنصر الصلب ممثلاً أساساً في القاعدة الصناعية للآلات و المعدات, أو صناعة السلع الرأسمالية, و مختلف الوسائل التقنية التي تسهل الأعمال, و تمكن من الإسراع فيها و كذلك إتقانها.

¹ محمد سعيد أو كيل, اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي, ديوان المطبوعات الجامعية, 1994, ص 24.

- العنصر (الناعم) و الممثل في المعلومات و المعارف التي يحتزنها البشر العارفون المهرة, و هي تكنولوجيا في شكل معارف تقنية و علمية, تمكن من تطوير مختلف الصناعات, القطاعات و الخدمات و النشاطات الاقتصادية و غيرها.

حيثما تعلق الأمر بالقدرة التكنولوجية, فقد تحول مركز الاهتمام بها إلى ميدان التطور التاريخي لهذه القدرة عبر الزمن, بالتطبيق مع مجتمعات معينة, و تم تعريفها بطريقة جديدة قوامها أنه محصلة لعنصرين هما حركية النظام الإنتاجي, و فاعلية السياسة العامة, و بالتالي الاقتصار على المفهوم القديم للقدرة التكنولوجية المعتمد على عنصرين السابقين لا يفيد.

يبدو من غير المناسب في قياس التطور التكنولوجي الاعتماد فقط على مقولة الابتكار, و لو كان ذلك بأساليب الجديدة لقياس فاعليته, و إنما يكون الأنسب هو البدء في مسيرة الابتكار بالنظر فيما بين أيدينا و من حولنا من آلات و معدات, و معلومات و معارف, و مؤسسات تعليمية و تدريبية و جامعية, و منشآت إنتاجية, و نفقات مالية, و قوة علمية هندسية, و تشريعات و أطر للسياسات... الخ. و باختصار فإنه يتعين تفعيل مقومات المقدرة التكنولوجية عن طريق روح الابتكار فيها.¹

و بتعبير آخر, فإنه يجب أن نعبّر الفجوة بين القدرة التكنولوجية الفعلية الآن, و بين القدرة التكنولوجية المحتملة و أن تقوم بتعبئته لتبلغ بالفعل بعض آفاق ما هو ممكن و محتمل, و ذلك هو أول الطريق إلى الإبتكار على أن ندرك ما يلي:

1- إمكان البدء بنقل التكنولوجيا الجديدة الأجنبية المستحدثة, أي بأن تمارس عملية التعلم و تراكم حصيلة التعلم بدءاً من التقليد كابتكار فرعي, و لو عن طريق الهندسة, العكسية حتى إن تم ذلك من خلال استخدام البراءات التي دخلت في حيز العلم.

2- إن البحث و التطوير كنقطة ابتداء للنمو الاقتصادي المدفوع من الداخل هو مدخل ضروري و فعال, على أن يفهم في إطاره الواسع, الذي يسمح بتكامله مع قدرات التصميم الهندسي خاصة.

3- إن دور القطاع العام و القطاع الخاص و المنشآت المتوسطة و الصغيرة و الصغرى يجب أن تتكامل, و أن يعاد النظر في هذا التكامل, من منظور بناء نظام إنتاجي, و هو أمر صعب في ظل التسارع في بيع شركات القطاع العام إلى رأس مال الخاص.

¹ محمد عبد الشفيق عيسى, "التأهيل التكنولوجي الابتكاري للمؤسسات الاقتصادية الوطنية في إطار الاقتصاد الدولي", مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير, جامعة سطيف, العدد 01, 2002, ص 87.

4- إن صياغة سياسة عامة متجانسة, موجهة نحو حفز التدخل الحكومي لتطوير قدرة الإبتكار في النظام الإنتاجي هي مسألة حسمها الفكر الاقتصادي التنموي في العقدين الأخيرين, و لا بد أن تقسم هذه السياسة بالطابع الانتقائي, أي بأن تستهدف إعطاء الأولوية لتطوير القطاعات الأكثر قدرة على دفع النمو الاقتصادي من خلال المنشآت ذات الكفاءة, وهو ما يعرف ب Economic Competence, و يعود هذا التركيز على ضرورة السياسة العامة إلى سببين:

- إخفاقات آلية السوق.

- حث عملية الابتكار و هذا هو الأهم الآن.

5- إن بناء قدرة الابتكار, بدء من تفعيل الطاقة التكنولوجية الفعلية, وهو أمر ذو مغزى وطني و قومي أكيد ... ز هذا ما تتفق عليه جلّ إن لم يكن كل الكتابات الدولية بخصوص الموضوع, وخاصة في ضوء الصعوبات بشأن نقل التكنولوجيا حتى البشرية منها.

III-4- مؤشرات الأداء التكنولوجي في المؤسسة:

لربط بين الأداء بمفهومه المتطور و عنصر التكنولوجيا في المؤسسة, لا بد أن يشير إلى أهم مؤشرات الأداء المستعملة في تحديد القدرة التكنولوجية و هي كما يلي:¹

أ- **معدل الابتكار التكنولوجي:** وهي اختيار واحد أو أكثر من مقاييس الأداء التكنولوجي للمنتجات و العمليات الرئيسية ورصد تقدمها عبر الزمن.

ب- **إنتاجية البحوث و التطوير:** يمكن تحديد أي مقياس للإنتاجية كنسبة التغير في المخرجات إلى التغير في المدخلات, و على سبيل المثال التحسن في أداء المنتج و العملية مقسوما على الاستثمار الإضافي في البحوث و التطوير (RKD).

ت- **معدل العائد على الاستثمار في البحوث و التطوير:** و هو مقياس الربح المتولد عن قدر معين من الاستثمار في البحوث و التطوير.

¹ نبيل مرسي خليل, هل يمكن لشركتك النجاح بدون إعداد خطة استراتيجية, دار المعرفة الجامعية, مصر, 1995, ص 220.

- ث- الموارد المخصصة للبحث و التطوير: و هو مقياس لمستوى الإنفاق لمشاريع المختلفة و وحدات النشاط و في ظل مستوى الشركة ككل.
- ج- معدل تقييم منتج جديد: و هو يقاس من خلال عدد المنتجات الجديدة المقدمة سنويا, عدد براءات الاختراع المتحصل عليها, أو نسبة المبيعات المشتقة من منتجات جديدة.
- ح- التنوع المعتمد على التكنولوجيا: طالما أن استراتيجية التكنولوجيا موجهة جزئياً نحو هدف التنوع, فإنه من المهم قياس درجة النجاح في إنجاز هذا الهدف من خلال نسبة المبيعات الناتجة من جهودات الخاصة بالتنوع.
- خ- مقاييس أخرى ملائمة: يمكن استخدام مقاييس أخرى على حسب طبيعة المؤسسة مثل: حقوق الاختراع أو مبيعات التكنولوجيا, زمن تدريب الأفراد على التكنولوجيا الجديدة, زمن دورة تنمية منتج جديد, تكلفة التطوير لكل مرحلة و مستوى التفوق التكنولوجي.
- و كخلاصة لهذا العنصر يمكن أن نعتبر القدرة التكنولوجية مكونة من أربعة عناصر أساسية تكون في مجملها القدرة التكنولوجية و هي: القدرات الهندسية و القدرات الاستثمارية و القدرات الإنتاجية, و القدرات الإبداعية, و توافر هذه القدرات على المستوى الجزئي ولو بشكل متفاوت بين المؤسسات يعطي قدرة تكنولوجية على المستوى الكلي.

IV- أهمية التصدير:

IV-1- مفهوم التصدير:

- التصدير هو عملية هامة تتدخل في مراحل النشاط التجاري للمؤسسة الاقتصادية وهو ركيزة تنموية فعالة بالنسبة للدول النامية. و يختلف مفهوم التصدير من شخص لآخر و من فئة لأخرى حيث أن:
- الرجل المناسب, يعرف التصدير كما يلي: هو كل عملية تحويل سلعة أو خدمة من عون مقيم إلى عون غير مقيم, بمعنى من مواطن حقيقي إلى شخص أجنبي.
 - أما رجل الجمارك: فيعرف التصدير كل عملية عبور السلع و الخدمات من الحدود الوطنية إلى الحدود الأجنبية.
 - أما حسب الموسوعة الاقتصادية, فمفهوم التصدير هو تلك العملية التي من خلالها تتدفق السلع و الخدمات من التراب الوطني و التي تحول خارج هذه الحدود و يمكن أن تكون بكثرة أو بقلة.
- و يمكن تقديم تعاريف للتصدير على المستويات التالية:

- على مستوى المؤسسة: هو عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته المؤسسة إلى الأعوان الخارجية.
- على المستوى الوطنية: هو عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته دولة إلى الدول التي تعاني نقص في الإنتاج, و هو عملية عبور السلع و الخدمات من الحدود الوطنية.
- على المستوى الدولي: التصدير هو وسيلة من وسائل تحقيق الرفاه الاقتصادي لأي دولة من الدول, يستعمل لمواجهة المنافسة و اقتحام الأسواق الخارجية, و التحكم في تقنياته يؤدي إلى ازدهار العلاقات الاقتصادية الخارجية لدولة ما.

2-IV- أنواع التصدير:

يوجد في التصدير أسلوبين التصدير المباشر, و أسلوب التصدير الغير مباشر.

- 1- أسلوب التصدير المباشر: نقصد به ذلك النشاط الذي يترتب على قيام شركة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد عملي يتولى عملية تصدير المنتج إلى الأسواق في الخارج سواء كان المنتج بشكله الأصلي أو بشكله المعدل.
 - 2- التصدير المباشر: يتطلب وجود صلة مباشرة بين الشركة المنتجة و الشركة المصدرة في نفس الوقت, و الشركة المستفيدة خارج البلد الأصلي للشركة المصدرة.
- يفيد التصدير المباشر في تعميق معرفة و خبرة الشركة بالأسواق الدولية و يساعدها على زيادة كفاءة الإدارة في ميدان الأعمال الدولية أيضاً.¹

3-IV- أهمية التصدير:

أهمية التصدير تتركز في المزايا التي تحصل عليها الدولة منه في ثلاث محاور أساسية:²

- 1- إن التصدير هو المصدر الرئيسي للنقد الأجنبي الذي يستفاد منه في تمويل عمليات الاستيراد من جهة, و تخفيض العجز في ميزان المدفوعات من جهة أخرى.
- 2- إن الصناعات التصديرية قد تحصل على مدخلات من صناعات غير تصديرية, كما أن جزء من مخرجاتها قد يستخدم في تدعيم صناعات غير تصديرية أيضاً, و هذه العلاقة التكاملية تؤدي حتماً إلى تطور الصناعات غير التصديرية و تحويلها إلى صناعات تصديرية في الأجل الطويل.

¹ سعد غالب ياسين, الإدارة الدولية, مدخل استراتيجي, دار البازوردي العلمية, الأردن, 1999, ص 40.

² مصطفى محمود حسن هلال, التسويق الدولي, كلية التجارة, مجهول دار و بلد و سنة الطبع, ص 09.

إن التصدير يعني التواجد المستمر في الأسواق الخارجية، و القدرة على المنافسة، للحصول على أكبر حصة تسويقية، و هذا التواجد يفرض على الشركات المصدرة مواكبة الشركات المنافسة لها في الأسواق الخارجية، من حيث تكنولوجيا الإنتاج، و تطوير المواصفات الفنية، و استخدام وسائل ترويج أكثر تأثيراً و غيرها، و كل هذه الأمور تنعكس بدورها على تطوير هيكل الصناعات التصديرية، بشكل مباشر و تطوير هيكل الصناعة ككل بشكل غير مباشر، و أقرب مثال على ذلك الصناعات الالكترونية اليابانية التي بدأت تظهر في الأسواق الأوروبية في أوائل السبعينات، و رغم أنها كانت متوسطة الجودة مقارنة بمثيلاتها المصنعة في دول أوروبا الغربية و أمريكا، إلا أن التواجد المستمر في هذه الأسواق أكسب الشركات اليابانية الخبرة و مكنها م نقل التكنولوجيا الإنتاجية من الدول المنافسة و تطويرها إلى الأفضل حتى أصبحت الآن الأكثر بيعاً و الأكبر تفضيلاً من جانب المستهلك الأوروبي و الأمريكي على حدّ سواء. وقد انعكس ذلك الأمر على الصناعات الهندسية الأخرى المنتجة في اليابان، و بدأت تغزو أسواق العالم.

إضافة إلى ذلك و على مستوى المنافسة العالمية، أصبح التصدير يشير إلى مدى امتياز اقتصاد بلد معين بالمردودية و التكلفة الدنيا و الجودة، حتى أن مقياس الأداء الاقتصادي و التكنولوجي أصبح في السنوات الأخيرة يعتمد كثيراً على اعتبار قدرات التصدير و خاصة محتوياته التكنولوجية، و المقصود بذلك هو طبيعة التكنولوجية ذاتها، فصنع و تصدير جهاز أوتوماتيكي مثلاً يختلف في أهميته و قيمته المضافة عن صنع و تصدير آلة ميكانيكية.¹

و من خلال ما سبق نستنتج أنّ عملية التصدير يتسرب تأثيرها انطلاقاً من تحسين الجودة إلى حدوث تخفيض في تكاليف الإنتاج و التكلفة النهائية، وصولاً إلى احتلال وضعية تنافسية أقوى، و بالتالي الاستحواذ على شريحة سوقية أكبر مما يرفع رقم الأعمال و بالتالي الحصول على أكبر أرباح و توزيع جزء منها إلى المساهمين و إعادة استثمار الجزء الباقي. في نشاطات مختلفة منها البحث التطبيقي أو الإبداع التكنولوجي، و بالتالي القدرة التصديرية الفعلية لا تتمثل في تصدير أكبر الكميات فحسب، بل في تصدير أكبر كمية من المنتجات التي تتصف بمواصفات تكنولوجية متقدمة.²

¹ محمد سعيد أو كيل، مرجع سابق، ص 28.

² نفس المرجع السابق، ص 40.

الخاتمة:

إن تحسين الأداء و تطوير و تجديد المؤسسات لم يعد أمراً اختيارياً, و لكنه أصبح شرطاً جوهرياً لإمكان البقاء و الاستمرارية و عدم الانتثار, لذا كان الاهتمام في هذا العصر بقضية تطوير الأداء من المنظور كلي شامل يستهدف في الأساس تكوين و تدعيم القدرات التنافسية.

كما أنّ للقدرة التكنولوجية دور فعال و مهم في دعم القدرة التنافسية, وذلك بإعطائها حركية للنظام الإنتاجي, و فعالية للسياسة العامة و ليس فقط كما كان ينظر عليها على أنه قاعدة صناعية للآلات و المعدات من جهة, و معارف و معلومات من جهة أخرى, أو بصيغة أخرى يتعين علينا للرفع من قدرتنا التكنولوجية كبلدان نامية أن نقوم بتفعيل مقومات القدرة التكنولوجية عن طريق بث روح الابتكار فيها.

أما التصدير فأصبح أهم مؤشر لقياس القدرة التنافسية العالمية أو الدولية, خاصة إذا كان المنتجات المصدرة تتصف بمواصفات تكنولوجية متقدمة, و حتى إن كانت هذه المنتجات غير منافسة عالمياً,

فمجرد تواجدها في السوق الدولي يدفع منتجاتها إلى الرفع من مستوى الجودة, و بالتالي اللحاق بركب المنافسين كما حدث للمنتجات الالكترونية اليابانية.

قائمة المراجع:

I- الكتب:

- 1- أبو قحف عبد السلام, التنافسية و تغير قواعد اللعبة, مكتبة الإشعاع, مصر, 1997.
- 2- السلمي علي, تطوير أداء و تجديد المنظمات, دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع, مصر, 1998.
- 3- أوكيل محمد سعيد, اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي, ديوان المطبوعات الجامعية, الجزائر, 1994.
- 4- راشد فاروق محمد السعيد, التنظيم الصناعي و الإداري لطلبة كليات الهندسة, الدار الدولية للاستثمارات الثقافية, مصر, 2001.
- 5- عقيل جاسم عبد الله, مدخل في تقييم المشروعات, دار الجامعة للنشر, عمان, 1999.
- 6- غالب ياسين سعد, الإدارة الدولية مدخل استراتيجي, دار اليازوردي العلمية, الأردن, 1999.

7- مرسى خليل نبيل, هل يمكن لشركتك النجاح بدون إعداد خطة استراتيجية, دار المعرفة الجامعية, مصر, 1995.

II- الرسائل و الأطروحات:

- 1- الداوي الشيخ, نحو تسيير استراتيجي فعال لكفاءة مؤسسات الإسمنت في الجزائر, أطروحة دكتوراه, جامعة الجزائر, 1999.
- 2- بن نذير نصر الدين, الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة, رسالة ماجستير, جامعة الجزائر, 2002.
- 3- بلخيري فاطنة, استغلال براءة الاختراع في الجزائر, رسالة ماجستير, جامعة الجزائر, 1998.
- 4- بوشناف عمار, الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية, رسالة ماجستير, جامعة الجزائر, 2002.

III- المجالات:

- 1- مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير, العدد 01, 2001, شركة الهدى للطباعة و النشر, جامعة سطيف.