

استراتيجية التدويل و النمو التسويقي في العصر اللامادي في الجزائر دراسة حالة (المؤسسة الوطنية للأملح Enasel سطيف)

*The strategy of internationalization and marketing growth in the immaterial age in
Algeria - Case study (National Salt Foundation Enasel Setif)*

هرباجي نذير¹ / مخبر إدارة الابتكار والتسويق، جامعة جلالى اليابس سيدي بلعباس (الجزائر) herbadjinadir@yahoo.fr
أ.د. عيماد داتوسعيد / مخبر إدارة الابتكار والتسويق، جامعة جلالى اليابس سيدي بلعباس (الجزائر) datou_imad@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023/06/09

تاريخ القبول: 2023/03/07

تاريخ الاستلام: 2022/11/10

ملخص

تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية الموارد الغير ملموسة في تعزيز قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدويل نشاطها وتحقيق نموها التسويقي باكثر فاعلية، ولتحقيق اهداف الدراسة قمنا بدراسة احصائية في المؤسسة الوطنية للاملاح Enasel بسطيف لمعرفة مدى امتلاك هذه الاخيرة على موارد تساعد على الدخول للأسواق الدولية، وقد توصلت الدراسة لوجود تأثير ايجابي لابعاد الموارد الغير ملموسة في انجاح عملية التدويل والنمو التسويقي.

الكلمات المفتاحية: التدويل، النمو التسويقي، الأصول غير الملموسة، الابداع .

التصنيف: F11, L21, O3.

Abstract

The study aims to highlight the importance of intangible resources in enhancing the capabilities of small and medium sized enterprises in internationalizing their activities and achieving their marketing growth more effectively. To achieve the objectives of the study, we conducted a statistical study of the National Salt Corporation Enasel of Setif to know the effect of the resources that help to entering international markets, and we found a positive effect of the dimensions of intangible resources in the success of internationalization and marketing growth.

Keywords: Internationalization, Marketing Growth, Intangible assets, Creativity.

Jel Classification Codes : F11, L21, O3

¹ المؤلف المرسل: هرباجي نذير: ، الإيميل: herbadjinadir@yahoo.fr

I - تمهيد :

خلقت العولمة وتحرير الأسواق فرصا للمؤسسات بكل أنواعها خاصة الصغيرة المتوسطة منها حيث تشكل تحالفات (عمليات الاندماج) مع مؤسسات أخرى أو الولوج إلى أسواق خارجية مما أتاح لها الوصول إلى المهارات والاستفادة من التكنولوجيا لتحقيق منافع تنافسية (Popescu, 2019, p. 25)، ففي بيئة الأعمال الحالية تزيد فرص التدويل لانخفاض الحواجز التجارية وتوفر وسائل الاتصال الحديثة وكذا الاتفاقيات الدولية (Hazem, 2020, p. 01)، فنجد أن عملية التدويل هي تكييف عمليات الشركة (الإستراتيجية والهيكل والأصول) مع ظروف وعوامل الأسواق الدولية (Azurin Abdullah Sani, 2019, p. 135)، وعرفت أيضا على أنها التحول من العمليات المحلية إلى التصدير ثم الاستثمار الأجنبي (Todorov & Smallbone, 2014). كذلك فإن زيادة الأعمال الدولية هي الاكتشاف والتنفيذ والتقييم واستغلال الفرص عبر الحدود الوطنية لخلق سلع وخدمات مستقبلية (Middermann, 2019, p. 01)، يمكن للمؤسسات ذات الموارد المحدودة وبمساعدة رواد أعمالها التعرف على الفرص في الأسواق الخارجية بشكل أسرع وتحديد السوق المستهدف في وقت مبكر ومنه الوصول إلى أكبر حصة سوقية ممكنة (Agne & Jurgita, 2016, p. 182). في هذا الصدد قمنا بدراسة حول المؤسسات الصغيرة المتوسطة الجزائرية باعتبارها أهم أقطاب الاقتصاد الوطني وأهم آليات تدويل المنتج المحلي، حيث حققت الصادرات خارج المحروقات للثمانية أشهر الأولى من سنة 2021 ارتفاع بمعدل 118% حيث بلغت 2.9 مليار دولار فيما تم تسجيل 1.34 مليار دولار في نفس الفترة للسنة الماضية وبعدها سجلت نسبة 108% بقيمة 2.47 مليار دولار أي معدل الصادرات خارج المحروقات بلغ 12.3% من القيمة الإجمالية للصادرات (وزارة التجارة وترقية الصادرات، 2021)، بالرغم من هذا التحسن إلا أن الواقع أثبت ضعف مردودية هذه المؤسسات (علي، 2020، صفحة 279)، ويظهر هذا الضعف أيضا في أن الشركات الصناعية الجزائرية لازالت تعتمد على الدولة خاصة في المنتجات عالية التقنية حيث لم تتجاوز 1% عام 1992 وبلغت 5% عام 2015 (Datoussaid, 2019, p. 7)، مما أدى إلى إعادة النظر من طرف الحكومة في كيفية دعم ومساندة هذه المؤسسات لتحقيق أهدافها المرجوة، ما يمكن ملاحظته من تجارب الدول فإن الأصول المادية لاتدعم بشكل كبير عملية التدويل والنمو التسويقي فبالرغم من أن الجزائر استثمرت في البنية التحتية لدعم النمو ومع ذلك لايزال من الممكن تحسين جودة التعليم مع بقاء مؤشر راس المال البشري دون تغيير عند 0.53 منذ عام 2010 (البنك الدولي، 2022) أي لايزال دعم وتطوير الأصول الغير ملموسة ضعيفا لا يرقى إلى درجة الوصول إلى الأهداف المطلوبة.

إن التحدي الذي يقع على كاهل القادة وأصحاب القرار أولا معرفة قدرات وموارد المنظمة الغير ملموسة (رأس مال فكري، المعرفة، مقومات الإبداع، ... إلخ) (Azurin Abdullah Sani, N., p. 134)، والتحدي الثاني هو القدرة على التحكم في الموارد (الأصول) الأكثر حسما لتحقيق التدويل والنمو التسويقي أي قدرة المنتج المحلي على منافسة المنتجات الأجنبية وبالتالي زيادة النمو التسويقي لهذه المؤسسات،

1.I- إشكالية البحث :

على ضوء ما تقدم يمكن صياغة إشكالية الدراسة على النحو التالي:

ما هي الموارد الغير ملموسة التي تساعد في نجاح التدويل والنمو التسويقي في المؤسسات الصغيرة

المتوسطة الجزائرية ؟

وتندرج عن الإشكالية المطروحة الاسئلة الفرعية التالية :

- ما مدى اهتمام المؤسسة محل الدراسة بالرأس مال البشري والمعرفي والإبداع؟
- ما مدى قدرة المؤسسة محل الدراسة على إنجاح تدويل منتجاتها؟
- هل توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية لرأس المال البشري والإبداع في تحقيق التدويل والنمو التسويقي بالمؤسسة محل الدراسة؟

2.I - فرضيات البحث :

اعتمدنا الفرضيات التالية من خلال تحليل معطيات المؤسسة محل الدراسة بغرض تسليط الضوء على أهمية هذه الموارد:

الفرضية الرئيسية: يعتبر الرأس مال غير الملموس من الاصول الهامة في عملية التدويل والنمو التسويقي في المؤسسة محل الدراسة

الفرضية الأولى: تتوفر المؤسسة محل الدراسة على رأس مال بشري يتميز بمهاراته وقدراته المعرفية و الإبداعية

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوي $\alpha < 0.05$ بين الموارد غير الملموسة وعملية التدويل والنمو التسويقي.

الفرضية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha < 0.05$ لأبعاد الموارد غير الملموسة وعملية التدويل والنمو التسويقي، وتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهارات البشرية والتدويل والنمو التسويقي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التوجه المعرفي (المعرفة الضمنية) والتدويل والنمو التسويقي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع والتدويل والنمو التسويقي.

3.I - أهداف البحث :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الموارد التي تلعب الدور الفعال في تحقيق عملية التدويل والنمو التسويقي بأكثر كفاءة وفاعلية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية هذا من خلال:

- تسليط الضوء على عملية التدويل والنمو التسويقي.
- التعرف على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.
- التعرف على مدى تأثير أبعاد الموارد الغير ملموسة على التدويل والنمو التسويقي.
- التأكيد على أهمية الموارد الغير ملموسة ممثلة في الكفاءات البشرية وكذا التوجه المعرفي والتحكم في عمليات الإبداع في تحقيق القدرة اللازمة للولوج إلى الأسواق الدولية.

4.I - أهمية البحث :

يكتسي موضوع الدراسة أهمية بالغة خاصة في الدول المتقدمة، وهذا ما أثبت نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة بها في تحقيق معدلات نمو اقتصادي عالية من خلال الاهتمام أكثر بمواردها اللامادية، وهذا ما تصبو إليه الجزائر من خلال إعادة النظر في ترتيب أولوياتها تجاه دعم ومساندة مؤسساتها للحاق بالركب وتحقيق أهدافها المرجوة.

5.I - الدراسات السابقة:

1- دراسة Naima Labiad (2017) بعنوان:

"Stratégie d'internationalisation des entreprises, algérienne: Modèle de performance économique et développement technologique "

بجامعه سيدى بلعباس، حيث اعتمدت الدراسة على 35 مؤسسة وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد نموذج تدويل الشركات الجزائرية، وتحليل درجة التدويل على أدائها الاقتصادي وذلك من خلال التعلم التنظيمي كعنصر معدل للعلاقة.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة هو ان التدويل في الجزائر يتبع منطق نموذج Uppsala ومعناه عملية التدويل تكون تدريجية وفقا للمسافة النفسية وكذا الأهمية البارزة للتعليم التنظيمي. والتوصيات المتوصل إليها تؤكد على إجراء مقارنه مباشرة للعلاقة بين درجة التمويل والأداء في نفس الصناعة وكذا حاولت فهم أبعاد أخرى للتدويل والتعليم التنظيمي.

2- دراسة Douar Brahim (2015) بعنوان:

"Essai d'analyse du processus d'internationalisation de PME algériennes: un défi pour les compétences du dirigeant."

جامعه تيزي وزو حيث اعتمدت الدراسة على 42 استبيان موزع على مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الدولية، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور كفاءات مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التدويل، وتوصلت هذه الدراسة إلى تحديد الكفاءات الرئيسية الواجب توفرها في المسير وكذا تحديد القرارات الصائبة لعليمة التدويل.

ومن بين أهم التوجيهات و التوصيات نجد إجراء دراسة حول سرعه عمليه تدويل الشركات الصغيرة والمتوسطة، وكذا محاوله توسيع عينة الدراسة للوصول إلى نتائج أفضل.

3- دراسة Yunhong Hao, Aijuan ChenHazem Ali (2020) بعنوان:

"Dynamic Capabilities, Environmental Dynamism and Small and Medium Enterprises' Internationalization Level."

في ماليزيا حيث استخدمت استبيانات 305 شركة صغيرة ومتوسطة ماليزية دولية، تهدف هذه الدراسة لمعرفة التأثير الديناميكي البيئي على عمليه التمويل، حيث أثبتت النتائج وجود تأثير كبير للديناميكية البيئية لهذه الشركات وكذا مديري الاستشعار وإعادة تشكيل القدرات على مستوى التدويل وكانت التوصيات تؤكد على تطوير برامج تدريبية وكذا زيادة القدرات الاستشعارية لتحسين الأداء الدولي.

4- دراسة Made Setini (2020) بعنوان:

"Competitive advantage to enhance international and marketing performance woodcraft industry: A perspective of resource-based view theory."

في اندونيسيا وعينة الدراسة كانت مكونه من 100 وحده من الشركات المتخصصة في صناعة الحرف الخشبية، هدف البحث هو تطوير المعرفة في مجالات الإدارة الإستراتيجية والابتكار لتحقيق ميزة تنافسية، ومن نتائج هذه الدراسة هو التركيز على الجانب الإبداعي وخاصة في ما يخص هذا النوع من المنتجات للتوسع أكثر في الأسواق الدولية، وأهم التوصيات كانت تركيز على استخدام متغيرات أخرى مثل الجودة والتوجه نحو السوق لإثراء المعلومات، حيث يجب مراعاة ديناميكية البيئة.

5- دراسة بوهنة كلثوم (2021) بعنوان: أثر رأس المال البشري على النمو الاقتصادي في دول شمال إفريقيا: دراسة قياسية باستخدام بيانات بانل خلال الفترة (1990-2019) تهدف هذه الدراسة إلى تقدير أثر رأس المال البشري على النمو الاقتصادي لعينة تشمل 04 دول من شمال إفريقيا، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ومعنوي لرأس المال البشري على النمو الاقتصادي في دول شمال إفريقيا، فعند زيادة رأس المال البشري بمقدار 1% سيؤدي ذلك إلى زيادة النمو الاقتصادي في المدى الطويل بمقدار 0.54%.

6- دراسة مناد أمحمد (2020) بعنوان: اقتصاد المعرفة والنمو الاقتصادي في الدول الناشئة. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر اقتصاد المعرفة على النمو الاقتصادي في الدول الناشئة لعينة تتكون من 21 دولة في الفترة (1996-2016)، بالاعتماد على مجموعة من مؤشرات اقتصاد المعرفة حيث تمثلت نتائج الدراسة في أن الانفاق على التعليم، السيطرة على الفساد، إجمالي قيمة التجارة الدولية، الاستثمار الأجنبي المباشر، الانفتاح التجاري، كلها لها أثر إيجابي على النمو الاقتصادي. وبالتالي فإن اقتصاد المعرفة له دور إيجابي في زيادة النمو الاقتصادي لعقود من الزمن.

7- دراسة فطيمة بزعي، زكية بن زروق (2017) بعنوان: تحليل دور الابتكار في النمو الاقتصادي: بين النماذج النيوكلاسيكية ونماذج النمو الداخلي، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الابتكار في النمو الاقتصادي من خلال التركيز على نماذج النمو الداخلي كانت النتائج كالتالي:

- أن نظريات النمو النيوكلاسيكية التقليدية عرفت تطوراً كبيراً في العقود الأخيرة.
- أن التطور الذي حدث في نظريات النمو تم تحقيقه من خلال نماذج النمو الداخلي بالمقارنة مع نماذج النمو النيوكلاسيكي (صولو 1957).
- يفسر هذا التطور من خلال تطور أبحاث الاقتصاد الصناعي في إطار تحليل طبيعة المنافسة.

II – النقاش النظري حول التدويل:

تعددت الدراسات والبحوث حول موضوع التدويل وموضوعات أخرى متعلقة به، لكن موضوع التدويل والنمو التسويقي يعتبر من أبرز المواضيع الحديثة والمهمة خاصة في وقتنا الراهن لما له من تأثير على المنظمات بشكل خاص واقتصادات الدول بشكل عام، ونوقش موضوع التدويل في الغالب خاصة في جوانب تأثير العوامل الداخلية والعوامل الخارجية (المعرفة بالسوق الخارجي) على عملية التدويل (Azurin, Abdullah Sani, 2019, p. 133)، ففي ظل التحولات الاقتصادية الراهنة تحتم على المؤسسات بمختلف أنواعها وأحجامها إعادة النظر في طريقة تفكيرها واستراتيجياتها، حيث تلاشت محلية الأسواق وظهرت الأسواق الدولية مانحة عنها حدة في المنافسة (الربيع، 2021، صفحة 263)، حفزت هذه البيئة زيادة الاهتمام بتدويل نشاط المنظمات بمختلف أحجامها، ومن خلال ما سبق يمكن التطرق إلى أهم المقاربات الكلاسيكية والحديثة للتدويل فيما يلي:

II-1 نموذج اوبسلا Uppsala Model:

يشكل نموذج Uppsala إطاراً نظرياً رئيسياً في مجال الإدارة الدولية واعتمد كأداة تفسيرية لتدويل الشركات، حيث تم تطوير هذا النموذج في منتصف السبعينيات من قبل Johansson & Vahlne 1977 بجامعة اوبسلا من خلال تحليل عدة شركات سويدية، وتوصل الباحثون إلى أن تدويل الشركة هو عملية تجرى على عدة مراحل أي الدخول التدريجي إلى الأسواق الدولية. وفي مقالهم المنشور عام 1975 بعنوان: The Internationalization Process of the Firm: A model of knowledge

Development and Increasing Foreigners Market Commitment قاموا بدراسة لأربع شركات سويدية (Atlas Copco، Facit، Sandvik، Voho): حيث افترضوا أن الشركات تطورت لأول مرة في سوقها المحلي من خلال سلسلة من القرارات الإضافية، أما عقبة دخول الأسواق الدولية هو نقص المعرفة حول هذه الأسواق، وبالتالي يفترضون أن الشركات تبدأ بعملية التصدير للبلدان القريبة جغرافيا، هذا التطور التدريجي يسمح بالاستفادة من آثار التعلم، وبالإضافة إلى المسافة الجغرافية نجد المسافة النفسية (اللغة، الثقافة، الأنظمة السياسية... الخ). من خلال هذا النموذج نلاحظ التدرج المنطقي لقرارات التدويل بداية من عملية التصدير ثم اعتماد وكيل ثم فرع مبيعات وأخيرا الإنتاج في البلد الأجنبي وأيضا عندما تدخل الشركة في علاقة مع شريك أجنبي يمكن الاستفادة من الشبكة العلائقية لهذا الشريك وبالتالي تقليص المسافة النفسية للوصول إلى عملية التدويل.

II-2 نموذج الابتكار Innovation Model:

تأسس هذا النموذج من طرف Tesar & Bilkey (1977) من المدرسة السويدية بناء على المفهوم التدريجي والمسافة النفسية للتدويل وهذا ما يوافق نموذج أوبسلا، هذا النموذج يمثل التزامًا متزايدًا بالموارد والمعلومات (Labiad, 2018, p. 27)، وحدد Moon et Lee (1990) ثلاثة مراحل للتدويل هي: (1) مستوى الالتزام بالتصدير ضعيف، (2) المستوى الدولي معتدل (بداية التأقلم)، (3) مستوى المشاركة دوليًا مرتفع للغاية. كذلك حدد Crick (1995) المراحل التالية: (1) الشركة غير مهتمة تماما بالتصدير، (2) زيادة الاهتمام الجزئي بالعمل، (3) بداية عملية التصدير، (4) لا يزال التصدير تدريجيا، (5) التصدير يكون نسبيا، (6) التصدير يصبح مهم للشركة، هنا كعدة اعتبارات أساسية تم من خلالها انتقادات نموذج الابتكار من خلال النقاط التالية: من حيث الأسس النظرية يعتبر هذا النموذج أن التدويل هو بديل لتوسع المؤسسة خارج السوق المحلية، حين نرى قصور هذه الرؤية لدى مؤسسات أخرى من خلال صعوبة تقسيم مواردها بين السوق المحلي والأجنبي (دهان، 2021، صفحة 27)، أيضا هناك انتقادات تعتمد على طبيعة الشركة وكذا قرب أو بعد الأسواق (Douar, 2016, p. 39): (1) بعض الشركات تكون دولية منذ إنشائها أي لا تعتمد في عملياتها على النماذج التقليدية، (2) بعض الشركات الأخرى تقوم بعملية التدويل دون مراحل وسيطة.

II-3 نظرية الموارد والكفاءات Penrou (1959):

تركز هذه المقاربة على امتلاك المنظمة لخصائص يصعب تقليدها من موارد وكفاءات للدخول إلى أسواق جديدة، وفقا لـ Penrose (1959) من خلال كتاب "نظرية نمو المؤسسة" فإنه توصل إلى أن المؤسسة ليست مجرد وحدة إدارية فقط بل هي مجموعة موارد مادية وبشرية، وركز على سبب وكيفية نمو المؤسسات من خلال دراسة مؤسسات بريطانية لخمس سنوات، وتوصل إلى أن التفاعل بين العوامل المادية والبشرية (الكفاءات) يعجل من نمو المؤسسة، وبالتالي التأثير أكثر على قرار التدويل، ويلاحظ وجود أهمية بارزة للموارد الإستراتيجية (الاستدامة، الشفافية، صعوبة التقليد) (Laghzaoui, 2009, p. 60). كغيره من النماذج السابقة كان عرضة للعديد من الانتقادات حيث كان تركيز Penrose على العوامل المادية والمعنوية فقط لتحفيز على عملية التدويل ولكن في واقع الأمر هناك عوامل أخرى تؤثر في هذه العملية، وهذا النموذج لا يجيب على سؤال كيف ولماذا المتعلقة بالتدويل (Douar, 2016, p. 42). ويؤكد ظهور شركات جديدة لا تعترف بالتطور التدريجي فيما يتعلق بأنشطتها الدولية، أي بمجرد ولادتها تكون قادرة على اختراق أسواق بعيدة ومن هنا يمكن التطرق إلى بعض النظريات الحديثة للتدويل فيما يلي:

II- 4 ريادة الأعمال الحديثة:

يتجلى توجه ريادة الأعمال من خلال دعم المشاريع التي تعتمد على المهارات المبدعة من أجل تحقيق هدف الريادة محليا ودوليا، حيث يتم تعريف ريادة الأعمال على أنها: "اكتشاف الفرص والمشاركة فيها وتقييمها واستغلالها من أجل خلق سلع وخدمات مستقبلية" (Labiad, 2018, pp. 46- 47). وتم وصف أربعة عناصر ضرورية للتدويل تمثلت في التدويل التنظيمي، الاعتماد القوي على هياكل المؤسسة واستغلال الموارد وإنشاء ميزة الموقع الخارجي والتحكم في الموارد الفردية، وبالتالي فإن التأقلم في البيئة الدولية يزيد أكثر من القدرة على التدويل (Labiad, 2018, pp. 46- 47). يشير Knight و Cavusgil (2004) إلى أهمية ثقافة الابتكار والمعرفة في التدويل المبكر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن جانب آخر ركز Oviatt (1994) على أهمية دور المقاول، حيث يبدأ المقاول قبل إنشاء المؤسسة ببناء شبكة علاقات للتأسيس المبكر بأهمية عملية التدويل والقرار الريادي والاستباقي، ويقترح هذان الباحثان تصنيفا للمؤسسات الحديثة يضم أربع مجموعات (دهان، 2021، الصفحات 35-36) تتمثل في: (1) المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة / المستوردة، (2) التاجر متعدد الجنسيات، (3) المؤسسات الناشئة ذات التركيز المحلي، (4) المؤسسات الناشئة العالمية.

III- النقاش النظري حول النمو الداخلي:

ان الهدف الاستراتيجي لمنظمات الأعمال هو القدرة على تحقيق أكبر عائد في اطار محدودية الموارد المادية والمعنوية المتاحة لها ولايتحقق هذا المبدئ الا بوجود نظرة شاملة عن بيئة المنظمة الداخلية لمعرفة اسس ومتطلبات نموها الداخلي، فمن خلال هذا العنصر يمكن التطرق إلى اهم نماذج النمو الداخلي: 1-III- نموذج Paul Romer (1990):

من خلال زيادة مخزون الأفكار والابتكار (بزعي وزكية، 2017، صفحة 362، 363) في النموذج الذي قدمه تعتبر الأفكار سلعا غير تنافسية وحصرية جزئيا بسبب براءات الاختراع، واعتمد نموذجه على الفرضيات التالية: (1) يوجد عاملان أساسيان للإنتاج هما كمية العمل والسلع الرأسمالية المحدودة والمتنوعة، (2) يعتبر نموذج متعدد القطاعات (قطاع السلع النهائية وقطاع السلع الوسيطة، قطاع البحث والتطوير)، (3) ينتج قطاع البحث والتطوير ابتكارات وتصاميم لأنواع جديدة من السلع الرأسمالية، ويتميز القطاع بسيادة المنافسة الاحتكارية، (4) يعمل قطاع السلع النهائية تحت المنافسة الكاملة ودالة الإنتاج من الشكل:

$$y = K^{\alpha} (AL_A)^{1-\alpha} \quad 0 < \alpha < 1$$

حيث K هو رأس المال، L حجم العمل المطلوب للحصول على الإنتاج y باستخدام مخزون الأفكار A. وقد أظهر Romer أن الناتج للفرد الواحد ومخزون المعارف تنمو بمعدلات متساوية مع معدل النمو المتوازن، وبالتالي يمكن الوصول إلى نتيجة مفادها أن بول رومر ميز بين المدخلات والمخرجات. فالمعرفة لديه تأخذ شكل عدد من الأفكار (التصميمات) التي تتجسد في شكل عدد من المدخلات (التقنية) التي تشكل سلع وخدمات نهائية، وبالتالي فقد ربط نموذج رومر بين كل من قطاع إنتاج الأفكار والتصميمات (البحث والتطوير) وقطاع إنتاج السلع الوسيطة وقطاع إنتاج رأس المال وقطاع إنتاج السلع والخدمات، ونجد أن التصميمات تشكل ناتج اقتصاد المعرفة (فراج السعيد، 2021، صفحة 373).

III-2- نموذج Lucas (1988)

يعتبر رأس المال البشري قرين المعرفة ولا تقتصر على الكفاءات بل تتعدى إلى الحالة الصحية، التغذية، النظافة مستوى المعيشة... الخ، وأهم فرضيات النموذج أن الاقتصاد مكون من قطاعين أحدهما مكرس لإنتاج السلع والآخر لتكوين رأس المال البشري كذلك قدرة التعلم لدى الفرد تكون ذاتية، وأخيرا دالة الإنتاج لها مردودية ثابتة ومتراكمة، وتكون حسب دالة الإنتاج "كوب دوغلاس" على الشكل:

$$y_1 = Ak_i^B (uhi)^{1-B}$$

y_1 : منتج الفرد، K_i - رأس ماله العيني، من خلال دالة الإنتاج نجد ثبات المردودية وعليه النمو يكون مضمون، ويقدم نموذج Lucas الجديدة المطلقة فيما يتعلق بتفسير الاختلافات للدخل لكل فرد، وبالنسبة للعامل K يتم تفسيره (James.T, Charles.I, Romer, 2019، صفحة 863) على أنه معرفة حسب رومر (Romer 1986)، ويتم استبدالها برأس المال البشري حسب لوكاس (Lucas 1988)، وبالتالي المعرفة تولد الإبداع والابتكار.

III-3- نموذج بارو (Barro 1990):

يعتمد هذا النموذج على فكرة مفادها "أن النفقات العامة التي تخصصها الدولة لمشاريعها العمومية هي استثمارات عمومية لا تلقى تلك المنافسة التي تلقاها الاستثمارات في القطاع الخاص، وكذلك يجب توجيه الإنفاق العام (حصيلة الضرائب) نحو المنشآت القاعدية لزيادة معدلات النمو الاقتصادي، وتتجسد فكرة النموذج في دالة كوب دوغلاس ذات المردودية الثابتة في ما يلي:

$$y = AK^\alpha L^B G^{1-\alpha-\beta}$$

G ، L ، K مخزون رأس المال، حجم العمالة، والإنفاق الحكومي على البنى التحتية. (بن عناية و سرير، 2016، صفحة 49)، أثبتت دراسات بارو (Barro 1995) Sala-i-martin بأن البنية التحتية العامة هي بالمقابل مصدر للنمو الداخلي وبهذا فهم يعترفون بأن الحكومة توفر خدمات مجانية لدعم النمو الاقتصادي

IV- واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية:

من خلال هذا العنصر يمكن التطرق إلى أهم المؤشرات الاقتصادية التي تتعلق بنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لمعرفة مدى مساهمتها في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادي. وللإجابة على سؤالنا الرئيسي وفرضيات البحث فإن المنهجية المعتمدة تكون على مستويين، المستوى الكلي من خلال اعطاء نظرة عامة عن حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال مؤشرات (النشاط، التصدير والقيمة المضافة)، ومستوى ثاني من خلال الدراسة الإحصائية للمؤسسة موضوع الدراسة.

IV-1 مفهوم وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعتبر الجزائر كغيرها من الدول التي تسعى جاهدة إلى تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تحقيق تنمية اقتصادية شاملة، فبعد توقيع الجزائر على الميثاق العالمي في جوان 2000 وكذا الانضمام إلى المشروع الأوروبي المتوسطي، حيث عرفت هذه المؤسسات بأنها مؤسسات إنتاج سلع أو خدمات تشغل من 01 إلى 250 شخص لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 04 مليار دينار جزائري ولا تتجاوز حصيلتها السنوية 1 مليار دينار جزائري (حنان، 2017، صفحة 10)، ومن جانب آخر أكد الباحثون على أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال خلق الإبداع والابتكار باعتبار أن الأفراد هم المصدر الرئيسي للأفكار الجديدة (مكاحلية، 2015، صفحة 102)، الارتقاء بمستوى الادخار والاستثمار (بقاط و هالم، 2018، صفحة 102)، القدرة

على امتصاص البطالة (Psychogios & Prouska, 2019). تعتبر هذه المؤسسات مصدر أساسي للنمو الاقتصادي والدينامية في البلدان الصناعية، فبحسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) تمثل أكثر من 95% من الشركات وتضمن 60 - 70% من الوظائف (Bensedira, Habbache, & Maiza, 2021, pp. 750-751)، تنمية الصادرات حيث تمثل حوالي 50% في تايوان و60% في الصين وكوريا الجنوبية بـ 40% (عبد الرحمان و براشن، 2018، صفحة 220).

2-IV تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

شهد قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منذ بداية الألفية نموا كبيرا وتزايد في العدد، ففي سنة 2003 بلغ عددها 288587 وحتى سنة 2015 لوحظ تزايد مستمر لهذه المؤسسات حيث بلغ 943569 وسنة 2017 كان العدد 1060289 (عبد الرحمان و براشن، 2018، صفحة 220) وهذا ما تؤكدته النتائج المحققة في عدة مجالات وأنشطة اقتصادية مختلفة، حيث بلغ عددها سنة 2018 و2019 على التوالي 1093170 و1171701 وهذا ما يفسر باهتمام الدولة بمشاريع الشباب وتطوير أفكارهم الاستثمارية (ربيع، 2021، صفحة 79)، وكذلك نجد مخطط إعادة بعث الاقتصاد الوطني (2020-2024) ويتمثل مسعى هذا المخطط الذي اعتمد من قبل مجلس الوزراء في 26 جويلية 2020 تخفيض الواردات بـ 10 مليار دولار أمريكي للاهتمام أكثر بهذه المؤسسات (سارة، 2021، صفحة 421).

3-IV تطور الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2013 - 2018:

يمكن إعطاء أهم قيم الصادرات الجزائرية للفترة الممتدة من 2013 إلى 2018 بحسب الجدول التالي:

جدول رقم (1) تطور صادرات الجزائر ما بين 2013 - 2018

✓ الوحدة: المليار دينار جزائري

2018	2017	2016	2015	2014	2013	
4889.278	3928.295	3277.716	3537.186	4917.598	5217.099	الصادرات الإجمالية
4548.111	3714.143	3080.035	3339.435	4709.622	5057.546	صادرات المحروقات
341.2	214.2	197.7	197.8	207.98	159.553	الصادرات خارج المحروقات
6.978	5.452	6.031	5.591	4.2292	3.0582705 1	نسبة الصادرات خارج المحروقات

المصدر: علي عز الدين، صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية بين الواقع والأفاق، مجلة

إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 6، عدد 1، ص 279.

في العقد الأول من القرن الواحد والعشرين شهد عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العامة ارتفاعا من 225449 سنة 2004 إلى 628219 سنة 2018 حيث ارتفع معدل هذه المؤسسات بنسبة 22.35 مقارنة بالنصف الأول لسنة 2017 وستنتج 52% من إجمالي القطاع الخاص باستثناء المحروقات، وحوالي 35% من القيمة المضافة للاقتصاد وزادت مساهمتها من 243 مليار دولار إلى 678 مليار دولار

سنة 2011، وما مكن هذه المؤسسات من التغلب على التحديات نجد المزايا العديدة للعمليات الروتينية التي تقلل من حالة عدم التأكد متمثلة في حفظ، تنسيق الأعمال، التنظيم، المحاسبة، التوظيف وكذا المهارات والمعارف الضمنية (Datoussaid, 2019, p. 173).

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه رغم ارتفاع نسبة الصادرات خارج المحروقات سنة 2013 من 3.058 إلى غاية 2018 بحوالي 6.97 إلا أن هذه الزيادة تعتبر ضعيفة وهذا ما حتم إعادة النظر حول أهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

V- الدراسة التطبيقية:

تمت الدراسة على مستوى المؤسسة الوطنية للاملاح Enasel فرع سطيف وتعد اكبر رائد في سوق الملح، بإنتاج سنوي مقداره 400000 طن من الملح الشمسي و30000 من مصفاة ملح المناجم، تظم 1100 Enasel موظفا والموزعين على 14 وحدة على مستوى التراب الوطني، كما تنتج تشكيلة متنوعة من الاملاح التي تشتق من كلور الصوديوم، ومن خلال دراسة عينة مكونة من 46 فرد يعملون في هذه المؤسسة واعتمادا على برنامج SPSS وتحليل الجداول والبيانات الإحصائية تحصلنا على النتائج التالية:

1-V قياس ثبات الاستبيان:

تبين لنا وجود تجانس بين عبارات الاستمارة لأن ألفا كرونباخ لكل متغير 0.949 و0.973 وحتى الكلي 0,979 يفوق 0.6 وهذا ما ساعدنا في مواصلة الدراسة.

2-V اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: تتوفر المؤسسة محل الدراسة على الموارد الغير ملموسة والمتمثلة في المهارات البشرية والمعرفة الإبداع.

جدول رقم (2): استجابة الأفراد حول عناصر الموارد غير الملموسة

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
المهارات البشرية	3.85	0.91	درجة عالية
المعرفة	3.91	0.99	درجة عالية
الإبداع	3.76	1.16	درجة عالية
الموارد غير الملموسة	3.84	0.92	درجة عالية

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادًا على مخرجات Spss.

من خلال الجدول تبين لنا أن متوسط وانحراف المتغير الكلي هو 3.84، 0.92 وبالتالي توفر الموارد غير الملموسة في المؤسسة محل الدراسة.

الفرضية الثانية: قدرة المؤسسة محل الدراسة على تحقيق عملية التدويل والنمو التسويقي.

جدول رقم (3): استجابات أفراد العينة حول التدويل والنمو التسويقي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
13	3.87	1.20	عالية
14	3.70	1.29	عالية
15	3.70	1.39	عالية
16	4.02	1.22	عالية
17	3.76	1.38	عالية

عالية	1.24	4.00	18
عالية جدا	1.21	4.04	19
عالية	1.11	3.93	20
عالية	1.26	3.89	21
عالية	1.26	3.89	22
عالية	1.25	3.89	32
عالية	1.51	3.72	24
عالية	1.34	3.87	25
درجة عالية	1.92	3.86	التدويل والنمو التسويقي

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادًا على مخرجات Spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن جل عبارات بعد التدويل والنمو التسويقي تراوحت بين درجة قبول عالية ودرجة قبول عالية جدا، بمتوسط حسابي 3.86 وانحراف معياري 1.92 بدرجة قبول عالية أي أن المؤسسة محل الدراسة لها قابلية للتدويل والنمو الداخلي والخارجي.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha < 0.05$ لأبعاد الموارد الغير ملموسة على عملية التدويل والنمو التسويقي.

جدول رقم (4): مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

	الموارد البشرية	المعرفة	الإبداع	التدويل والنمو التسويقي
الموارد البشرية	1	-	-	-
المعرفة	0.79	1	-	-
الإبداع	0.60	0.75	1	-
التدويل والنمو التسويقي	0.65	0.76	0.91	1

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادًا على مخرجات Spss.

من خلال الجدول نجد أن هناك ارتباط قوى موجب بين أبعاد الموارد غير الملموسة والتدويل والنمو التسويقي والتي تراوحت كالتالي 0.65، 0.76، 0.91 أي وجود دور كبير للموارد البشرية والإبداع والمعرفة في تحفيز وإنجاح عملية التدويل، أي ثبوت صحة الفرضية الثالثة.

● اختبار الفرضية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر الموارد غير ملموسة والتدويل والنمو التسويقي، حيث نعتد على الانحدار البسيط وتتفرع هذه النظرية إلى خمس فرضيات كما يلي:

جدول رقم (5) العلاقة بين مختلف أبعاد الموارد غير الملموسة والتدويل والنمو التسويقي

التفاصيل	اختبار ف 1	اختبار ف 2	اختبار ف 3
قيمة (a)	0.76	0.86	0.87

0.55	0.49	0.80	قيمة (b)
0.83	0.58	0.43	R2 معامل التحديد
0.91	0.76	0.65	R معامل الارتباط
14.83	7.92	5.79	T المحسوبة
0.00	0.00	0.00	مستوى المعنوية
$Y=0,87x+0,55$	$Y=0,86x+0,49$	$Y=0,8x+0,76$	معادلة الانحدار البسيط

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهارات البشرية والتدويل والنمو التسويقي.

من الجدول يتضح لنا أن معامل الارتباط بين المهارات البشرية والتدويل هو 0.65 ما يدل على وجود ارتباط قوي موجب وان المتغير المستقل المهارات البشرية يفسر 43% من المتغير التابع التدويل والنمو التسويقي وباقي النسبة تفسره عوامل أخرى وقيمة Sig هي أقل من 0.05 وبالتالي نرفض H_0 ونقبل H_1 أي وجود علاقة أثر ذات دلالة إحصائية بين المهارات البشرية والتدويل والنمو التسويقي

الفرضية الفرعية الثانية: هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة وعملية التدويل والنمو التسويقي.

من الجدول نجد معامل الارتباط 0.76 أي وجود ارتباط قوي موجب وان المتغير المستقل يفسر 58% من المتغير التابع وقيمة Sig هي 0.00 أقل من 0.05 فنقبل H_1 ونرفض H_0

الفرضية الفرعية الثالثة: وهل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع وعملية التدويل والنمو التسويقي.

من الجدول نجد معامل الارتباط 0.91 أي وجود ارتباط قوي موجب بين المتغيرين وان المتغير المستقل يفسر 83% من المتغير التابع وتفسره عوامل أخرى وقيمة Sig هي 0.00 أي نرفض H_0 ونقبل H_1 .

IV- الخاتمة :

إن الغرض الرئيسي من هذه الورقة البحثية وكإجابة على تساؤلنا الذي يدور حول ماهية الموارد التي تدعم وتساعد المؤسسات الصغيرة المتوسطة في تحقيق التدويل والنمو التسويقي بنجاح، تأكد لنا أهمية تعزيز استغلال الكفاءات البشرية من خلال التحكم واستغلال المعرفة والاستثمار في البحث والتطوير من أجل تحقيق التوجه الإبداعي في مخرجات هذه المؤسسات، وبالنسبة للجزائر فبالرغم من المجهودات الجبارة التي تقدمها من خلال برامج وهيئات دعم مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة إلا أنها لم تستطع تحقيق الأهداف المرجوة، وبالتالي فالتحدي الذي يواجه أصحاب القرار هو القدرة على التحكم واستغلال الموارد الغير ملموسة بأكثر فاعلية لتحقيق النمو وزيادة الأرباح والحصة السوقية بالشكل الذي يضمن تحقيق الأهداف المطلوبة، وقد خلص البحث إلى مجموعة النتائج التالية:

1.IV. نتائج البحث:

بناءً على نتيجة التحليل الإحصائي تأكد لنا وجود ارتباط قوى بين أبعاد متغير الرأس مال الغير ملموس (الرأس مال البشري، التوجه المعرفي، والإبداع) والمتغير التابع التدويل والنمو التسويقي، هذا ما يجيب على التساؤل المطروح حول ماهية الموارد التي تساعد على نجاح عملية التدويل والنمو التسويقي، حيث أن المؤسسة محل الدراسة تحتوي فعلا على الموارد الغير ملموسة سابقة الذكر ما حفزها على الولوج إلى

العالمية وترويج منتجاتها بنجاح، ومن جهة أخرى وعلى مستوى الاقتصاد الوطني فقد شهدت صناعة الهيدروكربونات (المحروقات) التي تمثل 20% من إجمالي الناتج المحلي و41% من إيرادات الموازنة و94% من إيرادات الصادرات تراجعاً هيكلياً ما حتم الاهتمام أكثر بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق النمو المطلوب (البنك الدولي، 2019)، وايضاً يمكن ان نخلص الى نقطة هامة مفادها ان وظيفة البحث والتطوير تلعب دوراً هاماً في تحويل العمليات الروتينية الى اعمال ابداعية تزيد من فاعلية هذه المؤسسات (Datousaid, 2020, p. 4)، ولقد بلغ الاستثمار في الاصول الغير ملموسة في الولايات المتحدة 11.7% من الناتج المحلي بالمقابل نجد 11.2% للفترة 2000-2005 بالنسبة لليابان وكذلك 10.1%، 9%، 7% لكل من المملكة المتحدة والسويد والمانيا اي ان هناك تفاوت في حجم استثمار هذه الاصول، ويمكن أن ندعم دراستنا بنماذج مؤسسات دولية انتهجت نفس المناهج باهتمامها بالرأس المال البشري من حيث دعم التعليم والبحث والتطوير وكذا تشجيع الإبداع ما جعلها في الريادة فالولايات المتحدة الأمريكية تمتلك أكبر ناتج قومي إجمالي في العالم يزيد عن 2 تريليون دولار وتتميز بأضخم ميزانيه إنفاق على البحث والتطوير تقدر بـ 2.8% من الناتج القومي (هذلي، 2020، صفحة 59). واعتماد اليابان على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأسلوب استراتيجي للارتقاء بوضعيتها الاقتصادية حيث بلغت 99.7% من إجمالي عدد المؤسسات وتشغل أكثر من 70% من اليد العاملة اعتماداً على المهارات البشرية والإبداع والابتكار وبالتالي تحقيق التنمية المتوازنة والشاملة (ربيعه، 2021، صفحة 79). أيضاً في هذا السياق نجد أن إسبانيا من خلال مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة قد تميزت بضعف في أدائها بسبب نقص الاستثمار في البحث والتطوير وكذا تكنولوجيا المعلومات والاتصال وانقطاع قطاع الأعمال عن مراكز البحث والجامعات (Lu, 2016, p. 156)، وبالتالي من خلال دراستنا والتطلع إلى تجارب الدول التي نجحت مؤسساتها في تخطي الصعاب ودخول الأسواق الدولية، نؤكد لنا أهمية الموارد الغير ملموسة من مهارات بشرية وتشجيع التعاون وتبادل المعارف وبالتالي تحقيق التوجيه الإبداعي الذي يحقق رغبات العملاء ومنه زيادة الحصة السوقية وبالتالي تحقيق النمو التسويقي بأكثر كفاءة وفاعلية .

2.IV. مقترحات البحث:

من خلال النتائج المتوصل إليها في هذا البحث يمكن تقديم بعض التوصيات التي من شأنها زيادة فرص دخول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بنجاح للأسواق الدولية:

- دعم وتطوير مهارات الموارد البشرية من خلال زيادة الميزانيات المخصصة للبحث والتطوير في هذه المؤسسات.

- اعتماد التكنولوجيا الحديثة في التحكم واستغلال المعرفة من أجل تحقيق فاعلية في التجارة الالكترونية.

- توفير بيئة ملائمة لتشجيع الأفراد على الإبداع والابتكار.

- توفير بيئة تشريعية وقانونية مستقرة لعمل هذه المؤسسات.

- الاستفادة أكثر من تجارب الدول المتقدمة من خلال تفعيل وتوسيع حجم الاتفاقيات الاقتصادية الثنائية والإقليمية والدولية.

- تسهيل انسياب الاستثمارات داخليا وخارجيا من خلال الدعم اللوجستي الفعال.
- تعزيز القدرات التنافسية لهذه المؤسسات من خلال تأهيلها ومرافقتها ودفعها إلى احترام المعايير العالمية.

II- الإحالات والمراجع :

- جودي، حنان. (2017). إستراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار لتدارك الفجوة الإستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي-دراسة حالة الجزائر-. أطروحة دكتوراه، 10. جامعة بسكرة .
- دهان، خالد. (2021). دور شبكات المؤسسات في تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، 27. جامعة بسكرة .
- مكاحلية، محي، الدين. (2015). تعزيز القدرة التنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المحلية حالة ولاية قلمة وتبسة. لأطروحة دكتوراه، 102. جامعة قلمة .
- بزعي، فطيمة، بن زروق ، زكية، (02 جوان، 2017). تحليل دور الابتكار في النمو الاقتصادي: بين النماذج النيوكلاسيكية ونماذج النمو الداخلي. مجلة الاقتصاد الصناعي (12).
- بساس، سارة . (2021). السبل الكفيلة بتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لاستثمار خارج قطاع المحروقات. مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة، 4 (2).
- بقاط، ح.، وهالم، س. (2018). هيئات دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة (5)، 102. جامعة الوادي.
- سويس، الربيع. (2021). التصدير كآلية لتوجيه المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نحو التدويل. مجلة اقتصاد شمال افريقيا، 17 (25)، 263
- عبد الرحمان، ياسر، براشن، عماد الدين. (2018). قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر "الواقع والتحديات". مجلة نماء للاقتصاد والتجارة .
- عز الدين، علي. (2020). صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية بين الواقع والافاق. مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، 04 (05)، 279.
- فراج، السعيد، م. (2021). تقييم منهج بناء مقاييس المعرفة واقتصاد المعرفة من منظور نماذج النمو الداخلي ، المجلد 22، عدد 04، مجلة البحوث المالية والتجارية، (4) 22.
- فواز هذلي. (2020). متطلبات تفعيل الإبداع والابتكار كمدخل لدعم المقاولاتية واستدامة المنظمات: قراءة في النماذج اليابانية والأمريكية الناجحة، مجلة الابتكار والتسويق، مجلد 8.

- ناصري ، ربيعة. (2021). دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الاستثمار الوطني، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، مجلد 8، عدد 1.

- ناصيري، ربيعة . (2021). دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الاستثمار الوطني. مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، 3 (1).

- وزارة التجارة وترقية الصادرات، (2021).

<https://www.commerce.gov.dz/statistiques/les-statistiques-de-l-exportation-hors-hydrocarbures-> (consulté le 06/11/2022)

- البنك العالمي (2022).

<https://www.albankaldawli.org/ar/country/algeria/overview> (consulté le 06/11/2022)

- البنك الدولي، 2019:

<https://www.albankaldawli.org/ar/country/algeria/ews> (consulté le 05/11/2022)

- Psychogios, A., & Prouska, R. (2019). Managing People in Small and Medium Enterprises in Turbulent Contexts. 04. London: Routledge.

- Douar, Brahim. (2016). Essai d'analyse du processus d'internationalisation des PME algériennes: un défi pour les compétences du dirigeant. *THESE DE DOCTORAT ES SCIENCES ECONOMIQUES*, 39. TIZI-OUZOU.

- Labiad, N. (2018). Stratégie d'internationalisation des entreprises algériennes: Modèle de performance économique et développement technologique. *Thèse de Doctorat*, 22. Université Sidi Bel-Abars.

- Agne, M., & Jurgita, S. (2016). Factors Determining early internationalization of entrepreneurial SMEs: Theoretical approach. *International journal of bussiness and economic* , 182.

- Azurin Abdullah Sani, N. Z. Internal, External, Networking factors and challenges of small medium enterprise (SMES) internationalization, *Journal of Academia*, 7 (2), 140.

- Bensedira, A., Habbache, F., & Maiza, M. (2021). Assessing Smes Effectiveness In Growth And Diversification Of The Algerian Economy Through An Analytical Study During The Period (2015-2019). *Economic Sciences, Management, and Commercial Sciences Revue*, 14 (1).

- Charles.I, James.T, & Romer, P. (2019). Ideas Nonrivalry and Endogenous Growth. *Journal of Economics* , 121 (3).

- Datoussaid, Aimad. (2019). Tacit Knowledge in the Algerian Industrial SMEs: Elements of Location and Capital to Mobilize for Innovation. *International Journal of Knowledge Management and Practices*.7(1)

- Datoussaid, Aimad. (2020)Routines et apprentissage dans la PME industrielle privée en Algérie : des outils importants du changement organisationnel de

l'innovation, Chapitre n°7, Management de l'innovation et apprentissage dans les entreprises en Algérie, Edition l'Harmattan, Décembre 2019, pp.168-192

- Hazem Ali , Dynamic capabilities, environmental dynamism and small and medium entreprise' internationalization level, Asian finance, jornal of economics and business ,2020, vol 7, n°9

- Jun Liu. (2016). Management Knowledge Innovation and Pharmacy in SMSs , *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge , and Management*, Vol 11.

- Laghzaoui, S. (2009). Internationalisation des PME: apports d'une analyse en termes de ressources et compétences. *Journal Management & Avenir* (22-2), 60.

- Mihai, Popescu. (2019). globalization its effect on the DEVELOPMENT OF SMEs, *The USV Annals of Economics and Public Administration*, Vol 19, N° 2.

- Laura Middermann, Cross-country differences in entrepreneurial internationalization tendencies :evidence form Germany and Pakistan, jornal of administrative sciences, 2019, 9(54)