

قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

1- تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تهيمش السلطات العمومية لها في بداية رسم إستراتيجيتها التنموية ساهم في غياب تعريف قانوني محدد لها، عدا بعض المحاولات الفردية غير الرسمية، وقد استمر هذا الوضع إلى غاية 12 ديسمبر 2001، تاريخ صدور القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ص م رقم 01/18 في المواد 5، 6، 7 منه الحدود الفاصلة بين الم ص م ومعايير تصنيفها، و الجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم 22: توزيع المؤسسات ص و م في الجزائر حسب التعريف القانوني

المؤسسة	المستخدمون	رقم الأعمال	الميزانية السنوية
مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 20 مليون دج	أقل من 10 مليون دج
صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 200 مليون دج	أقل من 100 مليون دج
متوسطة	من 50 إلى 250	من 02 إلى 200 مليون دج	من 100 إلى 500 مليون دج

2- التحديات التي تواجه قطاع المؤسسات ص.م في الجزائر

- القطاع غير الرسمي و المنافسة غير المشروعة
- عدم حماية المنتج الوطني من التدفق الفوضوي للسلع المستوردة
- مشكل التمويل: كصعوبة الحصول على التمويل البنكي، أجال طويلة لدراسة الملفات البنكية، عدم فعالية ما هو متاح من صيغ تمويلية بديلة عن القروض البنكية، عدم توفر الضمانات الكافية للحصول على التمويل البنكي، نقل الضمانات المطلوبة حيث نجد في بعض الأحيان ما تفرضه البنوك من ضمانات و رهانات عقارية قد تفوق أحيانا مبلغ القرض
- مشكلة العقار: عدم مواءمة بعض المناطق التي وجد فيها العقار مع النشاط الرئيسي للمؤسسة، مثلا المناطق العمرانية يصعب فيها إنشاء مؤسسات تحويلية بسبب التلوث.
- التهرب الضريبي
- عدم وضوح بعض النصوص القانونية
- تعقد و بطء الإجراءات الإدارية و تعدد الوثائق المطلوبة لإنشاء مؤسسة وتعدد الجهات التي يتعامل معها صاحب المشروع التأمينات، الضرائب، التموين، الكهرباء (...)
- ظاهرة البيروقراطية

- ارتفاع سلم أسعار الكهرباء و انقطاع متكرر للتيار الكهربائي في بعض المناطق، يضاف إلى ذلك مشاكل النقل و المواصلات منها و إليها.
 - عدم قدرة المحاكم على حماية حقوق الملكية الفكرية
 - صعوبة الدخول إلى قواعد البيانات للهيئات و الوزارات.
 - نقص ثقافة المؤسسة لدى أغلب المقاولين الجدد و ضعف المعارف في مجال دراسات الجدوى و إنشاء و تسيير المؤسسات.
 - انخفاض مستوى الإنتاجية فيها من جهة و ارتفاع تكاليفها الإنتاجية من جهة أخرى مما يحد من قدرتها على منافسة المشاريع الكبرى
 - افتقارها للخطط التسويقية أو المخططات الإشهارية
- وبهدف المساعدة في مواجهة الصعوبات التي تعاني منها بيئة الأعمال، استدعى الأمر الاهتمام بقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، وبالتالي تحضير الأرضية المناسبة لإنشائها، من خلال وضع عدة برامج وتشكيل هياكل مهمتها دعم و مرافقة الشباب في تجسيد مشاريعهم المقاولانية .