

دور المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر فى النهضة الصناعية لمصر الاستخدام التنافسى للمعرفة كأساس لبناء استراتيجية التحديث وتعزيز دور المشروعات الصغيرة فى النهضة الصناعية لمصر

إعداد

د. ناصر جلال حسنين

استاذ الاقتصاد المساعد

أكاديمية الثقافة والعلوم

مقدمة

شهدت دول العالم المتقدم اقتصادياً تحولات وقفزات متتالية نحو عصر الاقتصاد القائم على المعرفة حيث أصبحت المعارف والعلوم هى المصدر الأهم للميزة التنافسية فى كافة الأنشطة الاقتصادية، وعلى وجه خاص فى أنشطة الصناعة والخدمات والتي أنعكست بدورها على المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر، فقد أوجب ذلك الاهتمام البالغ بعامل الإبداع التكنولوجى باعتباره الرابط بين مستوى الموارد البشرية والمستوى المعرفى وهو بذلك يعكس مدى تقدم نشاطات البحث والتطوير ومسايرة التقنيات الحديثة.

ونظراً لتفاقم مشكلة البطالة وما يرتبط بها من ارتفاع نسبة الفقراء والمهمشين فى مصر، فقد أحتلت المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر مكانة متميزة فى إستراتيجية التنمية فى مصر، وقد تم إدراجها ضمن أولويات مخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالنظر إلى دورها الهام فى توفير فرص عمل لمكافحة بطالة الشباب وتعزيز المبادرة الخاصة ودعم التوازن الاجتماعى.

وترتكز تنمية المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر على العديد من المحاور الأساسية كى تلعب دوراً فاعلاً فى النهضة الصناعية والاقتصادية التى من بينها الدور المحورى للتمويل والاستثمار فى ترويج عمليات تأسيس وتشغيل هذه المشروعات، بالإضافة إلى دور الموارد البشرية والتخطيط الاستراتيجى الأمل لتنميتها والسير بها قدماً لتوفير سبل النجاح وضمان استمرارها من خلال الاستخدام التنافسى للمعرفة.

أهمية البحث:

يسهم هذا البحث فى رصد المعوقات التى تحد من القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر فى ظل التحولات العالمية المتسارعة من الاقتصاد العيى والمادى إلى الاقتصاد الرقى والمعرفى التى أنعكست على سوق العمل فى مصر، وتستلزم مواجهتها من خلال حزمة من السياسات الإجرائية التى تعظم من المزايا التنافسية لبعض القطاعات الإنتاجية والخدمية، وعلى وجه خاص تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر القائمة على المعرفة والابتكار والفكر الابداعى حيث تتعاظم قيمة الفكر والاقتصاد المعرفى.

فروض الدراسة:

- ١ - تواجه المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر العديد من العقبات فى مجالات امتلاك أو استخدام التكنولوجيا والابتكارات الجديدة باعتبارها العامل الرئيسى فى زيادة الانتاجية والقدرة التنافسية.
- ٢ - تواجه المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر بعض المعوقات الناتجة عن عدم قدرتها على إدارة أصول الملكية الفكرية القائمة على المعرفة والابتكار والفكر الابداعى.
- ٣ - تتأثر تنافسية المشروع بمدى قدرته على استخدام فنون الانتاج والتكنولوجيا المتقدمة حيث ترتبط عملية النمو الإنتاجى بدرجة كبيرة على مدى ملكية أو أستخدام المشروع من ابتكارات واختراعات.

هذا وتهدف الدراسة إلى:

- ١ - دراسة أهمية الإدارة الفعالة لأصول الملكية الفكرية القائمة على المعرفة والابتكار والفكر الابداعى على زيادة الانتاجية والقدرة التنافسية فى المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر.
- ٢ - دراسة الآثار الإيجابية للاستخدام التنافسى للمعرفة والابتكار والفكر الابداعى على تشجيع الاستثمارات فى المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر التى تستخدم تكنولوجيا مبتكرة ولديها الاهتمام بمجالات البحث والتطوير.

منهجية البحث:

تحقيقاً لأهداف الدراسة تم الاعتماد على استخدام الأسلوب التحليلى والوصفى فى عرض الأطار النظرى لمفهوم ودور الصناعات الصغيرة والمتناهية الصغر فى النهضة الصناعية لمصر.

هذا وتعتمد الدراسة على أسلوب التحليل والاستنتاج المنطقي من خلال المنهج التحليلي لدراسة ووصف خصائص الظاهرة وأبعادها بالاستعانة بمجموعة من المراجع العربية والأجنبية للوصول إلى وضع السياسات الملائمة لتحقيق الهدف من الدراسة في ضوء الموضوعية وعدم التحيز.

كما تعتمد الدراسة على الأسلوب الاستقرائي في التحليل من الناحيتين الوصفية والكمية المرتكز على تحليل المعطيات الاحصائية الكمية من خلال تجميع البيانات والمعلومات اللازمة وتحليلها.

عناصر البحث:

- أولاً: الوضع الراهن لقطاع الصناعة في مصر.
- ثانياً: الوضع التنافسي للمشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر.
- ثالثاً: الاستخدام التنافسي للإبداع التكنولوجي.
- رابعاً: الاستخدام التنافسي للمعرفة والابتكار والفكر الابداعي.
- خامساً: الصناعات التقليدية التراثية والحرفية الصغيرة كنموذج للصناعات الابداعية.

أولاً: الوضع الراهن لقطاع الصناعة في مصر:

سلط تقرير التنافسية العالمي الضوء على العوامل والتحديات الراهنة المؤثرة على القدرة التنافسية حيث أثرت حالات عدم اليقين على القدرة التنافسية لبعض اقتصاديات المنطقة في ظل التطورات السياسية التي حدثت بعد عام ٢٠١١، فقد شهدت دول الربيع العربي العديد من الإخفاقات الاقتصادية والإرهاصات الاجتماعية، التي انفلتت فيها الاحتجاجات، وأدت إلى تغيير حكومات في بعضها وإلى تصعيد الاضطرابات في بعضها الآخر.

وعلى الرغم من تنوع الأسباب السياسية لهذه الاحتجاجات إلا أن هناك الكثير من الدوافع ذات الصبغة الاقتصادية، تشترك ببعضها أو بجمعها الساحات الاحتجاجية، أهمها ارتفاع معدلات البطالة والفقر، وعدم عدالة توزيع الدخل القومي الناتج عن انتشار الفساد وسوء الإدارة، وقد نتج عن ذلك تهميش شرائح عريضة من المواطنين، بما فيها الطبقة الوسطى صاحبها مناخ عام بالإحساس بالإحباط والإقصاء الاجتماعي انعكس سلباً على مستوى المواطن البسيط ورجل الشارع.

من ناحية أخرى فقد أثرت الاحتجاجات على نشاط كافة القطاعات الاقتصادية،

وبالتالى على تفاقم البطالة فيها، وخاصة فى القطاعات المرتبطة بالخارج، مثل قطاعات البترول والسياحة والسفر والنقل والمصارف والتجارة الخارجية، وامتد ليطول أسعار صرف العملات الوطنية وأنشطة الاستثمار المحلى وتدفعات الاستثمار الأجنبى، لينعكس ذلك كله على الأسعار المحلية لجميع السلع المستوردة والمحلية، بما فيها أسعار المواد الغذائية والضرورية.

هذا وقد شهدت مصر حالة من الفوضى الأمنية عقب الأطاحة بالنظام الحاكم ومؤسساته التنفيذية والتشريعية والأمنية أنعكست على الأداء الاقتصادى والتنافسى لمصر، وأتضح معالمه فى التدهور المتتالى فى مؤشرات سوق المال وخروج المستثمرين الاجانب والعرب من السوق المصرى.

وعلاوة على المصاعب التى عانى منها الإقتصاد الكلى، أدت بعض خصائص البيئة المؤسسية المتصلة بانخفاض ثقة الجمهور فى السياسيين والمخاوف حول كفاءة الحكومة إلى إثارة القلق بين كبار رجال الأعمال والمستثمرين المصريين مما أدى إلى عدم الاستقرار فى بيئة الاعمال فى الإقتصاد المصرى.

١/ التحديات التى تواجه الإقتصاد المصرى :

- ١ - تباطؤ معدلات النمو الاقتصادى، وعدم عدالة توزيع عوائد التنمية.
- ٢ - ارتفاع معدلات البطالة وخاصة بين الشباب، وفشل برامج التشغيل.
- ٣ - ارتفاع وتزايد معدلات الفقر.
- ٤ - التراجع الكمي والنوعي للخدمات العامة، وخاصة التعليم والصحة والمواصلات، وهو الأمر الذى كان له انعكاساته على جودة الحياة ومؤشرات التنمية البشرية، إضافة إلى نسب عالية جداً من الأمية التى بلغت نسبتها (٦٠،٣٣٪).
- ٥ - ارتفاع معدلات التضخم وارتفاع مستوى الأسعار، بما فيها أسعار السلع والمواد الغذائية، وخاصة منذ أزمة الغذاء العالمية عام (٢٠٠٧) وما بعدها، فى ظل فشل وضعف فى برامج وسياسات الدعم الحكومى فى مساعدة الفئات الأكثر فقراً، نتيجة الفساد ومحدودية هذا الدعم وسوء إدارته.
- ٦ - تفشى الفساد، ومن المعروف أن آثار الفساد لا تقتصر على تداعياته المادية فحسب، بل تمتد إلى خلفيات اجتماعية وأخلاقية، ليخلق نوع من الإحباط والإقصاء والسلبية وعدم تكافؤ الفرص، لينعكس ذلك على الموقف الفردى والمجتمعى الأخلاقى من الدولة ومن أدائها

السياسى (من جهة) وعلى الأداء والكفاءة الاقتصادية والاستثمارية (من جهة أخرى). هذا وتعتبر السياسات الاقتصادية الكلية ومدى تحقيقها للاستقرار الاقتصادى من أهم عوامل جذب الاستثمار المباشر، إذ انها تؤدي إلى زيادة ثقة المستثمر، وتحسين معدلات العوائد على الاستثمار، وتؤدي الاصلاحات فى مجالات السياسة الاقتصادية المختلفة إلى نتائج إيجابية أهمها ارتفاع معدل النمو الاقتصادى، كذلك زيادة حجم الناتج المحلى، ومعدل الادخار المحلى.

وتدل مؤشرات الاقتصاد المصرى على ضعف السياسات الكلية، المالية والنقدية والاستثمارية، وخاصة منها المتعلقة بتدعيم الجانب الاجتماعى لعملية التنمية، وهذا ما يُشكل أرضية خصبة للاحتجاجات نتيجة ما تسببه من إحساس بالإقصاء والقهر الاجتماعى لدى شرائح عريضة من المواطنين.

المؤشرات الاقتصادية لمصر فى الفترة من ٢٠٠٥-٢٠١١

٢٠١٠/	٢٠٠٩/	٢٠٠٨/	٢٠٠٧/	٢٠٠٦	٢٠٠٥/	
٢٠١١	٢٠١٠	٢٠٠٩	٢٠٠٨	٢٠٠٧/	٢٠٠٦	
١,٩	٥,١	٤,٧	٧,٢	٧,١	٦,٨	معدل النمو للناتج المحلى الإجمالى
١١,٨	١٠,١	١٦,٢	١١,٧	١١,٠	٤,٢	معدل التضخم (متوسط الفترة)
١١,٨	٩,١	٨,٨	٨,١	٩,٢	١٠,٩	معدل البطالة
١٢,٣-	١٢,٥-	١٣,٤-	١٤,٤-	١٢,٤-	١١,٢-	توازن الميزان التجارى كنسبة إلى الناتج المحلى الاجمالى
٢٦,٦	٣٥,٢	٣١,٢	٣٤,٥	٢٨,٥	٢٢,٨	الاحتياطيات الدولية(بالمليار دولار)
٣٤,٩	٣٣,٧	٣١,٥	٣٣,٩	٢٩,٩	٢٩,٦	الديون الخارجية(بالمليار دولار)
٥,٩٦	٦٠,٣	٥,٥٣	٥,٥١	٥,٧١	٥,٧٥	متوسط سعر الصرف للجنيه المصرى بالدولار الأمريكى

SOURCE: International monetary fund IMF Country Report No. 1094/ April 2010 p8



وفى هذا الإطار يمكن أن نلخص هذه الآثار والتداعيات كالآتى:

- (أ) تراجع الأنشطة الاقتصادية وانخفاض معدل النمو لعام (٢٠١١)، إلى نمو يقترب من الصفر، وارتفاع فى مستويات الأسعار ومعدلات التضخم التى بلغت (١١,٨٪).
- (ب) أدت الاحتجاجات إلى إغلاق ما يزيد عن (١٢٠٠) مصنع فى قطاعات النسيج والأغذية والأثاث، وتحاول الحكومة حالياً تنفيذ خطة لتشغيلها عن طريق منحها تسهيلات مصرفية والمساعدة فى تسويق منتجاتها.
- (ج) تفاقم ظاهرة هروب رؤوس الأموال وتوقف وتعطل أنشطة الكثير من الشركات والمؤسسات الأجنبية والمحلية، وتدهور نشاطات اقتصادية رئيسية مثل السياحة، وتقلص أنشطة النقل والخدمات، وتضرر البنية التحتية بصورة كبيرة، وهذا ما دفع وسيدفع الحكومة لوضع خطط تنموية وإنفاقية تقشفية، حيث صرح وزير المالية بأن مصر ستطبق خطة تقشف جديدة، وأن الحكومة تواجه نقص سيولة، وأنه سيتم رفع أسعار الغاز للأنشطة الصناعية بنسبة ٣٠٪، وتحصيل الضرائب من القطاع غير الرسمى.
- (د) تفاقم مشكلة البطالة، التى تُعد من أهم أسباب الاحتجاجات ونتيجة لها، ولتفاقم هذه المشكلة أسباب أخرى متشابكة، أهمها تراجع الأنشطة الاقتصادية فى الفترة التى سبقت الاحتجاجات نتيجة تأثرها بالأزمة المالية الاقتصادية العالمية، وعودة حوالى (٣ مليون) مشتغل من العمالة المصرية بالخارج نتيجة التأثر بالأزمة العالمية، وهذا ما أدى إلى تفاقم مشكلة البطالة، وبالتالي، تفاقم الوضع الاجتماعى، ومعاناة شرائح واسعة وعريضة من المواطنين.
- (هـ) تراجع حاد فى إيرادات قطاع السياحة: يُعد هذا القطاع أحد أهم مصادر الدخل القومى والنقد الأجنبى ورافد لميزان المدفوعات، بالاضافة إلى أهمية السياحة فى تشغيل أعداد كبيرة نسبياً من اليد العاملة وتُشغل الكثير من الأنشطة المهنية والحرفية المرتبطة بها بشكل مباشر وغير مباشر، لذا فإن تراجع الإيرادات السياحية له تأثير مباشر على بقية المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية.
- و الأثر على سوق المال: سجل مؤشر البورصة المصرية تراجعاً بنسبة ٣٦٪، وقد أدى ذلك فى بعض الحالات إلى الإغلاق لفترة حتى تستقر الأوضاع، وما زالت البورصة تعيش حالة

عدم الاستقرار بسبب تراجع ثقة المستثمرين المحليين والأجانب، وكمانت البورصة المصرية من أكبر الخاسرين من الاحتجاجات، حيث بلغت خسائرها عام ٢٠١١ نحو ١٩٤ مليار جنيه. (م) الآثار على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر: تراجع الاستثمارات الأجنبية المباشرة حيث سجل الاستثمار الأجنبي تراجعاً ملموساً، وخاصة خلال الربع الأول من عام ٢٠١١ بنسبة ٢٥٪، بسبب إلغاء العديد من المشروعات الاستثمارية وخروج جزء من الاستثمارات، وقد بلغت الأموال التي خرجت من سوق سندات وأذونات الخزانة خلال الفترة من ٣٠ يناير حتى ٣١ مارس ٢٠١١ حوالي ٧,٥ مليار دولار، كما انخفضت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، في الفترة من يناير إلى يوليو ٢٠١١ حوالي ٢,٢ مليار دولار مقابل ٤,٦ مليار دولار للفترة من يوليو ٢٠١٠ إلى يناير ٢٠١١ وحوالي ٦,٨ مليار دولار خلال الفترة من يونيو ٢٠٠٩ إلى يوليو ٢٠١٠.

(و) تراجع التصنيف الائتماني، ومؤشر التنافسية وبيئة الاستثمار: لقد أدى تراجع معدلات النمو وحجم النشاط الاقتصادي والتأثير السلبي لمناخ الاستثمار وبيئة الأعمال، إلى تراجع التصنيفات السيادية، مقارنةً بما كانت عليه قبلها، الأمر الذي أسهم مرةً أخرى في تراجع ثقة المقرضين والمستثمرين في بيئة الاستثمار في هذه الدول، حيث خفضت وكالات التصنيف الدولية التصنيفات الائتمانية والتصنيفات السيادية وتصنيفات الديون وتصنيفات السندات بالعملات الوطنية والأجنبية لمصر، ووضعت في الوقت ذاته تحت المراقبة، مما يعنى احتمال تخفيض هذه التصنيفات مرةً أخرى. (ز) الآثار على أسعار الصرف: إن انخفاض الاستثمار الأجنبي المباشر، وهروب جزء من الأموال الساخنة من البورصات، أدى من جهة إلى حدوث ضغوط متزايدة على موازين المدفوعات، وعلى أسعار الصرف وأسواق الأسهم من الجهة الأخرى، فخلال الفترة ديسمبر ٢٠١٠ - يونيو ٢٠١١، تراجعت قيمة الجنيه المصرى أمام الدولار بنسبة ٢,٨٪، وأمام اليورو بحوالى ١٣,٤٪، وهذا ما أجبر البنك المركزى المصرى على التدخل باستخدام جزء من احتياطي النقد الأجنبي، وأدى ذلك إلى تراجع هذا الاحتياطي من حوالى ٣٦ مليار دولار فى ديسمبر ٢٠١٠ إلى حوالى ٢٥ ملياراً فى أغسطس ٢٠١١ ليصل إلى ١٤ مليار عام ٢٠١٣، فى الوقت الذى تراجعت فيه إيرادات السياحة من النقد الأجنبي، وكذلك تحويلات المصريين العاملين فى الخارج.

(ح) الآثار والتداعيات الأخرى للاحتجاجات : وهى المتعلقة بالخسائر المباشرة الناتجة عن تخريب البنية التحتية وإحراق وتكسير وسرقة المباني والمرافق العامة والخاصة ، وكذلك خسارة الوقت وتعطل وإرباك وإعاقة العمل الاقتصادى وسير الحياة اليومية .

٢/١ هيكل القطاع الصناعى المصرى:

- تحتل الصناعات الغذائية مكان الصدارة على المستوى القومى (من اجمالى الانتاج الصناعى) ، يليها الصناعات المعدنية فى حين احتلت الصناعات الكيماوية المركز الثالث .
- تميزت الصناعات التحويلية فى مصر باعتمادها على الصناعات التى تعتمد على المواد الخام (الغزل و النسيج ، الغذائية والمشروبات) أى أنها صناعات ذات ميزة نسبية وليست صناعات ذات ميزة تنافسية وذلك من منظور الميزة التنافسية .
- طبقا للمستوى التكنولوجى تميزت الصناعات التحويلية فى مصر بانها صناعات اعتمدت على المواد الخام فى المقام الأول ، وأيضا الصناعات ذات المستوى التكنولوجى المتوسط مثل الصناعات الكيماوية وذلك من منظور المستوى التكنولوجى .
- استاثرت محافظات القاهرة والاسكندرية والجيزة والشرقية بمعظم انتاج الصناعات التحويلية أى هناك تركيز صناعى اقليمى .
- تميز توزيع الصناعات التحويلية بين محافظات مصر بتوافر المواد الخام .
- هناك تشابه بين هيكل الصناعات التحويلية فى القطاع العام والأعمال والقطاع الخاص حيث احتلت الصناعات الغذائية والمعدنية والكيماوية مكان الصدارة فى هيكل كل من القطاعين .
- كما نلاحظ ظهور الطاقات العاطلة فى معظم أنشطة الصناعات التحويلية ، وكان من أهم أسباب الطاقة العاطلة فى معظم الصناعات التحويلية (قطاع أعمال وعام أوقطاع خاص) الانتاج حسب السوق ، وهذا راجع إلى عدم الاهتمام باعداد دراسات جدوى واقعية ، بالاضافة إلى المنافسة التى تتعرض لها الصناعة التحويلية من المنتجات المستوردة فى السوق المحلى .
- وقد انعكس اختلال هيكل الانتاج الصناعى على قطاع التجارة الخارجية ، حيث تميز هذا الهيكل انتاج سلع ذات ميزة نسبية فى معظم صادراته .

لذا فانه لكي يتم تصحيح هذا الوضع فان ذلك يتطلب تدعيم المزايا النسبية والتنافسية فى الاقتصاد، وربطها بالبعد المكاني فى الدولة من خلال رسم تصور لخريطة استثمارية اقليمية للصناعة التحويلية.

ويتضح من دراسة الواقع الراهن للصناعة التحويلية فى مصر أن هناك اختلال فى هذا الهيكل أدى إلى ضعف المزايا التنافسية لقطاع الصناعة، ناتج عنه ضعف فى جذب الاستثمارات فى هذا القطاع لذا فلكى يمكن تصحيح هذا الواقع ابد من تفعيل المزايا النسبية والتنافسية التى تتمتع بها المحافظات المختلفة فى مجالات وانشطة صناعية محددة لتدعيم القدرات التنافسية للاقتصاد القومى وتعظيم أسس التنمية المكانية من خلال الربط بين البعدين المكاني والاقتصادى وتنشيط الاسواق الخارجية.

وينبغى أن تكون خطة توزيع الاستثمارات فى الاقتصاد القومى فى ظل إطار استراتيجية واقعية ومرنة قائمة على تحقيق ما يلى:

أولاً: أن يكون هناك توزيع نسبى بين الاستثمارات فى الصناعات ذات الميزة النسبية والميزة التنافسية ولا بد أن يختلف هذا التوزيع من مرحلة لآخرى.

ثانياً: أن يرتبط التوزيع السابق بالتوزيع المكاني والذى يأخذ فى اعتباره أيضاً أماكن التصدير أو الاستيراد، مدى الطاقة الاستيعابية فى المحافظة التى تسمح باقامة صناعات جديدة، توافر العمالة، توافر البنية الأساسية، أيضاً مدى توافر قاعدة إنتاجية يمكن أن يترتب عليها آثار انتشارية لأنشطة صناعية أو غير صناعية جديدة أو مكمله أو مغذية مما يساهم فى تعميق علاقات التشابك الأمامية والخلفية داخل الاقليم.

ثالثاً: لا بد أن يرتبط بالتوزيع المكاني توزيع الصناعات حسب الحجم (صغيرة - متوسطة - كبيرة) وايضا بنوع الصناعة.

رابعاً: التوزيع النسبى للصناعات طبقاً لمعيار صناعات رأسمالية - وسيطة - استهلاكية، ويرتبط بهذا التوزيع المستوى التكنولوجى المطلوب والاستعانة بخبرات أجنبية، وكيفية تطوره على مراحل الاستراتيجية المختلفة.

وفى ظل إطار برامج تحديث الصناعة المستهدفة حالياً فى مصر سواء البرامج الحكومية أو البرامج المحددة داخل اتفاقيات الاتحاد الاوروبى فإن هناك فرصة متاحة للاقتصاد المصرى لاعادة هيكلة قطاع الصناعة بشكل يمكنه من إعطاء إهتمام أكبر للصناعات التى لها

دورات وإمكانيات تنافسية وتعتمد بشكل كبير على موارد محلية مع إستخدام إمكانيات
تكنولوجية غير مكلفة، والانتاج بتكلفة أقل من خلال تحسين الانتاجية وارتفاع كفاءة
ستخدام الموارد المحلية، مع ارتفاع الجودة نتيجة لاستخدام تكنولوجيا ملائمة، بالإضافة
لى الدراسات والمسوح المستمرة للاسواق الدولية للتعرف على الازاق المتغيرة، وبذلك يمكن
لدولة تصدير سلعها إلى الاسواق الخارجية بشكل أفضل.

ويمثل توجه الدولة فى كل مرحلة من مراحل الاستراتيجية أهمية كبيرة فمثلا إذا كان
لتوجه هو التركيز على الصناعات ذات الميزة التنافسية فيجب على الدولة ان تضع لنفسها
ندفا تقيس عليه أداءها بالنسبة لكل مؤشر من مؤشرات التنافسية، وان تحدد لنفسها الميزة
لتنافسية المناسبة لها فى كل مرحلة من مراحل تطورها.

يمكن وضع تصور لخريطة إقليمية صناعية فى مصر قائمة على المحاور التالية:

لمحور الأول:

التركيز على الصناعة التى تتمتع فيها مصر بميزة نسبية، ولها إمكانيات الصناعات
لعنقودية (الغزل والنسيج والملابس، الغذائية، الجلود، منتجات البلاستيك، المعادن غير
لحديدية)، ويمثل تدعيم علاقات التشابك الأمامية والخلفية أحد السمات الأساسية لصناعة
لغزل والنسيج والملابس، الا أن الروابط الخلفية عالية فى هذه الصناعة لتوفر القطن الخام
حليا، وصولا إلى إنتاج الملابس القطنية وذلك فى إطار منظومة متكاملة بين الوحدات الصناعية
لتى تعمل على جذب المستثمرين، بالإضافة إلى وكلاء التسويق (المحليين والخارجيين)
يعتبر القرب الجغرافى من الأسواق المحلية والخارجية أحد أهم عوامل نجاح هذه الصناعة.
- كما تساعد هذه المنظومة فى دعم الصناعات الرأسمالية التى تتمثل فى الآلات الغزل
النسيج والآلات الطباعة والخياطة، وهذ يساهم فى الانتاج بتكلفة منخفضة، كما يساعد
تعميق انتاج الصناعات الرأسمالية.

- أيضا تساعد هذه المنظومة على دعم الصناعات المغذية والصغيرة التى لاحتياج إلى
تكلفة رأسمالية عالية ودمجها مع الصناعات الكبيرة وتتمثل هذه الصناعات فى صناعة
لأزرار والأكسوار والتعبئة والتغليف مما يساهم فى زيادة علاقات التشابك بين الصناعات
لصغيرة والمتوسطة والصناعات الكبيرة، الأمر الذى يعمل على زيادة تعميق الصناعة
لمصرية وتخفيض الواردات وزيادة الصادرات.

المحور الثاني :

التركيز على الصناعات التي دخلت ضمن اطار الاتفاقيات التي عقدها مصر مع الدول والتكتلات الاقتصادية حيث تتمتع هذه المنتجات باعفاءات جمركية الأمر الذى يساعده على المنافسة فى هذه الأسواق ومن ثم زيادة الصادرات.

المحور الثالث:

الدخول فى انتاج الصناعات ذات المحتوى التكنولوجى العالى ، ويساعد على الدخول فى هذه الصناعات القوانين والتشريعات التى صدرت فى مصر لجذب رأس المال الأجنبى . ايضا تتواجد المناطق الصناعية الحرة فى العديد من المحافظات والمناطق الاقتصادية ذات الطبيعة الخاصة.

هذا ويتطلب وضع ملامح لاستراتيجية الاستثمارات الصناعية وتوزيعها على محافظات الدولة تحديد مجموعة من الأهداف التى تساهم فى رفع القدرة التنافسية لقطاع الصناعة . واستغلال المزايا التى تتمتع بها كل محافظة فى الدولة ، واستغلال الموارد المتوفرة محلي مما يساهم فى تخفيض حجم الواردات ، وزيادة معدل نمو الصناعة وتحقيق معدل نمو عالمى فى التصدير، كما أن اختيار الصناعات التى تعمل على تعميق علاقات التشابك داخل قطاع الصناعة يمثل أحد المعايير الهامة.

٣/١ أهمية المدخلات من عناصر الانتاج المحلية فى تعزيز تنافسية القطاع الصناعى:

(أ) العنصر البشرى :

يمثل الاستثمار فى رأس المال البشرى لتكوين العنصر البشرى المؤهل عصب الصناعة ، ومن هنا يحتل التعليم التقنى أهمية كبيرة فتكوين رأس المال البشرى القادر على المنافسة هو محور الاهتمام للصناعة . وإذا كانت تكلفة العمل تمثل عنصراً من عناصر نجاح الصادرات إلا أنها يجب أن توضع جنباً إلى جنب مع غيرها من العناصر ، حيث توضح الدراسات والبحوث أن العميل يضع عنصر المهارة والقدرة على تلبية احتياجاته فى مرتبة أهم من التكلفة^(١).

وعنصر العمل غير متجانس لذا يجب التفرقة بين من يمتلك المهارة Talent ومن يمتلك المهارة Skill ، وهناك عنصران آخران متصلان بالعنصر البشرى أولهما إجادة اللغات الاجنبية الأكثر شيوعاً فى التعامل وثانيهما المعرفة بالأسواق عبر الحدود ومعاييرها واحتياجات العميل ، وهذان العنصران يضعان من يتمتع بهما فى مرتبة تضمن له استمرار النمو فى مجال التصدير^(٢).

(ب) البنية الأساسية التكنولوجية:

يتضح دور المكون المعرفي والتقني في تكوين المزايا التنافسية حيث يعد توافر البنية الأساسية التكنولوجية عاملاً من عوامل نجاح كل من إسرائيل وأيرلندا وهذا يرجع إلى تحرير قطاع الاتصالات ودور كل من الحكومة والاستثمار الأجنبي في هذا المجال، وعلى عكس بالنسبة للهند كان هناك تردياً لأوضاع البنية الأساسية نظراً لتركيزها على تصدير الأفراد ولكن مع التسعينات تم تدارك هذا الضعف من خلال مشاركة القطاع الخاص والاستثمار الأجنبي.

ويمثل توافر البنية الأساسية التكنولوجية مدخلاً هاماً، ويمكن القول بأن أحد أهم النقاط الايجابية هو الاهتمام المتنامي من جانب الدولة بتحديث البنية الأساسية لقطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وتزايد مساهمة القطاع الخاص وخاصة في قطاع الخدمات ذات القيمة المضافة Value Added Services⁽³⁾.

(ج) التمويل:

يمثل الحصول على التمويل أحد العقبات أمام نمو الصناعة حيث أن نشاط البحث والتطوير هو بطبيعته نشاط غير ملموس، ومن ثم يعاني من غياب رأس المال المخاطر، فضلاً عن تردد الجهاز المصرفي في إقراض مشروعات لا تملك الضمانات الكافية للاقتراض⁽⁴⁾.

(د) البحث والتطوير:

اهتمت الدراسات التي أجريت في مصر بتحليل عناصر القوة والضعف لها، وقد تركزت عناصر القوة في انخفاض تكلفة العمل، والموقع الجغرافي، واللغة، وتوافر بعض المهارات الفنية والقدرة على اجتذاب الشركات الدولية النشطة.

٤/١ عناصر القوة والضعف في منظومة البحث العلمي الداعم للقطاع الصناعي:

عناصر القوة:

- توافر قاعدة بشرية مؤهلة وقادرة على العمل البحثي يصل قوامها إلى ١٢٠ ألف عالم ومهندس وفني يعملون في ٣٢٠ مؤسسة بحثية.
- وجود عدد كبير من المؤسسات البحثية والمراكز ذات الطابع الخاص، تستهدف خدمة المجتمع من خلال الاستشارات والتدريب والبحوث.

• إنشاء عدد من مراكز التميز العلمى المتخصصة فى علوم وتكنولوجيا المستقبل وبعض المجالات التطبيقية.

• التزام الدولة بتمويل مؤسسات العلم والتكنولوجيا وفق ما تسمح به الموازنات المتاحة.
عناصر الضعف:

• غياب التنسيق بين مؤسسات البحث والتطوير فى مصر، وتفكك الروابط فيما بينها، وعدم توافر الآليات المناسبة لتسويق إنتاج المراكز البحثية ونقلها إلى مرحلة التطبيق.

• أن معظم منتجات مؤسسات البحوث والتطوير فى مصر لا يوجد طلب عليها من قبل قطاعات الإنتاج، كما تتدنى استفادة القطاع الخاص من مخرجات هذه المنظومة، إذ يعتمد رجال الصناعة والأعمال والمنتجون على استيراد التكنولوجيا والمعارف الفنية من الخارج.

• ضعف الإنفاق على البحث العلمى حيث لا تزال نسبة الإنفاق على البحث العلمى إلى الناتج المحلى الإجمالى فى مصر أقل من ٠,٢ ٪، وتذهب نسبة كبيرة منها (٨٥ ٪) للمرتبات والحوافز، وتحمل الدولة معظم أعباء تمويل البحث العلمى، ولا توجد مساهمة تذكر للقطاع الخاص فى تمويله.

• عدم توافر التسهيلات اللازمة للبحوث والتطوير، خاصة الأجهزة العلمية والمعدات والمكتبات ووسائل الاتصال الإلكترونى، ومصاريف الصيانة فى كثير من المراكز والمعاهد القائمة مع تقادم العديد من تلك المعاهد وتخلفها عن المستوى العالمى.

ويتطلب ذلك تبنى استراتيجية للبحث العلمى تقوم على مايلى:

• تشجيع القطاع الخاص على زيادة الإنفاق على البحث والتطوير، بأن تقوم الحكومة بإجراء تخفيض فى الرسوم والتعريفات الجمركية والضرائب على الأنشطة التى تتصل اتصالاً مباشراً أو غير مباشر بالبحث والتطوير.

• ضرورة تركيز الجهات البحثية على تفعيل دور البحث العلمى والتطوير التكنولوجى من خلال تحديد أولويات البحث من منظور الاحتياجات الوطنية، وتجميع ونشر المعرفة، وتعبئة موارد الحكومة والقطاع الخاص، وتنمية وتطوير الموارد البشرية لتأهيل القيادات المستقبلية.

• تفعيل دور الجامعة المنتجة وذلك بوضع سياسة لكل جامعة وفقاً لطبيعتها وجغرافيتها وإمكاناتها العلمية والبشرية والمادية لتنمية مواردها .

- التعاون بين كل من مؤسسات البحث والتطوير والجامعات وقطاع الصناعة، وضمان استمرارية تطور ونمو منظومة البحث العلمى والتطوير التكنولوجى والتعليم، وتفعيل العلاقات المؤسسية على المستوى الوطنى والدولى لتشجيع التطوير والابتكار التكنولوجى.
- تطبيق الهندسة العكسية فى مؤسسات البحث والتطوير، لإسراع الخطى للملاحقة التكنولوجية، وتقديم نماذج لإنتاج سلع وخدمات تنافسية الخصائص تصديرية التوجه، فيها إضافة وتحسين وتطوير للمنتج الأسمى.

ثانياً: الوضع التنافسى للمشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر:

اختلف معظم الاقتصاديين والهيئات الاقتصادية الدولية على تحديد مفهوم محدد ودقيق للتنافسية، فمن مفهوم الميزة النسبية وتتمثل فى قدرات الدولة من الموارد طبيعية واليد العاملة الرخيصة، والمناخ والموقع الجغرافى التى تسمح لها بإنتاج رخيص وتنافسى، إلى مفهوم الميزة التنافسية وتتمثل فى اعتماد الدولة على التكنولوجيا والعنصر الفكرى فى الإنتاج، ونوعية الإنتاج وفهم احتياجات ورغبات المستهلك، مما جعل العناصر المكونة للميزة النسبية تصبح غير فاعلة وغير مهمة فى تحديد التنافسية.

لقد إرتبطت مسيرة العولة والإنتفاح الإقتصادى وإعمال آليات السوق بتزايد حدة المنافسة واحتدامها بين المنشآت على الأسواق المحلية والدولية للسلع والخدمات، واكب ذلك حدوث تحول فى فلسفة المنافسة بين المنشآت والدول على الأسواق من الإعتماد على المزايا النسبية التى تتوافر للمتنافسين للإعتماد على المزايا التنافسية التى يمكن للمتنافسين خلقها، وهو ما جعل القدرة على النفاذ للأسواق والإستحواذ على النصيب الأكبر منها مرتبطة بقدرة المنشأة على خلق مزايا تنافسية لمنتجاتها تتفوق على الآخرين.

وبذلك تراجعت المزايا النسبية وتراجع دور عوامل الإنتاج والموارد الطبيعية الموروثة فى عملية المنافسة، وبدأت منشآت، فى دول لا يتوافر لها موارد طبيعية معينة، تنافس وتسيطر على أسواق منتجات كان يعتقد فى الماضى أن توفر هذه الموارد الطبيعية هو الأساس فى حسم المنافسة على أسواقها.

وتعرف التنافسية على أنها القدرة على تزويد المستهلك أو العميل بمنتجات وخدمات أكثر كفاءة وفاعلية بشكل متميز مقارنة مع منافسيها لتعزيز المركز التنافسى وزيادة الحصة السوقية^(٥)، وذلك من خلال إستغلال مواردها المالية والبشرية، لتقديم منتجات تتميز

بالجودة، واستخدام التكنولوجيا المتقدمة، وأن يكون لديها القدرة على خفض التكلفة والكفاءة التسويقية، والابتكار والتطوير، ووفرة الموارد المالية، والتميز فى الفكر الإدارى، وإملاك الموارد البشرية المؤهلة.

ويرى معهد التنافسية الدولية على أنها القدرة على:

(١) الإنتاج الكفاء بتكلفة أقل من خلال تحسينات فى الإنتاجية واستعمال الموارد بما فيها التقنية والتنظيم، وارتفاع الجودة وفقا لأفضل تقنيات الإنتاج، والملائمة مع الحاجات العالمية، وليس فقط المحلية، فى المكان والزمان ونظم التوريد، بالاستناد إلى معلومات حديثة عن السوق ومرونة كافية فى الإنتاج والتخزين والإدارة.

(٢) البيع بكميات كبيرة من السلع المصنعة والتحول نحو السلع عالية التصنيع والتقنية وبالتالي ذات قيمة مضافة عالية فى السوقين الخارجى والمحلى، وبالتالي يتحصل على عوائد أكبر متمثلة فى دخل قومى أعلى للفرد، وذى نمو مطرد، وهو أحد عناصر التنمية البشرية.

(٣) القدرة على استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة بما يوفره البلد من بيئة مناسبة وبما ترفعه الاستثمارات الأجنبية من المزايا التنافسية التى تضاف إلى المزايا النسبية. وتكتسب الميزة التنافسية أهمية بالغة فى حياة المنظمات، حيث بفضلها يتم تعظيم الإستفادة من المميزات التى يوفرها الإقتصاد العالمى، وكذا من تطوير المنظمات وتحقيقها لأعلى العوائد، وذلك من خلال زيادة ولاء العملاء ورضاءهم تجاه السلع والخدمات المنتجة من قبل المنظمة، وبالتالي حصولها على حصة سوقية أكبر.

إن تنافسية الدولة هى القدرة على إنتاج السلع والخدمات التى تلبى معايير الأسواق الدولية، فى نفس الوقت الذى يسمح فيه لمواطنيها بالتمتع بمستوى معيشة متزايد وقابل للاستمرار، كما تمثل التنافسية بناء قدرة وطنية تؤهل الدولة للتعامل الفعال فى المجال العلمى.

ويقوم بناء تنافسية الدولة من منظور المصلحة القومية على^(١):

(أ) مكون محلى: يتمثل فى رفع مستوى التطور التكنولوجى للاقتصاد وللصناعة تحديدا وبالتالي فإن القدرة التكنولوجية هى لب القدرة التنافسية.

(ب) مكون خارجي : يتمثل في تأسيس نسبية تنافسية للفروع الإنتاجية على الصعيد العالمي انطلاقاً من ارتفاع مكون القيمة المضافة الملحية على قاعدة من ارتفاع المكون التكنولوجي أو مكون البحث والتطوير.

وقد أنشأ بورتر مقياساً للتنافسية مستنداً على الميزة النسبية الظاهرة (RCA Revealed Comparative Advantage)، حيث يكون فرع النشاط أو مجموعة منتجات أو احد المنتجات يمتلك البلد فيها ميزة نسبية، ويتضمن مصدر المزايا النسبية تكلفة عوامل الانتاج (الموارد الطبيعية أو البشرية وهو التفسير التقليدي للميزة النسبية)، والمدخل إلى الأسواق (الميزة الجغرافية وتكلفة النقل)، والابتكار الذي يتعلق بثروات رأس المال البشري أى وفرة في اليد العاملة المتخصصة والخدمات المهنية^(٧).

١/٢ مراحل الميزة التنافسية:

يرى بورتر أن الميزة التنافسية تعتمد على توارث مفهوم عوامل الانتاج وتنتقل بعد ذلك إلى مراحل أكثر تطوراً واستقراراً حيث تبدأ التنمية التنافسية للاقتصاد القومي بمرحلة الاقتصاد الذي تديره عوامل الانتاج حيث تمثل انخفاض تكلفة عنصر العمل وتوافر الموارد الطبيعية مصدراً للميزة التنافسية، ومع تقدم الدولة يتحول الاقتصاد للمرحلة التالية وهي مرحلة الاقتصاد الذي يديره الاستثمار وتصبح الكفاءة في الانتاج مصدراً للميزة التنافسية، ومع المزيد من التقدم يبلغ الاقتصاد المرحلة الثالثة وهي مرحلة الاقتصاد الذي يديره الابتكار ويصبح تقديم منتجات وخدمات قائمة على الابتكار المصدر الاساسي للميزة التنافسية^(٨). .

ففي مرحلة التنمية القائمة على عناصر الانتاج Factor Driven يعتمد الاقتصاد على السواد الخام والموارد الطبيعية، وتكون مهمة الحكومة فيها العمل على تحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادى مع توفير أسواق أكثر حرية، والاستخدام الفعال للمواد الخام والعمالة من قبل الشركات الوطنية، وجذب الاستثمارات الأجنبية وهذه المرحلة يتم خلالها استيعاب التكنولوجيا من خلال الواردات والاستثمارات الأجنبية المباشرة.

وفي مرحلة الاستثمار Investment Driven يعتمد الاقتصاد على الكفاءة والفعالية، وتقوم الحكومة بالتركيز على رفع مستوى البنية التحتية، وتحسين الإجراءات التنظيمية مثل الجمارك والضرائب وقوانين الشركات وخلالها تكون المنتجات أكثر تعقيداً، وتأتى

التكنولوجيا والتصميمات من الخارج، ويتم الحصول على التكنولوجيا من خلال تراخيص الاستخدام والمشروعات المشتركة والاستثمارات الأجنبية المباشرة، وفي هذه المرحلة يركز الاقتصاد على التصنيع وتصدير الخدمات المساندة.

وتأتي مرحلة الاقتصاد الذى يعتمد على المعرفة والابتكار Innovation Driven من خلال استثمارات القطاع العام والخاص فى مجالات البحث والتطوير والتعليم العالى ورفع مستوى أسواق المال وتحسين الإجراءات التنظيمية ودعم إنشاء المشروعات التى تعتمد على التكنولوجيا ويعتمد هذا المؤشر على مؤشر فرعى لقياس مدى تطور بيئة الاعمال ومؤشر فرعى لقياس درجة الابتكار.

٢/٢ الميزة التنافسية لقطاع الصناعة المصرى:

لا يزال مفهوم القدرة التنافسية على قدر كبير من الاختلاف بين وجهات النظر المتعددة، فهو مفهوم متعدد الجوانب ذو طبيعة ديناميكية، ويتم التركيز على القدرة التنافسية على مستوى الصناعة والتى تعرف بقدرتها على المنافسة بمنتجاتها فى الأسواق المحلية والعالمية سواء من خلال السعر المنخفض أو الجودة المرتفعة، استناداً إلى معدلات مرتفعة من الانتاجية وأنشطة فعالة للابتكار والتجديد بما يساهم فى زيادة مستوى المعيشة باضطراد^(٩).

وتعرف التنافسية على مستوى الصناعة بأنها القدرة الحالية والمستقبلية والفرص المتاحة لأصحاب المشروعات لتصميم وأنتاج وتسويق منتجاتها، وتعتمد تنافسية الدولة على القدرة الذاتية للصناعات على تنظيم نفسها بصورة تؤثر إيجابياً على سلسلة القيمة المضافة، والصناعة التنافسية هى الصناعة التى تنمو من خلال الابتكار والتجديد، وتتطور إلى صناعة يمكنها الوصول إلى الموردين ذوى الجودة العالية الذين يوفرون عوامل المدخلات التى تدعم نمو الصناعة، ولديها القدرة على توفير التمويل اللازم، والقدرة على وضع رؤيا لتشكيلة المنتجات وأسلوب تصنيعها، والتوافق مع رغبات ومتطلبات العملاء.

ويمكن إجراء تحليل التنافسية على مستوى قطاع النشاط أو تجمع أنشطة بشرط أن تكون المتوسطات على هذا المستوى ذات معنى وفوارق مؤسسات القطاع محدودة، وتعود تلك الفوارق إلى تفسيرات عديدة مثل توليفة المنتجات، وعوامل الانتاج، وعمر المشروع، والحجم، والظروف التاريخية وعوامل أخرى، وإذا كان من الممكن تقييم تنافسية المشروع

على السوق المحلية أو الاقليمية بالقياس إلى المشروعات المحلية أو الاقليمية المنافسة فإن تقييم تنافسية فرع النشاط يتم بالمقارنة إلى فرع النشاط المماثلة لاقليم آخر أو بلد آخر الذى يتم معه التبادل.

وغالبا ما يستعمل الميزان التجارى وكذلك الحصة من السوق الدولية عادة كمؤشرات عن التنافسية على مستوى فرع النشاط، وهكذا ففى نطاق التبادل الحر فإن فرع النشاط يخسر تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية أو تزيد حصته من الواردات الوطنية الكلية لسلعة معينة.

وتعرف التنافسية على مستوى المشروع على أنها «القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفى الوقت المناسب، وهذا يعنى تلبية حاجات المستهلكين، بشكل أكثر كفاءة من المنشآت الأخرى».

إن مفهوم التنافسية أكثر وضوحاً على مستوى المشروع، فالمشروع قليل الربحية هو مشروع غير تنافسى، ولا يكون المشروع تنافسياً عندما تكون تكلفة إنتاجه المتوسطة تتجاوز سعر منتجاته فى السوق، أى أن قيمة الموارد التى يستعملها تزيد على قيمة السلع التى ينتجها أو الخدمات التى يقدمها.

وترتبط أهمية التنافسية بمدى مساهمتها فى تحسين الكفاءة، وتحفيز الاستثمارات المحلية والأجنبية، ويجاد فرص للنمو وتسهيل النفاذ إلى الاسواق الدولية.

ويعتبر رفع التنافسية للمنتجات المحلية من أهم الأهداف التى تمثل تحدياً للدول الصناعية المتقدمة والدول النامية، وخاصة تلك الدول التى تسعى إلى إتباع استراتيجية التوسع فى الصادرات والتوجه للخارج لتحقيق التنمية المستدامة.

ويتطلب التوسع فى الصادرات زيادة القدرة التنافسية للاقتصاد القومى وتدعيم مركزه التنافسى، وتنبع أهمية الميزة التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية المناسبة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها وتشجيع الاختراعات والابتكارات، بما يعمل على تحسين وتعزيز الانتاجية والارتقاء بمستوى نوعية الانتاج، ورفع مستوى الاداء وتحسين مستوى معيشة أفراد المجتمع حيث تعمل التنافسية على رفع الكفاءة الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادى وتحسين مستويات المعيشة^(١١).

وتأخذ الميزة التنافسية فى الصناعة مظاهر متعددة من أبرزها ما يلى^(١٢):

– الجودة الأعلى للسلع والخدمات.

- الوقت الأقل فى الإنتاج والسرعة فى خدمة العملاء.
- العناية الأكفأ والأشمل بالعملاء.
- المرونة فى النظم والأساليب وسرعة التوافق مع المتغيرات.
- العلاقات الأكفأ مع الموردين.
- التكلفة الأقل والسعر الأفضل للعميل^(١٣).

وقد أوضح «بيكر» عام ١٩٨٧ أن الطريق إلى تحقيق الميزة التنافسية فى الصناعة لا يكون بسياسات الحماية لبعض الصناعات والانغلاق على الذات، وإنما بالمنافسة فى السوق العالمية والإبتكار والتنويع^(١٣).

وتتمثل محددات الميزة التنافسية للصناعة فى تخفيض تكاليف الإنتاج، ورفع جودة المنتج، والبحث والتطوير، والتسويق حيث أن كسب أجزاء من السوق لا يمكن الحصول عليه إلا بتحسين الميزة التنافسية كما توافر موقع مميز ومواد خام وعمالة ماهرة يدعم الميزة التنافسية للصناعة.

كما أن زيادة قدرة الدولة على ادخال تحسينات على المنتجات وعلى الإنتاج يرفع من المستوى التكنولوجى للصناعة، وعلى هذا فإن زيادة الميزة التنافسية للصناعة تعمل على تحفيز الاستثمارات ومن ثم رفع الطاقة الانتاجية للاقتصاد.

أن تبنى استراتيجية صناعية واضحة ومرنة وقابلة للتطبيق تؤدى إلى خلق هيكل صناعى متوازن، كما أنها تعمل على تحقيق كفاءة فى تخصيص الموارد بما يعمل على تحسين وتعزيز الانتاجية والارتقاء بمستوى الإنتاج، الأمر الذى يساهم على انتاج العديد من المنتجات التى تتمتع بمزايا تنافسية^(١٤).

ويؤدى تواجد العديد من المنتجات ذات المزايا التنافسية وذات المستوى التكنولوجى العالى إلى تحفيز الاستثمارات كما يساعد على توافر البيئة المحفزة على الاستثمار توافر البيئة الاقتصادية التى تتوافر فيها الشفافية والبيئة المعلوماتية والتشريعات الادارية وغيرها من العوامل الجاذبة للاستثمار.

هذا ويتحدد دور الصناعة فى قدرتها على تحقيق الأهداف التنموية، والتى تنقسم إلى أهداف على المستوى القومى (زيادة الصادرات - تخفيض نسبة مستلزمات الإنتاج المستوردة - زيادة وتعميق علاقات التشابك الامامية والخلفية)، وأهداف على مستوى

الصناعة المحلية (زيادة مساهمة الصناعات التحويلية فى إجمالى القيمة المضافة - زيادة المساهمة فى العمالة - تحقيق معدلات نمو سنوية مرتفعة)، وأهداف خاصة بالتجارة الخارجية (زيادة قدرة الصناعة على المنافسة فى الأسواق الدولية - تخفيض نسبة الانكشاف على العالم الخارجى - تحقيق فائض فى الميزان الخارجى - زيادة حصة الدولة فى السوق العالمى من صادرات الصناعات التحويلية).

ويمثل قطاع الصناعة أحد القطاعات الهامة التى تولى له الدول اهتماماً كبيراً لكى يقود عملية التنمية فيها، ويرجع ذلك إلى ما يتميز به هذا القطاع من قدرة على إحداث تغيير جذرى لبنيان وهيكلا الاقتصاد، وإيجاد هيكل مستقر يسيطر فيه قطاع صناعى قادر على إنتاج مختلف السلع الإنتاجية والاستهلاكية، بالإضافة لتأثيراته الممتدة لكافة قطاعات الاقتصاد القومى.

ويعتمد نجاح استراتيجية التصنيع فى تحقيق أهدافها على التحديد الواضح لدوره فى عملية التنمية الاقتصادية، وهذا يتطلب تحديد استراتيجية تناسب كل مرحلة من مراحل النمو واختيار الاسلوب الملائم عند تنفيذ برامج التصنيع^(١٥).

ويمكن تجسيد دور الدولة فى تدعيم وتحسين تنافسيتها على المستوى الدولى، بتوفيرها لبيئة أعمال ملائمة، وهذا بتطبيق سياسات اقتصادية ومالية واجتماعية تهدف إلى تدعيم تنافسية النشاطات الإنتاجية والخدمية^(١٦)، وتتمثل فى:

- السياسات المالية والنقدية.
- سياسات الاستثمار وتهيئة المناخ الاستثمارى.
- سياسات تعزيز القدرات التكنولوجية الذاتية.
- سياسة إصلاح التشريعات والمؤسسات.
- أساليب الممارسة الإدارية الرشيدة.
- سياسة تحديث البنية الأساسية المادية.
- تحديث الجهاز الحكومى والإدارى.
- سياسة نشر وتداول المعلومات.

وفى هذا المناخ التنافسى تحتاج مصر إلى إنتاج وتسويق وتجارة تتواءم مع ميزتها النسبية وهذا يعنى تحسين قدرتها النسبية فى الإنتاج معتمدة على ثلاثة عوامل، هى: (أ) التكنولوجيا (التي تحدد الإمكانيات الإنتاجية وتؤثر على معدلات التحول الإنتاجى).

(ب) طريقة استعمال الموارد (التي تؤثر على قيمة الموارد المحلية مثل الموارد الطبيعية والعمالة ورأس المال).

(ج) الأسعار العالمية (التي تحدد بصورة مباشرة قيمة المدخلات والمنتجات القابلة للتجارة وبصورة غير مباشرة قيمة الموارد المحلية).

إن دعم الجهود البحثية في مجال التصدير سوف يؤدي إلى زيادته، كما أنه يمكن زيادة الترويج للتصدير عن طريق الإتصال مع أسواق جديدة، ويوصى بتقدير الميزة التنافسية ليس فقط لمرحلة الإنتاج بل أيضاً لمختلف مراحل النظام السلعي مثل النقل والتسويق والتجهيز، فقد يكون للسلعة ميزة تنافسية عند مرحلة الإنتاج ولكنها لا تتمتع بهذه الميزة بالنسبة لمرحلة أخرى لعدم كفاءة عملية النقل والتسويق والتجهيز التي قد تؤثر بصورة سلبية على القيمة المضافة.

وفي سبيل تشجيع قطاع الصناعة قامت مصر بإصدار العديد من القوانين التي تهدف إلى تشجيع وتنويع الصناعة بشكل عام وتشجيع الصناعات التصديرية بشكل خاص، وأيضاً زيادة الاحتكاك بالأسواق الدولية، كما يساعد الدول في الحصول على المعلومات والتطورات التكنولوجية السائدة في الأسواق العالمية، وأيضاً انشاء المناطق الحرة العامة والخاصة والمناطق الاقتصادية ذات الطبيعة الخاصة.

كما وقعت مصر على عدد من الاتفاقيات الدولية والاقليمية مثل (الجات - الكوميسا - المشاركة الأوروبية - الاتفاقيات المصرية مع عدد من الدول العربية).

هذا وقد اتجهت مصر إلى تشجيع الشباب على الاستثمار في مجال المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغراسوة بالدول المتقدمة التي سبقتنا في هذا المجال.

ويرجع نجاح تجارب المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغرفي الدول المتقدمة إلى العديد من العوامل من أهمها^(١٧):

١ - عدم اعتبار الشركات الصغيرة كيان مستقل بل جزء من مجموعة مترابطة ذات علاقات متداخلة، فعلى الرغم من احتدام المنافسة بين الشركات إلا أن هناك درجة كبيرة من التعاون والتنسيق فيما بينها.

٢ - تميز السياسات التي تهدف إلى تنمية وتطوير المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغربالمرونة والديناميكية.

- ٣ - اهتمام العديد من الجهات الحكومية وغير الحكومية بتوفير الدعم اللازم للمشروعات الصغيرة، والاهتمام بالجانب التشريعى لتهيئة البيئة لنموها.
- ٤ - تحديث معدات الإنتاج ونقل التكنولوجيا المتطورة وتوفير التدريب اللازم للعاملين، وتحفيز البحث العلمى والتطبيقى المرتبط بالمشروعات الصغيرة.

٣/٢ خصائص ومميزات المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر:

- تعتمد المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر على العمالة المكثفة وتميل إلى توزيع الدخل بصورة أكثر عدالة من المشروعات الكبيرة وبالتالي فهي تلعب دورا هاما فى خلق فرص العمل مما يخفف من حدة الفقر.
- يرتقى مستوى الادخار والاستثمار من خلال تعبئة رؤوس الأموال من الأفراد والجمعيات والهيئات غير الحكومية وغيرها من مصادر التمويل الذاتى.
- توزيع الصناعات الجديدة على المدن الصغيرة والريف ومن ثم تصبح الصناعات الصغيرة مفيدة حيث تستطيع أن تمارس نشاطها باستخدام المواد الأولية المحلية، وكذلك تستطيع أن تخدم الأسواق المحدودة، واستخدام اليد العاملة الرخيصة الموجودة محليا.
- إن المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر تحتاج إلى استثمارات منخفضة وبتكلفة منخفضة نسبيا مما يخفف العبء على ميزانيات الدول النامية التى تعاني من قلة الموارد المالية.
- تؤدى المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر إلى تحقيق التكامل مع المشروعات الكبيرة حيث يمكن أن تقوم هذه المشروعات بإنتاج احتياجات ومستلزمات المشروعات الكبيرة من المواد الأولية.
- الاستثمار فى الإبداعات التكنولوجية المتعلقة بأساليب الإنتاج يمكن أن يساهم فى تطوير وخلق منتجات جديدة ذات جودة عالية، لتلبية حاجات ورغبات العملاء الدائمين والمحتملين، فتمكن المنظمة من الحفاظ على مركزها فى السوق وتعزز بذلك من قدرتها التنافسية.

٤/٢ التحديات التى تواجهها المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر:

تواجه المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر فى مصر العديد من المعوقات أهمها المعوقات التمويلية، والمعوقات الادارية والتسويقية، والمعوقات التنظيمية والبيروقراطية حيث تعاني

العديد منها يحجم عن توفير التمويل أو يخصص نسبة ضئيلة من محفظة قروضه لتمويل تلك المنشآت.

• عدم أو ضعف القدرة في الحصول على القروض من المؤسسات المالية نظراً لعدم القدرة على توفير الضمانات الكبيرة المطلوبة لذلك، وارتفاع نسبة المخاطر المالية في إقراض هذه المؤسسات نظراً لضعف قدرتها على مواجهة ضغوط السوق، وارتفاع التكلفة الإدارية للإقراض.

• أغلب مؤسسات القطاع المالى وأدواته غير مهيأة لخدمة المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر وذلك لعدم الخبرة فى أسلوب المتابعة ولارتفاع تكلفة الخدمة نسبياً حيث تحصل ٥٪ فقط من المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر على تمويل مصرفى^(١٨).

٤ - التحديات الخاصة باستخدام التكنولوجيا:

• عدم القدرة على استخدام التكنولوجيا المتقدمة لاعتبارات اقتصادية تتعلق بالطاقة التي تتاح بالتكنولوجيا ومحدودية سوق المشروعات الصغيرة.

• صعوبة قيام هذه المشروعات بالبحوث والتطوير لمنتجاتها، وضعف القدرة على حماية اختراعاتها، واعتماد غالبيتها على معدات وآلات مستعملة ذات تكنولوجيا بسيطة مما ينعكس بالسلب على جودة المنتج النهائى.

• ثورة المعلومات التي تدفع بالنظام الاقتصادى العالمى الجديد بوجود ثورة علمية فى المعلومات والاتصالات والمواصلات والتكنولوجيا الكثيفة وحق المعرفة أدت إلى تقارب الأسواق بشكل كبير وتغيير شكل الملكيات وتشجيع الاندماجات بين المشروعات والمؤسسات الصغيرة للاستجابة لمتطلبات البيئة العالمية التي من أهمها الإنتاج بالحجم الكبير لتحقيق وفورات الحجم.

• التطور التكنولوجى الذى أدى إلى تسهيل عمليات الاتصال والانتقال بين الدول وسرعة أداء المعاملات الاقتصادية الدولية سواء التجارية أو المالية.

٥ - التحديات الخاصة بالأسواق الخارجية:

• تجاوز الحدود السياسية للدول واتساع الأسواق بصورة جعلت المنتجات تأخذ الصفة العالمية كذلك تشابه أنماط الاستهلاك فى العالم بين شعوب مختلفة الثقافات دفع المشروعات للاهتمام بتنمية ونشر الأساليب الإنتاجية التي تعتمد التكنولوجيا العالية

- بهدف الزيادة من جودة المنتجات ورفع إنتاجية الأداء.
- ثورة الاتصالات نتيجة التقدم التكنولوجي جعلت العالم قرية صغيرة، وأصبحت الشركات تعمل في بيئة عالمية شديدة التنافس.
- تدويل التجارة من خلال إنشاء الاتفاقيات العالمية للتجارة والتعريفات الجمركية وتحرير التجارة العالمية.

ثالثاً: الاستخدام التنافسي للأبداع التكنولوجي:

تواجه المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر العديد من العقبات في مجالات التكنولوجيا والابتكار باعتبارها العامل الرئيسي في زيادة الانتاجية والقدرة التنافسية حيث تحتاج المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر لزيادة استيعابها واستفادتها من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما تركز الأولويات المتعلقة بهذه المؤسسات على تحديات هامة مثل ضرورات التحديث وتحسين نظم المعلومات، وتقديم المساعدة لاستخدام التجارة الالكترونية^(٢١). ويتزايد التركيز الآن على تحفيز الصناعات الصغيرة القائمة على المعرفة والابتكار والفكر الابداعي، وهو ميدان تتفوق فيه تلك المؤسسات حيث تتعاظم قيمة الفكر في ظل التحولات العالمية المتسارعة من الاقتصاد العيني والمادى إلى الاقتصاد الرقمي والمعرفى باعتبارها سلعة اقتصادية ذات قيمة مضافة مرتفعة^(٢٢).

وتعتبر صناعة تكنولوجيا المعلومات كثيفة رأس المال والتكنولوجيا من أرقى أشكال سلع دورة المنتج^(٢٣)، ولدى المبتكرين الرؤية والتخيل للاستخدام الأفضل للموارد للحصول على أفضل عوائد^(٢٤)، وعندما تكون براءات الاختراع قادرة على منع دخول المقلدين فإن الشركات تستمر في الإبقاء على نسبة عالية للابتكار^(٢٥).

١/٣ أهمية الإبداع التكنولوجي للمشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر:

استعمل الإقتصادي Josef Schumpeter سنة ١٩٣٩ مصطلح الإبداع التكنولوجي بالمعنى الحديث لأول مرة بقوله أن الإبداع التكنولوجي هو التغيير المنشأ أو الضروري. والإبداع التكنولوجي هو الإختراع الذى يعود بالنفع، أى هو خطوة أكثر من الإختراع، فقد تبتكر ولكن تبقى هذه الفكرة دفيئة ولا يستفيد منها أحد، ولكن بعد أن تطوره إلى ما يستفيد منه الآخرون فأنت بذلك أصبحت مبدعاً.

وبصفة عامة فإن الإقتصادي Morin J. سنة ١٩٨٦ عرف الإبداع التكنولوجي على أنه «وضع حيز التنفيذ أو الإستغلال تكنولوجيا موجودة، التي تتم في شروط جديدة وترجم بنتيجة صناعية».

وفي تعريف لمنظمة التعاون والتنمية الإقتصادية (OCDE) بأن «الإبداعات التكنولوجية تغطي المنتجات الجديدة والأساليب الفنية الجديدة، وأيضاً التغييرات التكنولوجية المهمة للمنتجات وللأساليب الفنية، ويكتمل الإبداع التكنولوجي عندما يتم إدخاله للسوق (إبداع المنتج) أو إستعماله في أساليب الإنتاج (إبداع الأساليب)، إذاً الإبداعات التكنولوجية تؤدي إلى تدخل كل أشكال النشاطات العلمية، التكنولوجية التنظيمية، المالية والتجارية». والاقتصاد الإبداعي هو العلم الذي يجمع بين البعد الاقتصادي وقيمة الإبداع في مشروعات استثمار ذات طبيعة معرفية ابتكارية، تعرف بالصناعات الإبداعية أو اقتصاد المعرفة، وتعد الآن جزءاً هاماً ومتنامياً من اقتصادات كثير من البلدان المتقدمة.

والاقتصاد ليس علماً جديداً ولا الإبداع أيضاً، لكن الجديد هو كيفية العلاقة بينهما وكيف يؤدي اجتماعهما إلى ثروة وأرباح استثنائية، وهو الأمر الذي جعل مفكراً اقتصادياً مثل (جون هوكنز) يعتبر ذوو الأفكار، أي أولئك الذين يملكونها، أكثر نفوذاً ممن يشغلون الآلات.

وفي تحليله يعرف (هوكنز) الإبداع بأنه القدرة على توليد شيء جديد، فهو يعني إنتاج الأفكار أو الاختراعات ذات الأهمية والفائدة، وليس الإبداع بالضرورة فعالية اقتصادية، لكنه يصبح كذلك عندما يؤدي إلى فكرة ذات مردود اقتصادي أو منتج يمكن الاتجار به، أي التحول من الفكرة إلى المنتج، وهذا ببساطة هو الجوهر الحقيقي لمفهوم اقتصاد المعرفة، ففي حين كانت الأرض، والعمالة، ورأس المال هي العوامل الثلاثة الأساسية للإنتاج في الاقتصاد القديم، أصبحت الأصول غير الملموسة في هذا الاقتصاد الجديد من المعرفة، والإبداع، والابتكار، والمعلومات.

وأصبح للابتكار المتجسد في برامج الكمبيوتر والتكنولوجيا عبر نطاق واسع من المنتجات أهمية تفوق أهمية رأس المال، أو المواد، أو العمالة، ومن ثم، فإن اقتصاد المعرفة في الأساس يقصد به أن تكون المعرفة هي المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي، وعلى العكس من الاقتصاد المبني على الإنتاج، حيث تلعب المعرفة دوراً أقل، ويكون النمو مدفوعاً بعوامل

الإنتاج التقليدي، فإن الموارد البشرية المؤهلة وذات المهارات العالية أو رأس المال البشري المبدع، هي أكثر الأصول قيمة في اقتصاد الإبداع المبني على المعرفة، وهو الاقتصاد الذى تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة.

ان عصر المعلومات بكل مكوناته ووسائله، وفي مقدمتها الصورة، ووسائل الاتصال، والثقافة والفنون بمختلف فروعها، سوف يحكمه مبدأ المنافسة فى مجالات الاقتصاد، والأبحاث والكشوف العلمية، وكذلك فى الفنون باعتبارها قوة اطلاق الهوية الوطنية وعنوان الانتماء للوطن. ويعرف برنامج الأمم المتحدة الإنمائى الاقتصاد المعرفى بكونه يركز بالأساس على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاية فى جميع مجالات النشاط المجتمعى، والاقتصادى، والمجتمع المدنى، والسياسى، وحتى الحياة الخاصة وصولاً إلى التنمية الإنسانية المستدامة، ويتطلب ذلك بناء القدرات البشرية الممكنة والتوزيع الناجح للقدرات البشرية على مختلف القطاعات الإنتاجية.

ومن مزايا الاقتصاد المعرفى أنه يدعم حدوث تغيرات وتحسينات أساسية وضرورية للمستقبل، وتحقيق مخرجات ونواتج تعليمية مرغوبة ومؤهلة، كما يعطى المستهلكين ثقة أكبر وخيارات أوسع، ويدفع المؤسسات إلى التجديد والإبداع والاستجابة لاحتياجات المستهلك أو المستفيد من الخدمة، ويؤثر ايجابيا فى مؤشرات النمو، والإنتاج، والتوظيف. وتتجلى سمات الاقتصاد المعرفى فى قيامه بالاستثمار فى الموارد البشرية باعتبارها رأس المال الفكرى والمعرفى والاعتماد على القوى العاملة المؤهلة والمتخصصة، وانتقال النشاط الاقتصادى من إنتاج وصناعة السلع إلى إنتاج وصناعة الخدمات المعرفية، وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بفاعلية، وتفعيل عمليات البحث والتطوير كمحرك للتغيير والتنمية، وارتفاع الدخل لصناع المعرفة كلما ارتفعت وتنوعت مؤهلاتهم وقدراتهم الإبداعية وخبراتهم وكفاءتهم، والاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية والمعرفة العملية المتطورة عالية التقنية وتوظيفها فى أداء النشاط الاقتصادى لتحقيق أعلى نتائج متوقعة.

ولم يعد كبر حجم الشركة يتطلب زيادة فى التكاليف وبالتالي يحد من الأرباح، كما لم تعد هناك مواقع مالية أو تقنية تمنع النفاذ للمعلومات، بل أصبح تأسيس شركات عالمية لا يتطلب استثمارات مالية ضخمة بعد أن أصبح للمعلومة قيمة تبادلية ووظيفة استعمالية. ان الترجمة الحقيقية لاقتصادات المعرفة هي الصناعات الإبداعية، ومنها الصناعات الثقافية التى تعتمد على ظاهرة الثقافة وفى صلبها الإبداع، والصناعات التكنولوجية التى تعتمد على الابتكار والاختراعات وتواكب تطورات التكنولوجيا والعولمة.

ويقدم المفكر (جون هارتلي) في كتابه «الصناعات الإبداعية» تحليلاً يعتمد على أن «الإبداع» سيقود التغيير الاجتماعي والاقتصادي» بأعتبار «مصدر الميزة التنافسية» للأمم، فبعد أن سادت الطبقة العاملة «أصحاب الياقات الزرقاء» و«طبقة الخدمات» «أصحاب الياقات البيضاء»، انتقلت السيادة الآن إلى الطبقة الإبداعية «بلا ياقات»، فهم كتاب، وفنانون، ومبتكرون، لا يعملون ساعات عمل منتظمة، ويوجهون الاقتصاد توجيهاً ناعماً، سواء عبر ماركات عالمية شهيرة أو مشاريع صغيرة مستقلة.

وأبناء الطبقة الجديدة، يتميزون بالشره للتعلم، وتنوع الخبرات، وتعدد أماكن العمل، فهم لا يعملون في صناعة وحيدة ولا مع مستخدم واحد، ويهدفون إلى غرس وعاء للمعرفة، واتخاذ المبادرة، والعمل الجماعي، والابتكار، والتصرف بمسؤولية.

فيما يطرح (جون هوكزن) تفريقاً دقيقاً بين «عصر المعلومات» وعصر «الصناعات الإبداعية»، فقد يما كان الأفراد يحصلون على الجانب الأكبر من أموالهم نتيجة «تقديم معلومات» تساعد في القيام بسلسلة من الخطوات المنطقية، لكنها لا تساعدنا في الاختيار بين خطوات متكافئة منطقياً، أما في عصر الصناعات الإبداعية فإن الأولوية للفكرة لا للمعلومة، وللتعبير الشخصي والابتكار، فعندما أقول عندي فكرة أعبر عن رؤية شخصية أكثر من القول عندي معلومة، وإن كل شخص يملك حساً إبداعياً في مجال ما، لكن هذا لا يعنى بالضرورة أنه أصبح مفكراً أو مصمماً، ما لم يكن ثمة استخدام وتوظيف لهذه الطاقة الإبداعية، مع توافر البنية الأساسية والمال اللازم للاستثمار واستخلاص القيمة الاقتصادية والثقافية من هذا الإبداع، ومن ثم تحقيق النمو الشامل المتكامل.

ويؤكد (إيلي ريني) في دراسته «العالم الإبداعي» أن الفرص الاقتصادية تكمن في المعرفة، والأفكار، ولا تقوم الصناعات الإبداعية على «المحتوى» فقط «السلعة» ولا «حقوق النشر»، بل هي تستفيد بشكل أساسي من «المستهلكين» كمبتكرين للأبحاث والتطوير وتستقى منهم الفرص الجديدة.

وقد بات واضحاً أن امتلاك الشركات للذكاء والإبداع وقدرتها على استنزاف المواهب من منافسيها، يعتبر ميزة تنافسية جديدة يصعب التغلب عليها، ومن ثم بات العمل على تنمية الأفكار ورعاية المبدعين، ضرورة تنموية لمواكبة ما تفرضه حركة التحديث والتطور العالمي من تداعيات وتحديات ومسئوليات.

لقد أصبحت التطورات التكنولوجية حالياً عاملاً حاسماً وفعالاً بسبب السرعة المذهلة للمبتكرات الحديثة، وحجم التأثيرات التي تترتب عنها حيث شكلت التكنولوجيا دعامة قوية للنمو الاقتصادي، وتتكون البيئة التكنولوجية من البنية الأساسية للعلم من المؤسسات، والأفراد، والإمكانيات، ومستوى التقدم العلمي والتكنولوجي السائد في المجتمع، والقدرة الوطنية على الإبداع والابتكار، وكذلك مدى القدرة على نقل التكنولوجيا الأجنبية وتطويرها وتطويرها وتحقيق الاستفادة منها.

لقد أصبح الإبداع التكنولوجي لتعزيز التنافسية في المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر ضرورة حتمية لا مفر منها، خاصة مع اشتداد التنافس حالياً في الأسواق، وأصبح عامل المنافسة يقوم على أساس القدرة على الإبداع واستخدام المواهب الإبداعية بشكل كامل وفقاً للقواعد السائدة في البيئة التي تنشط فيها، حيث صار الإبداع اليوم من أهم المعايير المعتمدة لقياس وتقييم الأداء من جهة والقابلية التنافسية من جهة أخرى.

ويلعب الإبداع التكنولوجي دوراً هاماً في تمييز الأداء وتعزيز القدرة التنافسية من خلال:

- إثارة الطلب خاصة إذ يقوم الإبداع والابتكار بتقوية الطلب الأول عن طريق عرض جديد، ويقوى عن طريق إحلال منتجات جديدة، فالرغبة في الشراء تتواجد من خلال ابتكار منتجات جديدة.
- إثارة العرض وخلق موارد جديدة للدخل فمن خلال تقديم منتجات جديدة، وزيادة العرض، وتلبية الحاجات الجديدة في السوق، وتنويع النشاط، تقوم المنظمة بخلق موارد جديدة للدخل تمول بها تطورها.
- زيادة القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة عن طريق تقديم منتجات جديدة مع خفض تكلفة التصنيع من خلال الإبداع ومراحل العملية الإنتاجية.
- جذب العملاء والحصول على رضاهم عن طريق تقديم منتجات تواكب التطورات الحديثة.
- إيجاد فرص جديدة للمشروعات الصغيرة للبيع في أسواق جديدة وذلك يؤدي إلى زيادة حجم المبيعات ومن ثم زيادة الربحية.
- الحفاظ على بقاء واستمرارية المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر بتواجدها في محيط تنافسي، فالمشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر التي تعتمد على منتج واحد تكون فترة حياتها قصيرة بينما التي تنوع في منتجاتها تزيد من فترة حياتها.

هذا ويعمل الإبداع على تحقيق التنمية المستدامة للمشروعات الصغيرة، كما تم مؤخرا إبراز الدور التكنولوجي والبعد التقني في دالة الإنتاج حيث كان هذا البعد في السابق يعد كمتغير خارج عن دالة الإنتاج التي لها علاقة برأس المال والعمل في المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر الناجحة ومن أجل ضمان بقائها واستمرارها قوية، يجب أن لا تبقى عند حد الكفاءة بمعنى أن لا تكتفى بالقيام بأعمالها أو تؤدي الوظيفة الملقاة على عاتقها فحسب، إنما يجب أن تكون إستراتيجيتها أكثر بعدا وتطلعا للمستقبل استعدادا وتكيفا، حيث تميز مركزها التنافسي في السوق من خلال جودة خدماتها وكفاءة أداءها وتوسيع أهدافها.

إن تعظيم الربحية وتدعيم الفرص من أجل زيادة حجم الحصة السوقية، يعد من بين أهم الدوافع التي تؤدي بالمنظمة إلى تبني تكنولوجيا حديثة، علاوة على وجود مجموعة أخرى من الدوافع التي تجعل من المنظمة تتبنى الإبداعات والتغيرات التكنولوجية المستثمرة.

إن تزايد الاهتمام العالمي بالمشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر أصبح يشكل ظاهرة ومحور في الاقتصاد الحديث. ومن أبرز ملامح هذا الاهتمام وانعكاساته هو النمو الكثيف والواسع في أعداد هذه المشروعات في جميع دول العالم، حيث أدركت تلك الدول أهميتها وقدرتها على تحقيق عوائد اقتصادية مجدية وتحويلها إلى قوى عمل حقيقية ومنتجة من خلال انخراطها في حركة الإنتاج حيث تقوم بالدور الاساسي والمحرك للتنمية والتشغيل، وتساهم في الاستخدام الأمثل للموارد المحلية، بالإضافة إلى ذلك فإن لها دورا ملحوظا في زيادة الإنتاج المحلي والصادرات، وكذلك التكامل مع المشروعات الكبيرة حيث ظهرت العديد من المشاكل لم تستطع المشروعات الكبيرة التعامل معها أو إيجاد حلول لها وحدها واستلزم الأمر التعاون مع المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر.

ويمتلك الإبداع التكنولوجي قدرة مميزة لإحداث ثورة في هيكل المنافسة في المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر، ولقد أثبتت التجارب نتائج تلك العملية من خلال خفض التكاليف الثابتة للإنتاج، ومن ثم تخفيض عوائق الدخول إلى السوق ومنح فرص الدخول أيضا لمنظمات جديدة أخرى بل وتشجيعها على المنافسة مع نظرائها على اختلاف أحجامهم، مما يستوجب ضرورة توجيه الجهود إلى مجال البحث والتطوير من أجل تحسين طرق الإنتاج أو خلق وتحديث منتجات أكثر قدرة على المنافسة.

أن البعد الحقيقي والفعلية لعملية الإبداع التكنولوجي هو التخفيض في التكاليف، ومن هنا نجد من الضروري وجود تنسيق مستمر بين جهاز الإنتاج ووحدة البحوث والتطوير لضمان تخفيض التكاليف، الأمر الذي يدفع لتعزيز التنافسية في المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر عن طريق ترشيد العملية الإنتاجية والاستخدام الأمثل لعوامل الإنتاج.

٢/٣ خصائص الإبداع التكنولوجي:

- إن الإبداع التكنولوجي هو نتيجة تطبيق معارف فنية أو تكنولوجية معترف بها، ومعنى هذا أن كل جديد يقوم على معلومات غير دقيقة وبالتالي يؤدي إلى نتائج غير فعالة لا يمكن إعتبارها إبداعاً تكنولوجياً.
- أن يكون الإبداع مرتبطاً بالإنتاج والإنتاجية، أي أن كل إبداع لا يؤدي إلى تحسين عملية الإنتاج أو استخدام عناصر الإنتاج، ولا حتى في توفير منتجات جديدة أو تحسين المنتجات المتواجدة لا يعتبر إبداعاً تكنولوجياً بالمعنى الصحيح.
- إن الإبداع التكنولوجي بدون إنتشاره في الأسواق يكون محدود الفعالية والكفاءة، فإن الإبداع التكنولوجي هو عامل أساسي في المنافسة وبالتالي في ديناميكية السوق الحرة.
- إن المجهودات الإبداعية التي تؤدي إلى عدم التحكم في التكاليف ليست إبداعات تكنولوجية، والنقطة الأساسية هنا هي أن الإبداع التكنولوجي يحمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية.

وعموماً يجب التمييز بين طبيعة الإبداع التكنولوجي ودرجته، وقد صنف الإقتصادي Shumpeter الإبداع التكنولوجي حسب طبيعته إلى خمس أنواع أو فئات، وهي:

- المنتجات الجديدة.
- الأساليب الفنية الجديدة للإنتاج.
- الأسواق الجديدة.
- المصادر الجديدة للمواد الأولية.
- الأشكال الجديدة للتنظيم.

٢/٣ الإبداع التكنولوجي وتعزيز التنافسية:

يعتبر الإبداع التكنولوجي أحد أهم الركائز الأساسية في بناء المزايا التنافسية



للمؤسسات، فإذا أرادت عدم التخلف عن السباق التنافسي فإنه يتعين عليها إتخاذ خطوات وإجراءات لتقديم منتجات أو لتطوير تقنيات جديدة لإنتاج هذه المنتجات بكل ثقة ومقابل تكلفة منخفضة.

١/٣/٣ تأثير الإبداع التكنولوجي على التكاليف:

إن الإبداع التكنولوجي يحدث ثورة في هيكل المنافسة، وخفض التكاليف الثابتة للإنتاج، ومن ثم تخفيض عوائق الدخول وتهيئة الفرصة لمؤسسات جديدة أصغر لدخول مجال المنافسة مع مؤسسات أخرى كبيرة، وفي هذه الحالة يجب على المؤسسة أن تركز جهودها على مجال البحث والتطوير من أجل تطوير المنتجات وتطوير العمليات.

٢/٣/٣ تأثير الإبداع التكنولوجي على التمييز:

يتعين على المؤسسة لكي تتبنى إستراتيجية التمييز تطوير الكفاءة في مجال البحث والتطوير وذلك من أجل إنتاج تشكيلة واسعة من المنتجات تخدم شرائح أكثر من السوق، وإنتاج سلع مميزة بجودة عالية وتقديم خدمات مميزة وسريعة تختلف عما يقدمه المنافسين، وهذه العوامل تعطي مبرراً يدفع العملاء لدفع أسعار عالية ومميزة لهذه السلع أو الخدمات تغطي التكاليف التي تتكبدها المؤسسة.

إن التمييز في السلع والخدمات، الذي تحققه المؤسسة من جراء قيامها بالإبداع التكنولوجي يمكن أن يحميها من منافسيها لدرجة قد تصل إلى خلق الولاء للعلامة من قبل العملاء حيال منتجاتها.

٣/٣/٣ تأثير الإبداع التكنولوجي على التركيز:

إن الإبداع التكنولوجي يمكن المؤسسات من تركيز جهودها على شريحة معينة من المستهلكين وهذا من خلال التركيز على الإبداع في خطوط الإنتاج أو الإبداع في المنتجات أو في سوق محددة من أجل تلبية حاجتهم ورغباتهم على أكمل وجه. أن المؤسسات التي تتبنى مفهوم التركيز تميل إلى تطوير منتجات ذات جودة متميزة بنجاح وذلك راجع لعرفتها وخبرتها بالمجال المستهدف.

أن الإبداع التكنولوجي له دور كبير في تخفيض التكاليف ومساهمته في تمييز المنتجات إذن يمكن القول بأن الإبداع التكنولوجي له تأثير أيضا على إستراتيجية التركيز (إما من خلال التركيز على التكاليف أو التركيز على التمييز)، ففي حالة قيام المؤسسة بالإبداع

التكنولوجى من أجل تركيزها على التكاليف لى تحصل على ميزة تنافسية فى السوق المستهدفة فىجب عليها أن تستعمل كافة الأساليب الفنية الجديدة فى عملية الإنتاج، نفس الأمر بالنسبة للمؤسسة التى تقوم بالإبداع التكنولوجى بهدف التركيز على تمييز منتجاتها فى السوق المستهدفة، فإنها لى تحقق ذلك يجب عليها إستخدام كافة الخصائص الإبداعية وطرق وأساليب العمل المختلفة.

٤/٣/٣ تأثير الإبداع التكنولوجى على المنافسة السوقية:

- عندما تؤدى الإبداعات التكنولوجية إلى تخفيض التكلفة، فإنه نجد بأن الضغوط تنمو وتزيد من أجل تخفيض الأسعار، بحيث يستطيع المنتجين منخفضى التكلفة إستخدام الأسعار لجذب العملاء بعيداً عن منافسيهم، وقد تحاول المؤسسات مرتفعة التكلفة الدفاع عن مساهمتها السوقية عن طريق تخفيض الأسعار، وبالتالي فإن التكنولوجيات المنخفضة للتكاليف تدعم الإستراتيجية التنافسية التى تستهدف الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة على مستوى الصناعة.
- عندما يساهم الإبداع التكنولوجى فى تدعيم جودة المنتجات والمزايا المرتبطة بأداء السلع، فإنه من يتبنى هذه الإبداعات التكنولوجية يستطيع كسب العملاء من المنافسين بإتباع إستراتيجية قائمة على جاذبية منتجاته.
- إذا ما تمكنت المؤسسات القائمة من بناء الولاء للعلامة لمنتجاتها، وذلك من خلال قيامها بالإبداع التكنولوجى المستمر فإن هذا الأمر يترتب عليه تقليص المخاطر المرتبطة بدخول المنافسين الجدد على الصناعة.
- أن الإبداعات التكنولوجية تمكن المؤسسة من زيادة حواجز الدخول إلى السوق وذلك إذا كان من الممكن الأفراد بأساليب الإنتاج الجديدة من خلال الإستحواذ على حقوق ملكية الإبداعات التكنولوجية.
- إن الإبداع التكنولوجى فى أساليب الإنتاج يمكن المؤسسة من تغيير الإحتياجات الرأسمالية اللازمة لدخول الصناعة والإستثمار بكثافة وبشكل مستمر فى البحوث والتطوير حتى تستطيع أن تساير الإبداعات التكنولوجية الجديدة، كذلك التأثير على الإستمرار الرأسمالى اللازم لبناء وتجهيز مرافق الإنتاج الجديدة.

٥/٣/٣ تأثير الإبداع التكنولوجى على قوة المشترين (العملاء):

- إذا أدى الإبداع التكنولوجى إلى تنميط مجتمع معين، فإن هذا يُمكن العملاء من تحويل طلباتهم إلى موردين (منتجين) آخرين بسهولة وبتكلفة أقل، الأمر الذى بدوره يؤدي إلى زيادة قوة المفاوضة للعملاء مع البائعين حيث يتجه العملاء إلى الموردين الذين يقدمون أفضل الشروط.
- إذا ساهم الإبداع التكنولوجى فى إضافة خصائص جديدة إلى المنتجات يعتمد عليه العملاء فى إختيار المنتجات، فسوف يؤدي ذلك إلى خلق تفضيل قوى من جانب المشترين مما يؤدي إلى تضيق نطاق المفاوضة بين الموردين (المنتجين) والعملاء.

٦/٣/٣ تأثير الإبداع التكنولوجى على قوة المنتجين (الموردين):

- ١ - إذا كان الإبداع التكنولوجى فى مجال المنتجات أو فى أساليب الإنتاج متاح أمام عدد كبير من الموردين فإن تنقل العملاء من مورد لآخر يكون منخفض، الأمر الذى يزيد من شدة المنافسة بين الموردين.
- ٢ - إذا توفر لدى الموردين تكنولوجيات معينة متصلة بأداء سلعة أو بخصائص محددة بها تستطيع أن ترغم العملاء على الشراء من هؤلاء الموردين، فإن ذلك يضعهم فى قمة المنافسة ويمنحهم قوة تفاوضية كبيرة مع عملائهم.

رابعاً: الاستخدام التنافسى للمعرفة والابتكار والفكر الابداعى:

يواجه تسويق تكنولوجيا المعلومات وتصديرها العديد من العوقات الاقتصادية والتجارية أهمها تفشى ظاهرة القرصنة والتزيف والتقليد وتزوير البرمجيات والاعتداء على حقوق الملكية الفكرية وضياع كافة الحقوق المادية والأدبية^(٢٤).

ومع تنامى صناعة تكنولوجيا المعلومات فقد إستلزم الأمر إيجاد الحماية القانونية اللازمة، ومن ثم فإن التوسع فى الإنتاج يتطلب زيادة الوعى بأهمية حماية الإبداع والإبتكار لإعادة صياغة الصناعة التكنولوجية فى ظل تطبيق إجراءات حازمة لحماية حقوق الملكية الفكرية^(٢٥).

هذا وتتطلب حماية الملكية الفكرية نفقات معينة كنفقات المطالبة بالاحتفاظ بتلك الحقوق، والنفقات القانونية الناجمة عن انتهاك تلك الحقوق، وحتى يمكن توفير الحماية

للملكية الفكرية في ظل قيود النفقات الخاصة بها ربما يؤدي ذلك إلى اتجاه المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر ومتوسطة الحجم نحو التكتل معاً للتغلب على النفقات العالية التي لا يقدر عليها مشروع بعينه، أي أن الحماية ربما تؤدي إلى عمليات تحول لتلك المؤسسات إلى مشروعات كبيرة الحجم^(٢٦).

ويأتي التوجه ناحية التكتل أو الاندماج للتغلب على قيود النفقات التي لا تقوى عليها المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر ومتوسطة الحجم في الدول النامية والتي لا توفر الدعم الكاف لتلك المؤسسات لتتمكن من مواجهة نفقات الحماية المرتفعة، على حين تقدم حكومات الدول المتقدمة دعماً للمؤسسات الصغيرة ومتوسطة الحجم بما يساعدها على مواجهة النفقات الخاصة بالحماية^(٢٧).

ويجب على المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر في جميع الحالات النظر في أفضل السبل لاستغلال نظام الملكية الفكرية بما يخدم مصالحها، وقد تساعد حقوق الملكية الفكرية المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر في جوانب التطور التجاري والاستراتيجي من حيث تطوير المنتج، وتسويقه وتصديره أو توسيع المشروع التجاري في الخارج عبر عقود الترخيص أو الامتياز^(٢٨).

وتساعد معرفة حقوق المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر من الملكية الفكرية وقيمتها على تحديد أنواع حقوق الملكية التي يجب اقتناؤها والحفاظ عليها واتباع أفضل السبل لإدارة أصول المؤسسات من الملكية الفكرية، وتحقيق زيادة كبيرة في قيمة المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر بفضل ما تملكه من أصول الملكية الفكرية، وذلك لأن المستثمرين يحددون قيمة المؤسسات على أساس الأرباح المتوقعة في المستقبل والتي قد تكون مبنية على استغلال حقوق الملكية الفكرية^(٢٩).

هذا وتعد المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر الحجم القوة الرائدة للابتكار حيث يمتلك أي مشروع صغير أو متوسط الحجم اسماً تجارياً أو علامة أو مجموعة من العلامات التجارية، ومن ثم فإن مكونات الملكية الفكرية هذه تتطلب الحماية، ويمتد الأمر إلى ضرورة حماية المعلومات ذات القيمة المرتفعة مثل قوائم عملاء المشروع التي يتعامل معها وأساليب مبيعاته.

ومن شأن ضمان حقوق الملكية الفكرية وفقاً لأسس ثابتة وبما يتسق والمعايير الدولية أن يشجع الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا المتطورة، بما يؤدي إلى زيادة

الإنتاج وخلق فرص للعمالة وتطوير البنية الأساسية التكنولوجية وتطوير المنتجات بما يزيد من قدرتها التنافسية، كما أن توفير نظم وقواعد تضمن حقوق الملكية الفكرية والاهتمام بالبحوث والتطوير (R&D) يشجع المبدعين والباحثين على الابتكار وبالتالي زيادة مستوى التقدم الثقافى والتكنولوجى.

١- الاستخدام التنافسى لحق المؤلف:

يعد انتفاع بعض المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر بمصنفات محمية بموجب حقوق المؤلف أو الحقوق المجاورة جزء أساسى من أنشطتها التجارية اليومية، مثال ذلك التسجيلات الصوتية، أو البرامج الإعلامية والإعلانية، ودور النشر، وشركات البرمجيات. وتحتاج كل شركة تنتفع بمصنفات محمية بموجب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة أو تتعامل بها إلى ترخيص لممارسة أنشطتها حيث يقتضى الانتفاع بتلك الحقوق أو استغلالها لأغراض تجارية الحصول على ترخيص أو تنازل عن الحقوق من جهة صاحب الحق، وتشمل تلك الأنشطة استعمال أغنية مشهورة فى إعلان تلفزيونى وبيع الأقراص المدمجة والأقراص الفيديو الرقمية وتوزيعها واستعمال برامج الحاسب على أجهزة الشركة.

٢- الاستخدام التنافسى للعلامات الجماعية:

يساعد الانتفاع بالعلامات الجماعية الشركات الصغيرة والمتوسطة على الاستفادة من السمعة المكتسبة من مصدر أو خصائص مشتركة فى المنتجات التى تنتجها، وينطبق ذلك بوجه خاص على المنتجات أو الخدمات التى تتحدد جودتها بمصدرها أو خصائصها المشتركة.

وتستطيع الشركات الصغيرة بفضل العمل الجماعى أن تضع حملة مشتركة لتسويق منتجاتها بالانتفاع بعلامات جماعية، وللشركات الصغيرة التى تصنع منتجات متشابهة أن تستفيد من العلامات الجماعية كأساس للتجمع مما يساعدها على التعريف بمنتجاتها لدى المستهلك وإرساء سمعة لسلعها، وهناك أيضا علامات الرقابة (التصديق) التى يمكن الانتفاع بها للتأكيد على أن المنتج يستوفى معايير محددة مما يثبت للمستهلكين أن ذلك المنتج خضع للفحص من قبل منظمة لها صلاحية الرقابة (التصديق) على المنتج وأن ذلك المنتج يستوفى المتطلبات اللازمة، وقد يساعد ذلك الشركات على تسويق منتجاتها وتحسين صورتها أمام المستهلكين.

٣ - الاستخدام التنافسي لبراءات الاختراع:

تمثل الأفكار الابتكارية والإبداعية جوهر المؤسسات التجارية الناجحة حيث أن قيمة الأفكار فى حد ذاتها تظل محدودة، ويجب تطويرها وتحويلها إلى منتجات ابتكارية وتسويقها بنجاح بهدف تمكين المؤسسات التجارية من جنى ثمار ابتكارها وإبداعها، وتؤدى الملكية الفكرية والبراءات دوراً حاسماً فى تحويل الأفكار الابتكارية والاختراعات إلى منتجات تنافسية تزيد فى هامش الربح.

ويمكن للشركة أن تنتفع بالبراءات لتحقيق دخل من الإتاوات بواسطة ترخيص تلك الاختراعات المشمولة بالحماية بموجب البراءات لشركات أخرى تملك القدرة على تسويقها، والبراءة هى حق استثنائى يمنح لمنتجات أو طرق صنع جديدة لإنجاز عمل ما أو تقدم حلاً تقنياً جديداً لمشكلة ما، وتكفل البراءة للمالكها حماية اختراعه حيث لا يمكن صنعه أو الانتفاع به أو توزيعه أو بيعه لأغراض تجارية دون موافقة مالك البراءة، ولمالك البراءة الحق فى تقرير من الذى يجوز له الانتفاع بالاختراع المشمول بالبراءة خلال مدة حماية الاختراع، ويجوز للمالك البراءة التصريح لأطراف أخرى أو الترخيص لها بالانتفاع بالاختراع وفقاً لشروط متفق عليها، ويجوز للمالك البراءة بيع حقه فى الاختراع لشخص آخر يصبح بذلك مالك البراءة الجديد^(٣٠).

وتؤدى البراءات إلى تحفيز الأشخاص بالاعتراف بإبداعهم ومكافأتهم مالياً لاختراعاتهم القابلة للتسويق، وتشجع تلك الحوافز على الابتكار، وتعتبر المعلومات المتعلقة بالبراءات معلومات تقنية وقانونية ترد فى وثائق البراءات التى تنشرها مكاتب البراءات بصورة دورية، وتحتوى وثيقة البراءة على وصف شامل لطريقة عمل الاختراع المشمول بالبراءة والمطالب التى تحدد نطاق الحماية بالإضافة إلى تفاصيل عن صاحب الاختراع وتاريخ إصدار البراءة والإشارة إلى المراجع المعنية، ويمثل مجموع وثائق البراءات فى العالم حوالى ٤٠ مليون وثيقة.

أما فيما يتعلق بالاستراتيجية التجارية للشركة، فتساعد المعلومات المتعلقة بالبراءات على تحديد شركاء تجاريين، واختيار الموردين والمواد، ورصد أنشطة المنافسين الحاليين والمحتملين، والعثور على فرص جديدة فى الأسواق.

وتشكل المعلومات المتعلقة بالبراءات مصدراً لا مثيل له من المعلومات التقنية التى قد تعود بمنافع كثيرة على المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر التى تنوى وضع خطط

استراتيجية لمشروعاتها، ويتم الكشف للجمهور عن معظم البراءات لأول مرة عندما تنشر البراءة، وتمثل البراءات بالتالي وسيلة للإطلاع على الأبحاث والابتكارات الجارية قبل طرح المنتج الابتكاري في السوق بفترة طويلة، وبفضل المعلومات التقنية الواردة في وثائق البراءات تمتلك المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر معارف تمكنها من تفادي تكاليف لا داعي لها في البحث عما هو معروف، وتحديد التكنولوجيا وتقييمها لأغراض الترخيص ونقل التكنولوجيا، واكتشاف التكنولوجيات البديلة، والإطلاع على أحدث تكنولوجيا في مجال الاختصاص، وإيجاد حلول جاهزة لمشكلات تقنية، والعثور على أفكار للابتكار في المستقبل.

٤ - الاستخدام التنافسي لنماذج المنفعة:

نماذج المنفعة هي كل إضافة تقنية جديدة في بناء أو تكوين وسائل أو أدوات، أو عدد أو أجزائها، أو منتجات أو مستحضرات، أو طرق إنتاج كل ما تقدم، وبالمقارنة مع البراءات فإن شروط تسجيل نماذج المنفعة في الغالب أقل صرامة، إذ لا يشترط أن ينطوي الاختراع على نشاط ابتكاري كبير الأهمية، وكذلك إجراءات التسجيل في نماذج المنفعة أسرع لأن شرطى الجودة والنشاط الابتكاري لا يخضعان عادة للفحص قبل التسجيل وتودع الطلبات لدى مكتب براءات الاختراع بأكاديمية البحث العلمي.

وتناسب نماذج المنفعة بشكل خاص المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر التي تأتي بتحسينات وتعديلات طفيفة للمنتجات الموجودة، وتستعمل نماذج المنفعة في الابتكارات الميكانيكية.

٥ - الاستخدام التنافسي للأسرار التجارية:

الأسرار التجارية هي كل المعلومات التجارية السرية التي تعطى للمؤسسات ميزة تنافسية، وتشمل الأسرار التجارية أسرار التصنيع أو الأسرار الصناعية، ويعد انتفاع شخص غير صاحب تلك المعلومات دون تصريح ممارسة غير مشروعة تعدياً على الأسرار التجارية. فقد تملك الشركات الصغيرة والمتوسطة معلومات تجارية سرية قد ترغب في حمايتها كقوائم العملاء وإحصاءات المبيعات، كما تطور عدد كبير من الشركات رسوماً أو نماذج ابتكارية، والعديد من تلك الشركات يعمل على إنتاج مصنقات محمية بموجب حق المؤلف أو يساعد في نشرها أو بيعها، وبعضها يخترع منتجات أو خدمات أو يطورها.

وتشكل حماية الأسرار التجارية جزءاً من المفهوم العام للحماية من المنافسة غير المشروعة، وتنقسم الأسرار التجارية إلى قسمين، فهناك الأسرار التجارية التي تخص الاختراعات أو طرق الصنع التي لا تستوفى معايير الأهلية للحماية بموجب البراءة، ويمكن بالتالي حمايتها كأسرار تجارية فقط، وهناك الأسرار التجارية التي تخص الاختراعات التي تستوفى معايير الأهلية للحماية بموجب البراءات ويمكن بالتالي حمايتها بموجب البراءات. وعلى المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر في الحالة الثانية أن تختار بين طلب البراءة لذلك الاختراع أو الاحتفاظ به كسرّ تجارى، وحتى تعدّ المعلومات أسراراً تجارية يجب أن تستوفى بعض الشروط.

وتتنفع المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغربالأسرار التجارية حيث تعتمد على الأسرار التجارية لحماية ملكيتها الفكرية، وتتخذ كل التدابير اللازمة لحماية أسرارها التجارية بفعالية، ويشمل ذلك الحرص على أن يظل عدد الأشخاص المطلعين على الأسرار محدوداً، كذلك إدراج اتفاقيات السرية ضمن عقود الموظفين حيث يصبح الموظف ملزماً باحترام السرية بعد ترك العمل لمدة محددة.

٦ - الاستخدام التنافسى للرسوم والنماذج الصناعية:

تطبق الرسوم والنماذج الصناعية على مجموعة كبيرة من منتجات الصناعة والحرف اليدوية التي تتنوع من الأدوات التقنية أو الطبية إلى الساعات والمجوهرات، وغيرها من السلع الكمالية ومن الأدوات المنزلية والأجهزة الكهربائية، إلى هياكل السيارات، ومن تصميم النسيج إلى السلع الترفيهية.

ويتسم الرسم أو النموذج الصناعى بطابع جمالى بالدرجة الأولى ولا تحمى فيه أية عناصر تقنية للسلعة التي يطبق عليها، وترفع الرسوم والنماذج الصناعية من القيمة التجارية للمنتج وتزيد من فرص تسويقه، وعندما يكون الرسم أو النموذج الصناعى مشمولاً بالحماية يحصل المالك أى الشخص أو الكيان الذى سجل الرسم أو النموذج على حق استثنائى ضد استنساخ الرسم أو النموذج أو تقليده على يد الغير دون تصريح، مما يساعد على ضمان عائد عادل من الاستثمار.

وتستطيع المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر أن تستقطب عدداً كبيراً من العملاء بواسطة تصميم مبتكر، وأن تصل إلى مجموعات متنوعة من العملاء وتستجيب لتطلعاتهم

وتتفوق على منافسيها بفضل اكتساب حقوق الرسم أو النموذج فيما يتعلق بشكل المنتج أو أسلوبه الجذاب، وتساعد حماية الرسوم والنماذج الصناعية على التنمية الاقتصادية بتشجيع الإبداع فى قطاع الصناعات والفنون التقليدية والحرف اليدوية، وتساهم فى توسيع النشاط التجارى وتصدير المنتجات الوطنية، ومن الممكن تصميم الرسوم والنماذج الصناعية وحمايتها بطريقة بسيطة وغير مكلفة نسبياً.

٧ - الاستخدام التنافسى للعلامات التجارية:

تعَدّ العلامات التجارية واجهة للمؤسسات الصغيرة على عدة مستويات، فهى تمكن زبائن المؤسسات من تمييز منتجاتها عن منتجات المؤسسات المنافسة، مما يتيح للمؤسسات إمكانية تسويق السلع أو الخدمات على نحو أفضل حيث تعَدّ ضماناً للجودة، فالمستهلك الذى يثق فى جودة منتج أو خدمة يكون أكثر أصراراً على شراء ذلك المنتج واقتناء تلك الخدمة بحثاً عن الجودة التى يتوقعها من العلامة التجارية التى يعرفها.

ويجب على المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر أن تحرص على اختيار العلامة التجارية المناسبة وتصميمها وحمايتها، وان تتأكد من أن شركات أخرى لم تسجل العلامة التى وقع عليها الاختيار أو العلامات المشابهة لها بالنسبة إلى فئة المنتجات والأسواق المعنية.

٨ - الاستخدام التنافسى للمؤشرات والبيانات الجغرافية:

المؤشر الجغرافى هو إشارة توضع على السلع التى لها منشأ جغرافى محدد، ولها صفات أو سمات تؤثر على ترويجها وترجع بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافى حيث تستمد المنتجات الزراعية صفاتها من مكان إنتاجها وقد تتأثر بعوامل جغرافية محلية محددة كالمناخ والتربة.

ولا يقتصر الانتفاع بالبيانات الجغرافية على المنتجات الزراعية، إذ يمكن الاستعانة بها لإبراز صفات محددة فى المنتج ترجع إلى عوامل بشرية يختص بها مكان منشأ تلك المنتجات مثل المهارات الصناعية والحرف التقليدية، ويجوز لكل المنتجين وأصحاب المشروعات الصغيرة الذين يصنعون منتجاتهم فى إقليم جغرافى معين أن ينتفعوا ببيان جغرافى على منتجاتهم التى تتسم بالصفات التى يختص بها ذلك الإقليم.

٩ - الاستخدام التنافسى لعقود ترخيص الملكية الفكرية (٢١):

عقد ترخيص الملكية الفكرية هو اتفاق شراكة بين صاحب تلك الحقوق وشخص آخر

يحصل على التصريح بالانتفاع بتلك الحقوق لقاء تسديد مبلغ متفق عليه يمثل رسم أو إتاوة، وهناك عدد من عقود الترخيص المتاحة، ومنها عقد ترخيص التكنولوجيا، وعقد ترخيص علامة تجارية وعقد الامتياز، وعقد ترخيص حق المؤلف.

وهناك أيضا عقود ترخيص أخرى مبرمة في حالات أخرى مثل عمليات الاندماج أو الاقتناء أو في سياق التفاوض بشأن مشروع تجارى مشترك، وتتيح تلك الآليات للشركات الصغيرة طائفة متنوعة من الإمكانيات لإنجاز أعمالها التجارية فى بلدها أو فى الخارج، ويمكن للشركة بصفتها صاحبة الملكية الفكرية أن توسع رقعة أنشطتها التجارية إلى حدود شركائها التجاريين وضمان مصدر دخل منتظم، ويمكن للشركة كمرخص لها أن تصنع مختلف السلع والخدمات وتبيعها وتصدرها وتوزعها وتسوقها.

(أ) عقد ترخيص التكنولوجيا:

إذا كانت الشركة ترغب فى تحسين جودة منتجاتها أو تصنيع منتج جديد أو دخول السوق أو توسيع مكانتها فى السوق من خلال الانتفاع بحقوق يملكها الغير فى شكل براءة أو نموذج منفعة أو مهارة عملية محمية بموجب الأسرار التجارية يمكنها اكتساب تلك الحقوق بواسطة عقد ترخيص التكنولوجيا من خلال التصريح بالانتفاع بطريقة الصنع أو بالمنتج حيث يصرح المرخص للمرخص له بالانتفاع بالتكنولوجيا تحت أحكام وشروط متفق عليها⁽³³⁾.

(ب) عقد امتياز أو ترخيص العلامات التجارية:

إذا كانت الشركة ترغب فى تسويق منتج أو دخول السوق أو توسيع مكانها فى السوق وكانت العلامة التجارية أو الرسم أو النموذج الصناعى فى ذلك المنتج ملكاً للغير يجب عليها إبرام عقد ترخيص العلامة التجارية أو عقد الامتياز⁽³⁴⁾.

والوظيفة الأساسية التى تؤديها العلامة التجارية أو علامة الخدمة هى تمييز السلع أو الخدمات التابعة لشركة معينة عن سلع أو خدمات غيرها، وهى بذلك تحدد المصدر وتشير بطريقة غير مباشرة إلى الجودة والسمعة، وبالتالي فإن مالك العلامة التجارية يكون ملزماً بموجب أحكام القانون أو بنود العقد، بالمحافظة على صلة وثيقة مع المرخص له واحترام معايير الجودة وعدم تضليل المستهلك.

(ج) عقود ترخيص حق المؤلف:

إذا كانت الشركة ترغب فى استغلال الإنتاج الأدبى والفنى للمبدعين أو توزيعه

أو تسويقه أو دخول السوق أو توسيع موقعها في السوق يجب عليها إبرام عقد ترخيص
حق المؤلف، ويوجد عدد كبير من أصحاب الحقوق صعوبات في إدارة حقوقهم فينشئون
منظمات الإدارة الجماعية لتمثيلهم وإدارة حقوقهم.

وتساهم منظمات الإدارة الجماعية بقدر كبير في تبسيط عملية الحصول على تراخيص
بشأن مصنفات متعددة عوضاً عن التعامل مباشرة مع كل مؤلف أو صاحب حق على
حدة، وتيسر منظمات الإدارة الجماعية للمنتفعين التفاوض بشأن أسعار الانتفاع وشروطه
والحصول على تصريحات وفقاً لإجراءات سهلة وسريعة، وهو أمر مفيد جداً لشركات
المنتجات متعددة الوسائط التي تحتاج إلى عدد كبير من التصريحات، فالتعامل مع منظمات
الإدارة الجماعية، يساعد على توفير الوقت والمال.

هذا وتساهم حقوق الملكية الفكرية في استراتيجيات التسويق المحلى والتصدير
للخارج بطرق عديدة منها(٣٤):
(أ) العلامات التجارية وعلامات الخدمة:

تعتبر العلامات المحكمة التصميم أداة حاسمة في نجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة
في الأسواق، وتمكن المستهلك من التمييز بين المنتجات أو الخدمات التابعة للشركة عن
تلك التابعة لمنافسى الشركة وربطها ببعض الميزات المطلوبة، وقد تؤدي دوراً مهماً في قدرة
منتجات الشركة على ولوج أسواق جديدة، وتعدّ العلامات التجارية واجهة الشركات على
عدة مستويات، فهي تمكن زبائن الشركة من تمييز منتجاتها أو خدماتها عن منتجات
الشركات المنافسة أو خدماتها، مما يتيح للشركة إمكانية تسويق سلعها أو خدماتها على
نحو أفضل.

وتستطيع الشركات بفضل تسجيل العلامات التجارية على وجه خاص، من الاستفادة
الكاملة من إمكانيات تمييز المنتجات والترويج لها وتسويقها مما يساعدها على تعزيز
التعرف على منتجاتها أو خدماتها في الأسواق الدولية وإقامة علاقة مباشرة مع المستهلكين
الأجانب، ومن شأن عقود الامتياز المبرمة مع شركات في الخارج أن تتيح للشركة سبلاً
بديلة ومفيدة لتحقيق عائدات من علامتها التجارية في الخارج، أما الشركات التي تصدر
منتجات غير مشمولة بعلامة تجارية فقد تعاني من تدنى العائدات حيث يطالب المستهلك
بأسعار منخفضة في السلع غير المشمولة بعلامات تجارية.

(ب) الرسوم والنماذج الصناعية:

يمكن للشركة بفضل رسوم ونماذج صناعية إبداعية، أن تصل إلى مجموعات متنوعة من العملاء وتستجيب لتطلعاتهم رغم اختلاف أعمارهم ومناطقهم وثقافتهم بفضل اكتساب الحقوق فيما يتعلق بشكل المنتج أو أسلوبه الجذاب.

إن الحماية في أسواق التصدير تساعد على تعزيز استراتيجية التسويق ككل كما أنها تؤدي دوراً مهماً في تكييف المنتجات لتلائم مقتضيات السوق المستهدفة وفتح أماكن جديدة في الأسواق لتلائم منتجات الشركة وتعزيز صورة الشركة وسمعتها من خلال ربطها برسم أو نموذج محدد^(٣٥).

(ج) البيانات الجغرافية:

تتميز بعض منتجات منطقة معينة بخصائص مستمدة من التربة أو المناخ أو مهارة خاصة بشعوب المنطقة، وهي خصائص يقصدها مستهلكو تلك المنتجات ويثقون فيها، واستغلال تلك السمعة لمنتجات الشركة المستفيدة من تلك المهارات في استراتيجية التسويق له دور تجارى هام في تمييز منتجات الشركة عن منتجات الغير.

ويمكن للشركات الصغيرة أن تسعى أيضاً إلى تسجيل منتجاتها كبيانات جغرافية إذا رأت أن هناك علاقة مباشرة بين أحد منتجاتها والمنطقة الجغرافية التي يصنع فيها ذلك المنتج، وتحصل بالتالى على ضمان الحق الاستثنائى فى الانتفاع بالبيان الجغرافى من أجل الترويج لمنتجاتها.

هذا وتمثل عملية تسويق المنتجات أو الخدمات واحدة من التحديات الكبرى التى تواجهها معظم المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر، ويجب أن يكون المستهلك قادراً على التمييز بين منتجات أو خدمات المشروع، وبين منتجات منافسيه أو خدماتهم، وتقبل عدة شركات صغيرة ومتوسطة تدريجياً على العمل فى أكثر من سوق واحدة لبيع منتجاتها وخدماتها أو ترخيص حقوقها من الملكية الفكرية وخبراتها أو إصدار حقوق الامتياز بشأنها فيما وراء حدودها الوطنية^(٣٦).

إن الابتكار المستمر والإبداع المتواصل يفتحان السبيل إلى مزيد من القدرة التنافسية على الصعيدين المحلى والدولى^(٣٧)، وتساعد حقوق العلامات التجارية والرسوم والنماذج

الصناعية على احتلال مكانة متميزة في أسواق التصدير، كما تساهم في تعزيز فرص الشركات في استقطاب مستهلكين لمنتجاتها وخدماتها، وتسمح الحماية بموجب البراءة أو نماذج المنفعة في الخارج بالتمتع بميزة تنافسية في أسواق التصدير.

وتملك الشركات التي عملت على حماية اختراعاتها في الخارج على نحو سليم طائفة من الخيارات فيما يتعلق بتصدير منتجاتها الابتكارية، وتشمل ما يلي (٣٨):

- تصدير السلعة المحمية مباشرة أو عبر وسطاء حيث لا يجوز لأية شركة أخرى إنتاج المنتج أو بيعه أو استغلاله في السوق المعنية دون تصريح من الشركة المنتجة.
- ترخيص الاختراع لصالح شركة أجنبية تعمل على تصنيع المنتج محليا لقاء مبلغ يسدّد في دفعة واحدة أو مقابل إتاوات حيث تحقق الشركة حسب الاستراتيجية المتبعة عائداً إضافية إما من خلال بيع المنتج مباشرة أو بواسطة تحصيل الرسوم أو الإتاوات من الترخيص.

- تساعد براءات الاختراع أو نماذج المنفعة على فتح فرص جديدة للتصدير حيث يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تنتفع بها لتحقيق دخل من الإتاوات المحصلة من ترخيص تلك الاختراعات.

- تمكن المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر من الانتفاع بميزة تنافسية لها أهميتها في أسواق التصدير حيث تملك حماية قانونية للسلع التي تنتجها لا يجوز لأي شركة أخرى إنتاج المنتج ذاته أو بيعه أو استغلاله بطريقة قانونية في السوق المعنية دون تصريح من الجهة المنتجة.

- تستطيع المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغرى بفضل تسجيل العلامات التجارية من الاستفادة الكاملة من إمكانيات تمييز المنتجات والترويج لها، وتسويقها مما يساعدها على تعزيز التعرف على منتجاتها في الأسواق الدولية.

- تمييز منتجات وخدمات المشروعات الصغيرة وجعلها واضحة للمستهلكين.
- الترويج لمنتجات المشروعات الصغيرة وخلق درجة من ولاء العملاء.

- فتح أسواق جديدة تلائم منتجات المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر وتعزيز صورتها وسمعتها من خلال ربطها برسم أو نموذج محدد.

وعند وضع استراتيجية التصدير يجب التأكد من حق المشتري في إعادة بيع السلع المحمية بموجب الملكية الفكرية التي اشتراها من الشركة في سوق أخرى وبطريقة قانونية،

كذلك إذا اشترت الشركة سلعاً محمية بموجب براءة أو علامة تجارية أو رسم أو نموذج صناعي أو حق المؤلف^(٣٨).

خامساً: الصناعات التقليدية التراثية والحرفية كنموذج للصناعات الإبداعية:

على الرغم من صعوبة تقدير حجم السوق العالمية للمنتجات الحرفية بسبب قلة احصاءات التجارة القائمة على المشغولات اليدوية، لكن من المقدر أن تصل قيمة السوق العالمية لها إلى حوالي ١٦٧,٥ بليون دولار، وهناك سوق متنامية للمنتجات الحرفية الرئيسية، وهناك العديد من الفرص المتاحة للحرفيين لتوسيع نطاق الحرف، وإيجاد أسواق واسعة لهذه المنتجات.

وفي الوقت الراهن تهيمن الصين والهند إلى جانب عدد من البلدان الآسيوية الأخرى على إنتاج الحرف اليدوية في جميع أنحاء العالم، ومن المرجح أن يستمر ذلك بالنسبة للمستقبل المنظور، ويرجع تفوقها إلى تكلفه المنخفضة وجودة التصميم، حيث أن العديد من المشترين والمستهلكين يبحثون عن منتجات فريدة من نوعها، وهي المنتجات التي تجمع بين العناصر القديمة مع التصميم المعاصرة وهؤلاء المستهلكون يمثلون فئة متنامية وفرصة حقيقية، أمام صناعات الحرف التقليدية.

وتمثل الحرف التراثية والتقليدية إحدى الصناعات التي يجب أن تكون على رأس أولويات الاستثمار للمشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر، بعدما هرب آلاف الحرفيين من العمل في هذا المجال نتيجة ارتفاع أسعار الخامات، والمنافسة غير العادلة مع السلع المقلدة المستورد من الصين، علاوة على عشوائية التخطيط وضعف الاستثمارات، ورغم أن شعوب العالم المتقدم تنبهت إلى أهمية الحرف التراثية والتقليدية كرافد ضروري للتنمية، يمثل دخلاً للمجتمع، وحلاً عملياً لمشكلة البطالة.

ولا يحتاج الاستثمار في هذه الحرف إلى تراكمات رأسمالية ضخمة، لأنه مثل معظم مجالات الاقتصاد الإبداعي يعتمد أساساً على الإبداع البشري ويستخدم، الإمكانيات والموارد المحلية المتوافرة، مما يمنحها التنوع الإنتاجي، ويحقق لها مزايا نسبية ومطلقة، وقدرات تنافسية هائلة في الأسواق الداخلية والخارجية، مع قدرتها على استيعاب عمالة كثيفة منتجة وتساهم في حل مشكلة البطالة بفرص عمل حقيقية، ولا تحتاج إلى رأسمال ضخم، وقد حققت الحرف التقليدية تنمية اجتماعية واقتصادية في العديد من الدول التي اهتمت

بها وأصبحت من أهم مكونات الدخل القومي لها، وفي مقدمتها الصين والهند وماليزيا وأسبانيا واليونان وإيطاليا وغيرها.

وطبقاً لتقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي تعتبر مصر تاسع أكبر دولة نامية وأكبر دولة مصدرة للصناعات الإبداعية في قارة أفريقيا وفي مقدمتها منتجات الحرف التقليدية والمشغولات الفنية، وتمتلك الإمكانيات الهائلة التي تستطيع من خلالها تحقيق المزيد من النجاح والتألق في مجال الاقتصاد الإبداعي، وفيما يتعلق بالمشغولات الفنية الابتكارية فقد حققت هذه الصناعة نمواً متزايداً.

ويحتاج التراث الثقافي المصري في مجال الحرف التقليدية إلى أسلوب عصري مبتكر لعرضه وتسويقه، لكي تحقق مزيداً من الانتعاش والازدهار، وتملك مصر كل المقومات لتحقيق مرتبة متقدمة بين دول العالم المتقدم في هذا المجال، حيث تمثل حرفة أو صناعة الخيامية أبداع مصرى لا ينافس مصر أحد فيه على مستوى العالم.

وتعتبر مصر الأكثر شهرة عالمياً في فن النسيج اليدوى حيث قدمت إلى الانسانية أول قطعة نسيج في التاريخ، وبرغم كل المزايا التي تتمتع بها مصر دولياً في حرفة النسيج اليدوى، والنجاحات الكبيرة التي تحققها المعارض المصرية في الخارج، لكنها مثل بقية الحرف التقليدية تواجه معوقات وتحديات كثيرة أهمها تناقص عدد الحرفيين، وضعف التسويق، وعدم الإقبال على تعلم الحرفة، وانتشار الخيوط المستوردة، وعدم تطوير المنتجات لتلائم روح العصر، والسماح باحتكار بعض التجار لمصادر الخامات دون تدخل حكومى مما يعوق عملية الإنتاج، ويرفع أسعار المنتجات.

والحال ذاتها تسرى على بقية الحرف التراثية المصرية بأنواعها، وهو الوضع الذى يجب أن ننتبه له فى مصر، وتعمل على تغييره من منطلق أن قطاع الحرف التقليدية يمثل قوة اقتصادية واجتماعية وثقافية هائلة تمتد على كل شبر فى مصر.

والحرف التقليدية هى النشاط الأكثر قدرة ضمن أنشطة الاقتصاد الإبداعى، فهذه الصناعة الإبداعية تعتمد أساساً على الإمكانيات والموارد المحلية المتوافرة فى البيئة، وقادرة على استيعاب عمالة كثيفة منتجة، كذلك هى قادرة على التلاؤم مع الأنظمة التعاونية والصناعات الصغيرة والخفيفة، ويمكن نشرها فى الريف والأطراف بعيداً عن المدن، فضلاً عن كونها تغطى مجالاً كبيراً وواسعاً من التنوع والتعدد كحرف صحراوية وريفية وساحلية

وحضرية، مما يجعلها قادرة على لعب دور القاطرة في التنمية الاجتماعية، إضافة إلى صغر رأس المال المستثمر فيها.

ويمثل الحرفي (رأس المال البشري) أساس قيام هذه الصناعة حيث أن لإبداعه ومهارته وأسلوبه دوراً مباشراً في حماية وازدهار الصناعة الحرفية وتوسيع نطاقها الجغرافي نحو العالمية، فالحرفي هو الذى يخلق القيمة للمنتج التقليدى من خلال ما يقدمه من ابداع وجهد، وبما لديه من مهارات وخبرات، ولا يمثل مصطلح رأس المال البشرى معنى مجرد، لكنه يعنى ما يمتلكه الأفراد الحرفيون من معرفة ومهارات ومعلومات واتجاهات تلعب دوراً رئيسياً في صناعة الحرف التقليدية، والحرفي بدوره يتأثر بالتدريب الفنى العلمى لسقل موهبته، والحافز، والمواد الخام اللازمة لصناعته وهى مكملة لدور الحرفي.

لذا يجب حث الحكومة على دعم مشاريع الصناعات الإبداعية بخاصة المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر، ونشر مراكز تدريبية متنوعة لتوفير اليد العاملة الماهرة والابداعية ومختلف عناصر رأس المال البشرى الفادرة على ادماج التكنولوجيات الحديثة فى العمل. كذلك الزام البنوك والمؤسسات المصرفية والتمويلية بتخصيص جانب من محافظها الاستثمارية لمشروعات الاقتصاد الابداعى، وتقديم مزايا وحوافز فاعلة ومؤثرة للمستثمرين فى هذا المجال مع استحداث طرق تمويل، وعقد اتفاقيات لتبادل الاستثمارات والخبرات مع أطراف صناعة الابداع اقليمياً ودولياً، ويجب أن تقدم الحكومة الحوافز والدعم للمؤسسات الصغيرة فى القطاعات الواعدة ولديها امكانيات عالية للنمو وتتمتع بمزايا نسبية وخاصة الإبتكارية منها التى تحتاج لدعم فنى وتمويلي.

وتمثل الافكار الابداعية والابتكارات للمؤسسات الصغيرة أصل غير ملموس له مردود وقيمة اقتصادية، مما يؤدى إلى زيادة القيمة السوقية لتلك المشروعات، وزيادة أرباحها نتيجة للأصول الفكرية التى تمتلكها بأعتبارها قيمة يمكن أن تباع ويرخص باستخدامها^(٤٠).

النتائج:

١ - تساعد الملكية الفكرية الشركات الصغيرة والمتوسطة فى كل جوانب التطور التجارى والاستراتيجية التنافسية من تطوير المنتج إلى تصميمه، ومن الإنتاج إلى التسويق، ومن التمويل إلى التصدير أو توسيع المشروع التجارى فى الخارج عبر الترخيص أو الامتياز، كما تساعد على توليد الدخل للشركات الصغيرة من خلال ترخيص المنتجات المحمية

بموجب الملكية الفكرية أو تسويقها مما يساهم في تحسين حصة الشركة من السوق أو زيادة هامش الربح.

٢ - تمثل قضية تنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة جزءاً كبيراً ومحورياً من قضايا حماية الملكية الفكرية، وبالتالي يجب أن تكون هناك متابعة مستمرة للتكنولوجيا الحديثة وما يمكن أن توفره من إمكانيات لصالح حماية الملكية الفكرية والتي منها تبني إستخدام الحلول الحديثة والمتطورة التي تستلزم رفع كفاءة الأجهزة المسئولة عن تطبيق قوانين حماية الملكية الفكرية وتحقيق الترابط بين فئات المجتمع المستخدمة لمنتجات تخضع للملكية الفكرية بصورة تعظم عائد المجتمع منها.

٣ - تمثلت العناصر الأساسية لضعف القدرة التنافسية الوطنية لقطاع الصناعة المصرى فى محدودية القدرة التسويقية، والحاجة إلى استكمال البنية الأساسية التكنولوجية، وتضارب القوانين الضريبية، وصعوبة الحصول على التمويل كواحدة من أهم المشكلات التى تواجه رجال الأعمال خلال مزاولتهم الأعمال.

٤ - أصبح الإبداع والابتكار مسألة حاسمة فى دعم القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة حيث تكون القدرة التنافسية لأى مشروع مرهونة بقدرته المستمرة على تطوير وتحسين وتعديل نمط وأسلوب العمل، والتكيف مع ظروف السوق المتغيرة، وهو ما يتطلب قدراً كبيراً من الإبداع والابتكار.

٥ - أن بيئة الأعمال التى لا تتمتع بالاستقرار السياسى والأمنى تؤثر بشكل كبير على بيئة الأعمال، وقد تركزت المؤشرات الفرعية الأكثر انخفاضاً والتى تعكس أوجه الضعف فى الأداء التنافسى فى عدم توفر التكنولوجيا الحديثة، وضعف البيئة الداعمة للابتكار ومراكز البحث والتطوير، وضعف العلاقة بين مؤسسات البحث العلمى والقطاع الصناعى، وعدم فعالية تشريعات حماية حقوق الملكية الفكرية.

التوصيات:

١ - ضرورة قيام الجهات القائمة على تنمية المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر بتشجيع تلك المؤسسات على الإبداع والابتكار وبناء القدرة على المبادرة الفردية للوصول إلى المستوى التنافسى العالمى.

٢ - انشاء كيان مستقل يمارس وظائف الإدارة والتوجيه التكنولوجى يقوم بعملية تنسيق

- مصادر المعلومات التكنولوجية المحلية والواردة من الخارج وتوجيهها لخدمة اهداف تنمية وتطوير المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر.
- ٣ - تعزيز دور القطاع الخاص فى النشاط الاقتصادى، وتقديم مزيد من الدعم للمشروعات الصغيرة لخلق فرص عمل جديدة، مما ينعكس على تحسين مستوى العدالة الاجتماعية.
- ٤ - إزالة معوقات الاستثمار، وتهيئة المناخ الجاذب للتكنولوجيا المتقدمة، وتطوير التكنولوجيا المحلية ووضع حوافز لتشجيع التطور التكنولوجى.
- ٥ - زيادة الكفاءة الإنتاجية من حيث الجودة ومعدلات الإنتاج والأداء للمنتجات التى تكون لصادراتها القدرة التنافسية بالخارج.
- ٦ - ضرورة التحديث الدائم للخريطة الاستثمارية لمصر مع مراعاة واقعيته وشمولها لكافة الأنشطة الاستثمارية وذلك لمعرفة حجم الطاقة الاستيعابية واحتياجات السوق المحلية مع الأخذ فى الاعتبار السوق العالمية.
- ٧ - تعميق مراحل التصنيع وتنمية الصناعات الموجهة للتصدير، من خلال اعادة رسم سياسات التصنيع والتحديث التقنى وتدريب العمالة.
- ٨ - لابد من وضع تصور للمستوى التكنولوجى لكل مرحلة داخل هذه الاستراتيجية، وتحديد دور لكل من الصناعات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة.
- ٩ - تشجيع الأنشطة الإنتاجية التى تعتمد على الفن الإنتاجى كثيف العمل، بما فى ذلك المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر والفردية والحرفية، وذلك بما يتلاءم مع ظروف الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج.
- ١٠ - تركيز القطاعات التكنولوجية وتعميم حضانات المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر، وتعتبر القطاعات التكنولوجية وحضانات المشروعات مراكز ملائمة للاستثمار فى المشاريع المجددة وذات القيمة التكنولوجية المرتفعة.

المراجع

- (1) Heeks, R & Nicholson, B (2002), Software export success factors and strategies in developing and transitional economies, Institute for development policy and management, paper No.12, University of Manchester, p. 10.
- (2) Carmel, E, The new software exporting nations: Success factors, the electronic journal on information systems in developing countries, No 13, 2003, p5.
- (3) د. علا الخواجة : خصخصة وتنظيم قطاع الاتصالات فى مصر، فى انعكاسات برنامج الخصخصة على الاقتصاد المصرى، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٠٣، ص ٢٩٧-٢٩٩.
- (4) Harvard computing group, Sector assessment of the Egyptian software industry, 1999,p28
- (5) Buhalis. D. 2000. «Marketing the competitive destination of the future». Tourism Management. Vol.21(1): 97116-.
- (6) أ. د. محمد عبد الشفيق عيسى : « القدرة التنافسية من منظور التطور التكنولوجى مع تركيز خاص على الاستراتيجية الصناعية »، مجلة مصر المعاصرة، جمعية الاقتصاد السياسى والإحصاء والتشريع، القاهرة، العدد ٤٥٩ - ٤٦٠ يوليو / أكتوبر ٢٠٠٠، ص ١٢٩ - ١٧١.
- (7) Porter, M: «The Competitive Advantage of Nations», New York, Macmillan Press, 1990.
- (8) تقرير التنافسية المصرى ٢٠٠٣/٢٠٠٤، ص ٢٩-٣٠.
- (9) منى الجرف: مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها - مسح مرجعى - مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، العدد ١٩، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. ٢٠٠٢، ص ١٢.

(١٠) اسماعيل زغلول، «سياسات وخطط تطوير القدرة التنافسية للاقتصاد الاردني»، القدرة التنافسية للاقتصادات العربية في الأسواق العالمية، صندوق النقد العربي، معهد السياسات الاقتصادية، ١٩٩٩، أبو ظبي، ص ١٧١.

(11) UNCTAD, "Environment, International Competitiveness and Development: Lessons from Empirical Studies", TD/B/WG, 612, 10/ Sep. 1995, NO. (7964 CI), p. 4.

-Michael E. Porter, Competitive Advantages of Nations, The Free Press, New York, 1990, pp 36-

(١٢) على السلمي، « نموذج قياس الفجوة التنافسية»، المؤتمر الأول للجمعية العربية للإدارة بعنوان: التنافسية ضمان البقاء، الإسكندرية، ٣٠-٣١ أكتوبر ١٩٩٦، ص ١١، ١٢.

(13) Biker Scott, "Creating comparative Advantage" in philip King (ed.), (International Economics and International Economic policy: Areader), New York: Mc Graw - Hill publishing company, 1990, p 82.

- Greanaway, D. & chirs M., Trade and Industrial policy in developing countries, Macmilan, London, 1993, pp 194197-

(١٤) لمزيد من التفصيل، يمكن الرجوع إلى:

إبراهيم العيسوي، «التنافسية الوطنية والتنمية الشاملة، قضايا المفاهيم والمؤشرات والتشابكات»، مصر المعاصرة، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والتشريع الاحصاء والتشريع، العدد ٤٧٥/٤٧٦، يوليو / اكتوبر ٢٠٠٤، ص ٥١، ٥٢، ٨٠، ٦١.

- عرفان الحق، «تنظيم المشروعات والتغيرات التكنولوجية والقدرة التنافسية الدولية» صندوق النقد العربي، معهد السياسات الاقتصادية، ١٩٩٩، أبو ظبي، ص ٨٦، ٧٧.

- محمد عبد الشفيق، القدرة التنافسية من منظور التطور التكنولوجي مع تركيز خاص على الاستراتيجية الصناعية «مصر المعاصرة، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والاحصاء والتشريع، العدد ٤٥٩/٤٦٠، يوليو / اكتوبر ٢٠، ص ٢٠.

- محمد عوض هلودية، «الفكر المنظومي واستراتيجيات العبور» المؤتمر السابع، الجمعية العربية، ٢٠٠٥، ص ٨-١٠.

(١٥) لمزيد من التفصيل، يمكن الرجوع إلى:

معهد التخطيط القومي، « ملامح الصناعة المصرية في ظل العوامل الرئيسية المؤثرة في مطلع القرن الحادى والعشرين »، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، رقم (١١٠)، ديسمبر ١٩٩٧ ص ١٢.

- محمد عوض هلودية، « الفكر المظومى واستراتيجيات العبور »، مرجع سابق، ص ١٤.

- سلوى على سليمان (آخرون)، « تحفيز الاستثمار فى الاقتصاد المصرى، العوامل المؤثرة على الاستثمار »، الجزء الثانى، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، يناير ١٩٩٧، ص ٦٣، ٧٤، ١٦٢، ١٣٩، ١٢٢، ٩٣.

- سمحية فوزى، نهال المغربى، « الاستثمار العام والاستثمار الخاص فى مصر »، المركز المصرى للدراسات الاقتصادية، سلسلة أوراق العمل، ورقة عمل رقم (٩٦)، ابريل ٢٠٠٤، ص ١٧، ٢.

- لىلى الخواجه، «المحدثات الاقتصادية الكلية للاستثمار الخاص، دراسة تطبيقية على الاقتصاد المصرى ١٩٧٤-١٩٩٢»، مصر المعاصرة، يوليو / اكتوبر ١٩٩٥، العدد ٤٣٩ / ٤٤٠، ص ١٥.

- جمال محمود عطيه، «تأثير الاستثمار الاجنبى المباشر على النمو الاقتصادى، دراسة تطبيقية على الاقتصاد المصرى»، رسالة دكتوراه، كلية التجارة وإدارة الأعمال، ٢٠٠٢، ص ١٤٥، ١٣١.

(١٦) طارق نوير، مرجع سابق.

(١٧) المصدر: البنك الأهلى المصرى، المنشآت الصغيرة والمتناهية الصغر فى ظل القانون رقم ١٤١ لسنة ٢٠٠٤، ص ٧٧-٧٨.

(١٨) د. محمد عمران، «بورصة المشروعات الصغيرة والمتوسطة فى مصر»، بورصتى القاهرة والإسكندرية، بحث بمؤتمر البورصة، معهد التخطيط القومى، فبراير ٢٠٠٧.

(١٩) الاتحاد العام للغرف التجارية المصرية: « تقرير رؤية عن مستقبل الصناعات الصغيرة والمتوسطة فى مصر »، ٢٠٠٤، ص ٥.

(٢٠) د. لطف الله إمام صالح: « دعم منظومة الملكية الفكرية كاحد عوامل الجذب الإستثمارى فى مصر »، معهد التخطيط القومى، ٢٠٠٥، ص ٥٦.

(٢١) د. ناصر جلال: « حقوق الملكية الفكرية وأثارها على اقتصاديات صناعات الثقافة والاتصال والأعلام »، الهيئة العامة للكتاب، ٢٠٠٥.

- (22) Mason, R. H.; «Some Observations on the Choice of Techonology by Multinational Firms in Developing Countries», in: Review of Economics and Statistics, Vol. 55, 1973, P.349.
- (23) E. Mansfield; «Economics, Public Policy, and the Patent System,» Journal of the Patent Office Society, Vol. XLVII, No. 5 May 1965, P. 295.
- (٢٤) د. ناصر جلال : « القدرة التنافسية لصناعة البرمجيات المصرية » المؤتمر الاقتصادي للجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع ، ٢٠٠٣ .
- (٢٥) د. لطف الله إمام صالح : «دعم منظومة الملكية الفكرية كاحد عوامل الجذب الإستثمارى فى مصر» ، معهد التخطيط القومى ، ٢٠٠٥ ، ص ٦٧ .
- (٢٦) د. ناصر جلال : «تطور حقوق الملكية الفكرية محليا ودوليا» ، مجلة الفهرس ، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية ، يوليو ٢٠٠٣ .
- (٢٧) د. ياسر محمد جاد الله محمود : «حماية الملكية الفكرية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم : الطريق إلى الاندماج» ، مرجع سابق .
- (٢٨) المنظمة العالمية للملكية الفكرية : موقع الشركات الصغيرة والمتوسطة ، (www.wipo.int/sme)
- (٢٩) د. ناصر جلال : «حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة فى مصر» ، مؤتمر الحماية القانونية والأمنية لحقوق الملكية الفكرية ، أكاديمية الشرطة ، ٢٠٠٦ .
- (٣٠) محمد حجازى : «الملكية الفكرية ودورها فى تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة» ، مؤتمر الملكية الفكرية - فرص متاحة للتنمية ، مركز دراسات الملكية الفكرية ، مجلس الوزراء ، ٢٠٠٤ .
- (٣١) المنظمة العالمية للملكية الفكرية : موقع الشركات الصغيرة والمتوسطة ، مرجع سابق .
- (٣٢) د. ناصر جلال : «النظور التكنولوجى للتنافسية وصناعات الاقتصاد الجديد» المؤتمر الاقتصادى لكلية التجارة - جامعة الإسكندرية ، عام ٢٠٠٦ .
- (٣٣) محمد حجازى : «الملكية الفكرية ودورها فى تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة» ، مرجع سابق .

- (٣٤) المنظمة العالمية للملكية الفكرية: موقع الشركات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سابق.
- (٣٥) د. ياسر محمد جاد الله محمود : «حماية الملكية الفكرية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم: الطريق إلى الاندماج»، مرجع سابق.
- (٣٦) د. ياسر محمد جاد الله محمود : «حماية الملكية الفكرية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم: الطريق إلى الاندماج»، مرجع سابق.
- (٣٧) د. ناصر جلال : «السينما وحقوق الملكية الفكرية»، الهيئة العامة لقصور الثقافة، عام ٢٠٠٣.
- (٣٨) المنظمة العالمية للملكية الفكرية: موقع الشركات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سابق.
- (٣٩) د. ناصر جلال : «إنتاج الكتاب المصرى وتسويقه محليا ودوليا»، مجلة الفهرس، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، ابريل ٢٠٠٥.
- (٤٠) د. ياسر محمد جاد الله محمود : «حماية الملكية الفكرية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم: الطريق إلى الاندماج»، مؤتمر الملكية الفكرية- فرص متاحة للتنمية، مركز دراسات الملكية الفكرية، مجلس الوزراء، ٢٠٠٤.

المراجع :

- ١ - البنك الأهلي المصرى، المنشآت الصغيرة والمتناهية الصغر فى ظل القانون رقم ١٤١ لسنة ٢٠٠٤، النشرة الاقتصادية، العدد الرابع، المجلد السابع والخمسون، القاهرة، ٢٠٠٤.
- ٢ - البرنامج الانمائى للامم المتحدة بالتعاون مع معهد التخطيط القومى، تقرير التنمية البشرية فى مصر لعام ٢٠٠٨، القاهرة، مصر، ٢٠٠٨.
- ٣ - الصندوق الاجتماعى للتنمية، تقرير ملتقيات وورش عمل، تطوير وتنمية ورعاية المنشآت الصناعية الصغيرة فى مصر، القاهرة، من ١٢/١١-١٤/١١/٢٠١٢
- ٤ - حسين عبد المطلب الأسرج، مستقبل المشروعات الصغيرة مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٧.
- ٥ - حسين عبد المطلب الأسرج، دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة فى التنمية الصناعية فى الدول العربية، سلسلة "دراسات إستراتيجية"، العدد (١٤٠) مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ٢٠٠٩.
- ٦ - وزارة المالية المصرية، دراسة حول تبسيط القوانين والتشريعات والاجراءات التى تنظم عمليات التأسيس والنمو والتصدير والتصفية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة فى مصر، ٢٠٠٥.
- ٧ - وزارة التجارة الخارجية المصرية، خلفية عامة عن المنشآت المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة فى مصر، مارس ٢٠٠٣.
- ٨ - وزارة المالية، تعزيز القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة فى مصر، جمهورية مصر العربية، نوفمبر ٢٠٠٤.

ثانيا:المراجع الانجليزية

- 1 - Mohammed Omran, Access to Finance for SMEs through the Stock Exchange in Egypt: Conceptual Framework and Policy Implications, CASE Occasional Papers No.3, the Cairo and Alexandria Stock. June 2008