

الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة : واقع وتحديات

- حالة الجزائر -

الأستاذ: ميموني ياسين

المركز الجامعي احمد زبانه غليزان. الجزائر

البريد الالكتروني: Yassine.minouni@hotmail.fr

الملخص :

يعتبر الابتكار احد أهم المكونات الأساسية لدوام تطور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و نموها بالإضافة إلى كونهم موضوعا هاما لكثير من الباحثين حيث أن العوامل الأساسية التي تسمح بخلق الابتكار تتطلب توضيحات ودراسات معمقة و لهذا الغرض كان الهدف من هذا البحث الإلمام بموضوع الابتكار و دراسة أنواعه و مقوماته و مختلف الاستراتيجيات الواجب تتبعها في ظل التغيرات التي يشهدها محيط المؤسسات بصفة عامة و في الجزائر بصفة خاصة و كذا واقع الابتكار و مختلف الآليات التي تما تبنيها من طرف السلطات العمومية بغية تشجيع و دعم الابتكار من اجل تحقيق تنمية اقتصادية شاملة .

الكلمات المفتاحية : الابتكار، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، دعم الابتكار، الجزائر

Résume :

L'innovation est le sujet d'intérêt de nombreux chercheurs parce que elle est l'une des éléments les plus essentiels pour le développement et la croissance durable des petites et moyennes entreprises. les facteurs fondamentaux qui permettent de créer l'innovation nécessitent des éclaircissements et des études approfondies , à cette fin, l'objectif de cette recherche est de donner des définitions à l'innovation et d'étudier ses types et ses composantes et les différentes stratégies à suivre pour faire face aux changements de l'environnement des entreprises en générale et particulièrement en Algérie, et de décrire la réalité de l'innovation et les différents mécanismes qui ont été adopté Par les pouvoirs publics pour encourager et de soutenir l'innovation pour atteindre un développement économique .

Mots clés : innovation, PME, l'Algérie

المقدمة :

يأخذ موضوع الإبداع والابتكار حيزاً هاماً وقدرًا وافيًا من الاهتمام لدى الدول، وتعتبره بعض حكومات البلدان المتقدمة من القضايا الهامة التي يجب أن تكون موضع بحثٍ مستمر، لأنَّ الإبداع والابتكار هما محركا الحضارة الإنسانية، ومولدا الطاقة الحركية لتقدم الأمم وتطورها. يمثل الابتكار والإبداع أحد الضروريات الأساسية في إدارة

الأعمال والمؤسسات، خاصة الصغيرة و المتوسطة و مع تصاعد الحاجات والطموحات هي الأخرى في نمو واتساع، فلا يعد كافياً أو حتى مرضياً أداء الأعمال في المؤسسات – على اختلاف أنماطها وأنواعها – بالطرق الروتينية التقليدية لأن الاستمرار بها يؤدي إما إلى الوقوف وهو بالتالي تراجع عن الركب المتسارع في المضي إلى الأمام أو الفشل.

لذلك فإن المؤسسات الناجحة ومن أجل ضمان بقائها واستمرارها قوية مؤثرة يجب أن لا تقف عند حدّ الكفاءة بمعنى أن تقتنع بالقيام بأعمالها بطريقة صحيحة وإنما يجب أن يكون طموحها أبعد من ذلك. و حتى تكون متألفة أفكاراً وأداءً وأهدافاً يجب ان تكون مؤسسة خلاقة مبدعة ويصبح الابتكار والإبداع والتجديد هي السمات المميزة لأدائها وخدماتها.

و من هذا المنطلق وجب على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التحلي بتقافة الابتكار حتى تحافظ على مكانتها في السوق وكذا ضمان إستمراريتها في ظل المنافسة و تحرير السوق و تواجدها ضمن محيط يتسم بالتغير وكذا التطور الهائل المتزايد في التكنولوجيا.

أولاً: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن التطرق إلى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يتطلب تحديد مفهوم دقيق و شامل لهذه المؤسسات و ما تحتويه من أهمية، حيث يمكن الفصل من خلاله بين المؤسسات الكبرى و هذا النوع من المؤسسات، و يحظى بالقبول من طرف أغلبية الهيئات و الباحثين في هذا المجال. لذا سنحاول في هذا البحث الإلمام ببعض التعاريف المختلفة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

1- تعريف الاتحاد الأوروبي(1) : قبل سنة 1996 حاول المجمع الأوروبي تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

على أساس عدد العمال كما يلي : المؤسسات الصغيرة جداً: يتراوح عدد عمالها من 1 إلى 9 عامل.

المؤسسات الصغيرة : من 10 إلى 99 عامل

المؤسسات المتوسطة: من 100 إلى 499 عامل

و في 1996 أدى التعريف الجديد إلى تحديد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كذلك المؤسسات التي تشغل أقل من 250 عامل، أو تلك التي رقم أعمالها لا يتجاوز 40 مليون أورو، التي تراعي مبدأ الاستقلالية، و 2تضم كل المؤسسات التي لا تتجاوز نسبة التحكم في رأس مالها أو في حقوق التصويت 25%

2- تعريف منظمة التنمية و التعاون الاقتصادي(OCDE) (2): و التي تضم اقتصاديات مصنعة تعتمد في

أغلب الأحيان على التعريفات التالية:

الصناعات الماكروية Micro-industries: و تتمثل في الصناعات الفردية و التي تكون عادة بدون أجراء أو

تشغل 4 أجراء على الأكثر .

الصناعات الصغيرة جدا very small industries: و هي تلك الصناعات التي تضم من 5 إلى 19 عاملاً.

الصناعات الصغيرة small industries: و التي تضم من 20 إلى 99 عاملاً

الصناعات المتوسطة Medium sized industries: و عدد العمال فيها يكون بين 100 إلى 499 عاملا و أحيانا تكون مقسمة إلى صنفين، يضم الأول من 50 إلى 199 عاملا و الثاني من 200 إلى 499 عاملا
الصناعات الكبيرة large industries: تضم أكثر من 500 عاملا و أحيانا تضم الصناعات الكبيرة جدا 1000 عامل

3- تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

إن الاستراتيجية التي اتبعتها الجزائر في مسيرتها التنموية أدت إلى تهميش المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , الأمر الذي أدى إلى غياب تعريف دقيق لهذه المؤسسات لفترة طويلة عدا بعض المحاولات الفردية.

فقد ظهرت أول محاولة لتعريف هذه المؤسسات في الجزائر عند وضع التقرير الخاص ببرنامج تنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة لوزارة الصناعة في بداية السبعينات , والذي يرى أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة هي وحدة إنتاجية تتميز بما يلي:(3)

*الاستقلالية القانونية.

*تشغل اقل من 500 عامل.

*تقدر قيمة إنشائها بأقل من 10 مليون.

*تحقق رقم أعمال سنوي يقدر بأقل من 15 مليون دينار جزائري.

وتأخذ هذه المؤسسات أشكالا عدة:

-مؤسسات تابعة للجماعات المحلية.

-فروع للمؤسسات الوطنية.

-مشروعات مختلطة.

-مؤسسات مسيرة ذاتيا.

-تعاونيات.

-مؤسسات خاصة.

وقد كانت هناك محاولة ثانية في إطار الملتقى الأول حول الصناعات الصغيرة والمتوسطة , حيث طرحت المؤسسة الوطنية لتنمية الصناعات الخفيفة (EDIL) تعريفا يركز على معيارين كميين هما : اليد العاملة ورقم الأعمال , حيث

تم تعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة على أنها مؤسسة تشغل اقل من 200 عامل وتحقق رقم أعمال اقل من 10 مليون دينار جزائري.

ولم تقدم السلطات الرسمية في الجزائر على وضع تعريف للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة إلا في سنة 2001 , وذلك من خلال القانون 18/01 الصادر في 12 ديسمبر 2001 والذي يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث تم تعريفها كالتالي:

"مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها كل مؤسسة إنتاج سلع و/ أو خدمات تشغل من 1 إلى 250 شخص, ولا يتجاوز رقم أعمالها 2 مليار دينار جزائري, أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار جزائري. وان تتوفر على الاستقلالية بحيث لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25% فأكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة من مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة."

1-3 وتم تعريف المؤسسة المصغرة (Micro Entreprise / TPE) كما يلي:

"هي المؤسسة التي تشغل من 1 إلى 9 عمال وتحقق رقم أعمال اقل من 20 مليون دينار جزائري أو أن لا يتجاوز المجموع السنوي للميزانية 10 مليون دينار جزائري."

2-3 المؤسسة الصغيرة :

"هي المؤسسة التي تشغل من 10 إلى 49 عاملا ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 200 مليون دينار أو أن لا يتجاوز المجموع السنوي لميزانيتها 100 مليون دينار"

3-3 المؤسسة المتوسطة :

هي المؤسسة التي تشغل من 50 إلى 250 عاملا , وتحقق رقم أعمال محصور بين 200 مليون دينار و 2 مليار دينار, أ وأن يكون المجموع السنوي لميزانيتها محصور بين 100 و 500 مليون دينار.

ففي ظل انضمام الجزائر إلى المشروع الاورو متوسطي , وكذا التوقيع على الميثاق العالمي حول المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في جوان 2000 اخذ القانون الجزائري بتعريف الاتحاد الأوروبي (4).

رقم الأعمال السنويعدد العمالالخصائص نوعالمؤسسة

200مليون دج الى 2 مليار دج 50 إلى 250 متوسطة

20مليون دج إلى 200 مليون دج 10 إلى 49صغيرة

ثانيا :تعريف الابتكار

1- للابتكار تعاريف مختلفة، منها":

* الابتكار هو تطبيق تبديلات في التكنولوجيا أو توليفات التكنولوجيا التي تؤدي إلى تغيرات في المنتج، في أساليب الإنتاج، وفي التنظيم (5)

* الابتكار هو فكرة جديدة أو سلوك جديد من قبل إدارة المؤسسة أو السوق أو المحيط الذي تعمل فيه، فالابتكار هو التمسك بالأفكار الإبداعية المتوصل إليها وتحويلها إلى سلعة أو خدمة نافعة، أو طريقة عمل مفيدة

* الابتكار هو إنتاج سلعة جديدة باعتماد طريقة عمل جديدة وإدخال هيكلية إنتاج جديدة، فتح سوق جديدة، والحصول على مورد جديد

* أو هو عملية إنشاء وتطوير واكتساب وتنفيذ المنتج الجديد، الخدمة الجديدة، العملية الجديدة بهدف تحسين الكفاءة والفاعلية والميزة التنافسية بما يضيف قيمة للمؤسسة ولأصحاب المصلحة لأنه يأتي بالفكرة الجديدة التي توجد المجال الجديد للبحث، ويأتي بالمنتج الجديد الذي ينشئ الطلب الجديد عليه، ويأتي بالسوق الجديد الذي يحرك الصناعة والاقتصاد نحو مستوى أعلى من التطور.

2- أنواع الابتكار وخصائصه

1-2/أنواع الابتكار : يمكن ان نميز بين نوعين من الابتكار وهما

1- الابتكار المستمر أو الجزئي :يقدم تحسينا واضحا للسلعة ويستبدلها بحيث لم تعد تشابه السلعة القديمة

اي ان هذا النوع من الابتكارات يتطلب تغيرا في الاستعمال المحدد للسلعة بشكل طبيعي

2- الابتكار الغير مستمر أو الجذري :يغير بشكل حقيقي ما يمكن ان تقوم به و ان العلماء الاجتماعيين يوتقون

كل هذه التغيرات بالتفصيل ولهذا فان الابتكارات الغير مستمرة متيرة.

2-2-خصائص الابتكار :

إن الابتكار كغيره من الأنشطة البشرية له خصائص و مميزات لكونه نشاطا فكريا و ذهنيا يتميز بالجدية و الحداثة و

فيما يلي اهم خصائصه(6) :

أ-الجدية والحدائثة : وجود فكرة او اسلوب او تقنية او سلعة او خدمة جديدة و حديثة ولم تكن موجودة سابقا من حيث الخصائص والاستعمال والمنفعة

ب-المنفعة: اي عمل جديد و مبتكر يجب ان يكون له منفعة او قيمة او اضافة منفعة او قيمة جديدة عما سبقه

ج-الجدابية و القبول :الابتكار يجب ان يكون مقبولا من الفرد و المجتمع وان لا يتعارض مع معتقداته وإتجاهاته

د-الوضع في مكونات الابتكار عند صاحب العلاقة

هـ-المرخعية و التراكمية :وجود معطيات أو خبرات متراكمة سابقة عند صاحب الابتكار.

و-اختيار الوقت المناسب لتقديم المنتج الابتكاري

3-أهمية الابتكار بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

3-1خفض النفقات:

ابتكار المنتج أو الخدمة أو العملية له تأثير كبير على خفض النفقات سواء بالتوصل لمنتجات أصغر (مواد أقل في وحدة المنتج)، أو تقديم خدمات أسرع (تكلفة عمل أقل)، أو عمليات أكثر دقة (خفض تكلفة التلف، وإعادة العمل والتخلص من التوالف)

3-2زيادة الإنتاجية:

الإنتاجية هي نسبة المخرجات إلى المدخلات ، والابتكار له تأثير كبير في زيادة المخرجات من خلال ابتكار عملية أو تقنية جديدة مثل إنتاج وحدات أكثر في الزمن، أو بتأثيرها على المدخلات بخفض التلف أو استخدام طاقة أقل في وحدة المنتج.

3-3 تحسين الأداء:

يعمل الابتكار على تحسين الأداء في الوظائف الإدارية والخدمات بشكل كبير، فالتسويق الإلكتروني – مثلاً - ساعد على تحسين الأداء في إدارة علاقات الزبون، وبناء قواعد البيانات عن الزبائن؛ لتقديم الخدمة الأفضل لهم. كما ساهم في تحقيق التفاعل الآني - وفي كل مكان - مع الزبائن للاستجابة السريعة لحاجاتهم وبطريقة أفضل .

3-4 إيجاد المنتجات الجديدة وتطويرها:

إن ابتكار المنتجات اليوم أسرع من أي وقت مضى، لذا فإن معظم المؤسسات الحديثة لديها برامج للتحسين المستمر للمنتجات، وابتكار الجديد منها لخدمة زبائنهم.

3-5 إيجاد أسواق جديدة:

إن الابتكار الجذري للمنتجات أو الخدمات أو العمليات الجديدة أسلوب المؤسسات اليوم لصنع أعمال وأسواق جديدة. لهذا فهي تخصص المبالغ الطائلة للوصول إلى هذه المنتجات والخدمات التي تصنع أسواقها الجديدة.

6-3 إيجاد فرص العمل الجديدة:

تسهم الابتكارات الجديدة في إنشاء الشركات وخطوط الإنتاج والخدمة التي تتطلب من يعمل فيها ويديرها ويقوم بصيانتها، وهذه كلها فرص عمل جديدة تتاح للداخلين الجدد من الشباب لسوق العمل وتنشيط الاقتصاد الوطني في كل بلد.

4-مراحل عملية الابتكار:

لقد أصبح الابتكار ضرورة حتمية، تسعى إليه كل مؤسسة، مهما كانت طبيعتها. ويتم تنويع مراحله على النحو التالي(7):

4- 1: توليد الأفكار: في هذه المرحلة يتم توليد أفكار الابتكار، من خلال الاهتمام بتطوير ثقافة المؤسسة، وتشجيع انتقال المعلومات الجديدة بين الأفراد عبر الاتصالات، مما يؤدي إلى سهولة حصول المؤسسة على هذه المعلومات بطرق وأساليب مختلفة كأراء الزبائن والممولين والموردين، أو عن طريق البحث عن التكنولوجيات الصناعية الجديدة، ومن ثم اختيار الأفكار الجديدة المناسبة والممكن تطبيقها من طرف الأفراد وهيكل الإنتاج المتاح، وكذا قدرة المؤسسة المالية.

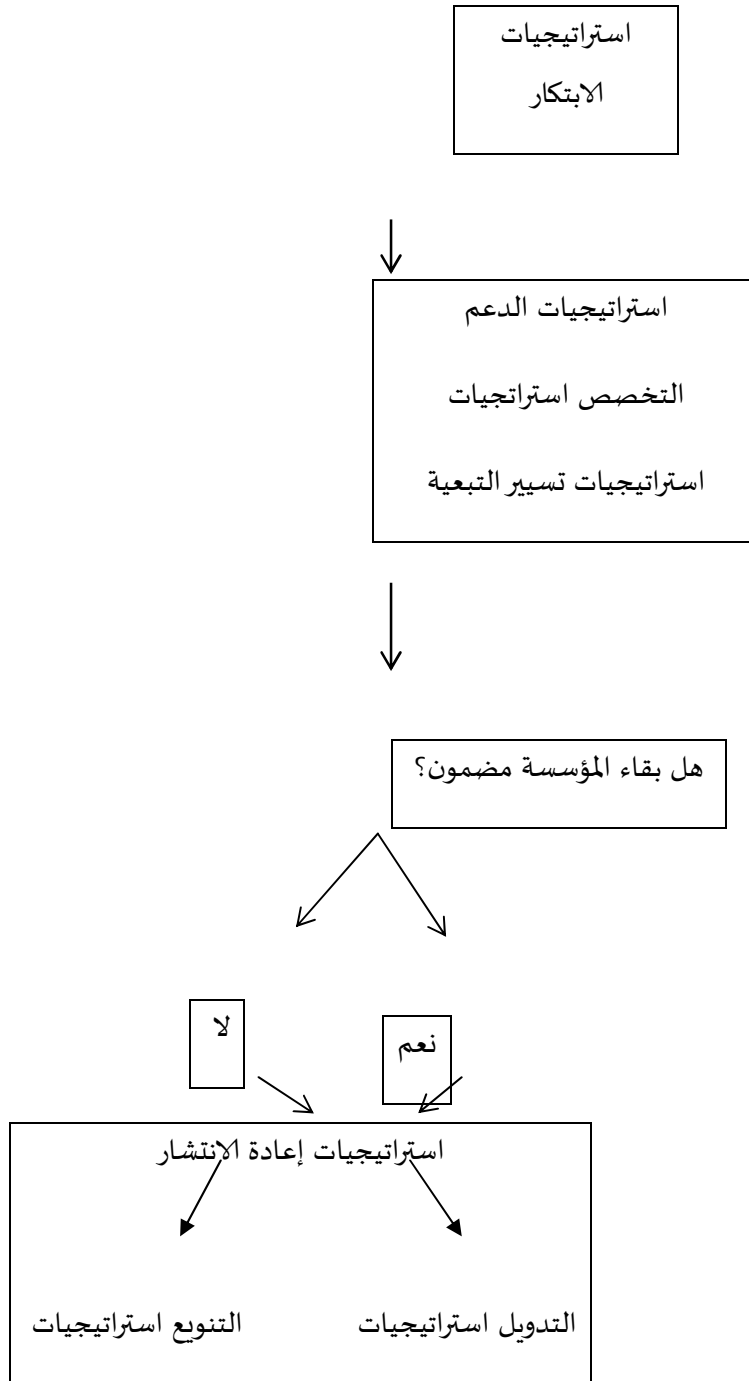
4-2-تحويل الفكرة الى مشروع:يتم تحويل الأفكار الجديدة إلى مشروع، وذلك من خلال وضع مخطط تطبيقي يتضمن نوع التجديد المستخدم وحدود تطبيقه، ونوع وسائل العمل المطلوبة، والتكنولوجيا الحديثة المستخدمة، مع دراسة مناسبة لكل هذه الظروف وفق احتياجات الزبائن المستهدفين.بالإضافة إلى ذلك، تقوم المؤسسة بتحديد تكاليف مشروع الابتكار من تكاليف البحث والتطوير، وكذا التكاليف المتعلقة بانطلاق المشروع سواء من الناحية الصناعية أو التجارية، ووضع دراسة تتعلق بتوقع المبيعات والتطورات المتعلقة بالسوق ورد فعل المنافسين لنتائج مشروع الابتكار، أي مواكبة التغيرات الجديدة الحاصلة في محيط المؤسسة والتي يمكن إدخالها في أية لحظة

4- 3. تنويع المشروع واقعيا: تتألف هذه المرحلة من مجموعة خطوات تقوم بها المؤسسة، حيث تبدأ هذه الأخيرة بإنتاج منتج تجريبي، يسمح لها من التأكد من جاهزية وسائل الإنتاج الجديدة (الهيكلة الإنتاجية)، والمواد الأولية، ومدى كفاءة اليد العاملة المتخصصة في تطبيق التكنولوجيا الجديدة... يسمح هذا المنتج التجريبي للمؤسسة المعنية

بتحليل آراء وردة فعل الزبائن والموردين والموزعين. بعدها تنتقل المؤسسة إلى الإنتاج الفعلي، حيث لابد أن تتصف عملية التصنيع بالمرونة والقابلية، أي أنه يمكن إضافة أية تعديلات جديدة وفي أية لحظة أثناء الإنتاج. بعد اكتمال عملية التصنيع يصبح المنتج جاهزا للولوج إلى السوق.

5- إستراتيجية الابتكار في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة :تهدف إستراتيجية الابتكار إلى دعم القدرات الفنية المؤسسة بصورة مستمرة بغرض مواجهة مختلف الاضطرابات المحتملة في المحيط، والتي من شأنها التأثير سلبا على قدرتها التنافسية و لا يكون الهدف من الابتكار دوما تنمية حصة المؤسسة السوقية أو رفع مستوى أرباحها، بل قد يكون الهدف هو الحفاظ على الوضع الحالي للمؤسسة، وخاصة إذا كانت تواجه تهديدات جادة ،وتحتل إستراتيجية الابتكار مكان الصدارة ضمن استراتيجيات المؤسسة ،ذلك أنها بمثابة القلب الذي ينبض فيها، فدون اعتماد إستراتيجية ابتكار فعالة تكون المؤسسة معرضة للزوال. ويمكن تصنيف الخيارات الإستراتيجية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفق المخطط التالي: (8)

الشكل 1: تصنيف الخيارات الإستراتيجية للابتكار للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة



المصدر: رحيم حسين ، التجديد التكنولوجي كمدخل استراتيجي لدعم القدرة التنافسية للمؤسسة

6-آليات دعم الابتكار وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة

ترتبط القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بالارتقاء من خلال البحث والتطوير والابتكار، والتطور التكنولوجي، والتحسين المستمر في المنتجات، ووجود قاعدة موارد بشرية تتمتع برفق وتعدد المهارات كما تتمتع بالإمكانيات الفنية والتكنولوجية الضرورية، من ضمن عوامل أخرى فإذا أرادت هذه المشروعات أن تستمر لا بد أن تكون قادرة على الاستفادة من تحرير الأسواق، والتقدم التكنولوجي، خصوصاً في مجال المعلومات، وتطبيقات التكنولوجيا الجديدة، وزيادة تعبئة عوامل الإنتاج. ويجب أن تتحلى بالابتكار، في عصر جديد يشهد تطور نمط من أنشطة المشروعات عبر الحدود، يحركه الاستثمار الدولي والتجارة الدولية من جهة، والتحالفات الاستراتيجية التي تسعى إلى تطوير المنتجات، والإنتاج، والمصادر، والتسويق من جهة أخرى. ولكي تتمكن المشروعات الصغيرة والمتوسطة من مواجهة تحديات اقتصاد المعرفة فلا بد من تشجيع التحديث والابتكار والاستثمار فيها. ويتطلب الابتكار ذهنية تتميز بروح المبادرة، وحس الإبداع، وقدرات تنظيمية ديناميكية، ذهنية منفتحة على أفكار جديدة وثقافات أخرى، وتعزز بيئة التعلم.

وإذا أريد للقدرة الابتكارية أن تتطور، يجب على المبتكرين التمسك بقيم الشركة وأهدافها المشتركة. ويجب أن تكون القيم التي تدعم القدرة الابتكارية جزءاً لا يتجزأ من نسيج ثقافة الشركة من جهة أخرى فإن للحكومات دور هام ورئيسي في تمويل البحث والتطوير، فلم تصل استثمارات المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مجال البحث والتطوير بشكل عام إلى المستوى الأمثل لأنها لا تستطيع أن تجني بشكل كامل مردود جهودها في هذا المجال . وقد تدخلت كثير من الحكومات في الدول المتقدمة كي تصلح هذا القصور السائد في السوق وكي توفر حافزاً مالياً أكبر للاستثمارات الخاصة في مجال البحث والتطوير . فعلى سبيل المثال، يقوم برنامج بحوث الابتكار الخاص بالمنشآت الصغيرة في الولايات المتحدة (Small Business Innovation Research Program SBIR)، بتفويض من الكونجرس، بتخصيص نحو 4 % من ميزانية البحث المخصصة للمؤسسات الكبيرة لتمويل الشركات الصغيرة ذات الأفكار الجديدة والمبتكرة . واتبعت النمر الآسيوية طريقاً مشابهاً حيث قامت الحكومات باستثمارات كبيرة في مجال البحث والتطوير الذي يستهدف المشروعات الصغيرة والمتوسطة. وفي هذا الخصوص يقترح عدد من الإجراءات منها(9):

1 زيادة حجم التمويل المتاح للبحث والتطوير من خلال مجموعة متنوعة من الأدوات المالية (القروض الميسرة، والمنح، وترتيبات المشاركة في التكاليف، إلخ).

2 . تخصيص أجزاء من ميزانيات البحث الخاصة بالمؤسسات البحثية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة التي تعمل في أنشطة مختارة والتي يوجد لديها إمكانية لتحقيق ميزة تنافسية .

3 . إلزام المؤسسات البحثية بتغطية أجزاء من تكاليفها من خلال البحوث المشتركة مع القطاع الخاص .

4. تقديم حوافز ضريبية مهمة للبحث والتطوير الذي يقوم به القطاع الخاص، لاسيما المنشآت الصغيرة والمتوسطة .

5. الحصول على مساعدة فنية ومالية من الجهات المانحة لتطوير برامج البحث والتطوير استنادا إلى أفضل الممارسات .

6. البدء في حملة توعية عامة تستهدف القطاع الخاص، خاصة المنشآت الصغيرة والمتوسطة، حول أهمية البحث والتطوير بالنسبة لقدرتها التنافسية، وكذلك بالنسبة للوسائل المتاحة .

7. وضع معايير سليمة ومتوازنة لتحديد أولويات الأنشطة المستوفية لشروط التمويل استنادا إلى قدرتها التنافسية الحالية والمحتملة .

8. البدء في برنامج قومي للتطوير المؤسسي يستهدف المؤسسات البحثية والجامعات بغية إيجاد هياكل تتمتع بدرجة عالية من الحوكمة (governance) مع وجود تمثيل للقطاع الخاص بها، وزيادة كفاءة هذه المؤسسات، وتطوير طاقات وإمكانيات ملائمة للبحث والتطوير، وتقوية صلات هذه المؤسسات بالقطاع الخاص، لاسيما المنشآت الصغيرة والمتوسطة .

9. لتعزيز كفاءة المنظمات البحثية والتعليمية وقدرتها التنافسية، يجب أن تتقدم هذه المنظمات بعطاءات للحصول على المشروعات الحكومية بدلا من توزيع هذه المشروعات البحثية على مؤسسات محددة بشكل مسبق .

10. زيادة الصلات الفعالة بين المؤسسات البحثية والأكاديمية المحلية والدولية التي يمكن من خلالها توفير المعرفة للقطاع الخاص .

7-مقومات الابتكار في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة :لاشك أن بواعث ومقومات الابتكار متعددة، لاسيما في ظل مناخ استثماري خصب، مليء بالمنافسة، ومفعم بوسائل المعرفة التكنولوجية، في خضم الزخم العلمي المعاصروتمثل هذه المقومات محصلة التفاعل الايجابي بين متغيرات البيئة التي تنشط المؤسسة في نطاقها الزماني والمكاني على نحو منسجم بين فعالية البحث والتطوير، وكفاءة الهيكل التنظيمي ، وارتدادات المناخ والثقافة السائدة أو التي قد تسود) وفق قدرة المؤسسة على التوليف المحكم فيما بين مختلف العناصر التالية)، كما يلي: (10)

7-1 البحث و التطوير :إن عملية البحث و التطوير هي السبيل الأنجع الذي من خلاله يمكن للمؤسسات الحصول على الأساليب التكنولوجية الحديثة في مجال الإنتاج العصري، فالبحث و التطوير لا بد أن يتم بصورة مخطط لها و منظمة وفق مناهج متعارف عليها، كما انه يتطلب مجهودات فكرية معتبرة من اجل إعداد بحوث تفضي في الأخير إلى اختراعات و ابتكارات ، وعادة ما يتم تقسيم البحث و التطوير إلى بحوث أساسية و بحوث تطبيقية و دراسات تجريبية، فلا شك إذن في جهود البحث و التطوير لا يمكن الاستغناء عنها من طرف المؤسسات في عالمنا هذا خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة المناولة و التي أصبح يشكل فيها عامل التكنولوجيا العامل رأس المال

الأساسي ، فكلما توفرت المؤسسة على تكنولوجيا عصرية بفضل البحث و التطوير كلما مكّنها هذا من التحكم في تكاليفها وبالتالي دخول الأسواق بأسعار تنافسية

7-2 مناخ وثقافة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة

أ-المناخ: ينظر إلى المناخ بأنه إحدى سمات المقاوله الصغيره في الجزائر،بحكم ما يمثلها من خليط من المواقف والمشاعر والسلوك التي تتصف به المقاوله، والتي تنشأ بشكل مستقل عن إدراك وفهم أفراد المؤسسة الصغيره و المتوسطة ،و لهذا فيجب على المؤسسات الصغيره و المتوسطة في الجزائر أن تسعى لتوفير المناخ الداعم للابتكار،والذي يتصف بالتفتح من اجل التغيير،وتحمل المخاطرة،و السماح بالنقاش

ب-ثقافة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة: من الملاحظة أن جميع المقاولات تقريبا لا توجد بها ثقافة وحيدة ينتهي إليها جميع الأفراد، لذلك كان لزاما على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خاصة أن تسعى إلى انسجام أفرادها تحت ثقافة شاملة لتسيير الابتكار ، مما يضخم من مسؤولية المدير، ويستوجب عليه الإلمام بجميع الثقافات الفرعية للأفراد العاملين بمؤسسته، لا بل عليه فرض ثقافة معينة حسب ظروف وملابسات البيئة المحيطة

3-7 الهيكل التنظيمي: لكي يكون الهيكل التنظيمي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر عاملا مساعدا لها على الابتكار، لابد أن يكون مرتبطا بالبيئة التي تعمل فيها المؤسسة..ولكي يكون كذلك لابد أن يكون هيكلا ديناميكيا في حالة استقرار البيئة، إما في حالة بيئة تنظيمية تتسم بالتغير و عدم القابلية للتنبؤ فإن الهيكل العضوي هو المطلوب

8- الابتكار يمثل مسارا معقدا يشترك المؤسسة و الباحثين والسلطات العمومية في الجزائر

أكد خبراء في مجال الابتكار و تنافسية المؤسسات أن الابتكار يمثل مسارا معقدا يشترك المؤسسة و الباحثين و السلطات العمومية معتبرين أن مسار الابتكار يستدعى توفير محيط ملائم.

و أشار الأستاذ عبد المجيد آيت حبوش من جامعة وهران في محاضرة ألقاها خلال الملتقى الدولي حول "الابتكار و المقولة و التنافسية في المؤسسات" إلى أن توفير المحيط المشجع على الابتكار يشكل مصدرا رئيسيا لبناء اقتصاد تنافسي. و اعتبر الخبير أن أحسن القطاعات في مجال الابتكار تتمثل في الكيمياء والصيدلة و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال. و أوضح أن 40 إلى 50 بالمائة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تبتكر في التجهيزات و 25 بالمائة في السلع الوسيطة و بين 20 إلى 25 بالمائة في سلع الاستهلاك.

وأشار الأستاذ عبد القادر جلفاط إلى أن المؤسسات مجبرة على أن تبتكر وإلا كان مصيرها الزوال. وأكد أن "بقاء المؤسسة مرهون حاليا بتنافسيتها" مشيرا إلى أن نظام الابتكار بالجزائر "غير مهيكّل بعض الشيء". وشدد في هذا الإطار على أهمية "إعادة وضع الإستراتيجية الوطنية للابتكار في إطار اقتصاد المعرفة" مؤكدا على ضرورة إعادة إدماج المؤسسة ضمن نظام الابتكار.

و اعتبر ذات المتحدث أن "50 بالمائة من المؤسسات الجزائرية لا تستثمر في المجالات غير المادية" لكي تتماشى و التحولات الجذرية التي يشهدها عالم المؤسسة. و من جهته يجب دعوة كل القطاعات المهنية إلى "إدراك أهمية رهان الإبداع و توحيد جهودهم الرامية إلى تعزيز الجسور بين محيطي المؤسسة و البحث" و أن "تصبح طرفا فاعلا في التحولات الاقتصادية من خلال البحث و الابتكار" و ذلك بممارسة نشاط البحث و التنمية على مستواها أو بالاستعانة بنتائج عمليات البحث المنجزة من طرف الجامعة و المخابر. و في هذا السياق ذكر بأن السلطات العمومية أطلقت عدة مبادرات لتشجيع و دعم الجهود التي تبذلها المؤسسات لاسيما من خلال البرنامج الوطني للتأهيل الذي رصد له غلاف مالي قدره 386 مليار دينار و الذي يهدف إلى إعادة تقويم 20000 مؤسسة صغيرة و متوسطة و كذا تأسيس جائزة وطنية

للابتكار(11).

و من جهته أكد المدير العام للوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة رشيد موساوي أن "خمس الميزانية الممنوحة للمؤسسات التي انضمت إلى برنامج التأهيل مخصصة للتوجيه في مجال الابتكار". و أوضح أن "هذه المؤسسات ستستفيد من مرافقة سيشرف عليها فريق من الخبراء لتلقيها كيفية الابتكار". و أشار المتحدث إلى أن 1020 مؤسسة انضمت إلى البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات منذ إنطلاقه في فبراير 2014

و أوضح أن "هذا الرقم مرشح للارتفاع مع القرار الجديد للحكومة المتمثل في ادراج مؤسسات تشغل أقل من 10 أشخاص في برنامج التأهيل". و كانت الحكومة قد قررت في جوان الماضي توسيع التمويل الممنوح للتأهيل ليشمل كذلك المؤسسات التي تشغل أقل من 10 موظفين. و تقوم المقاييس القطاعية التي اختيرت للانضمام للصندوق على انتماء المؤسسات لقطاعات الصناعة و الصناعة الغذائية و الصيد البحري و البناء و الأشغال العمومية و الري و السياحة و الفنادق و النقل و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال و الخدمات. و تجدر الإشارة إلى أن المؤسسات التي تشغل 10 عمال دائمين أو أكثر كانت المؤسسات الوحيدة المؤهلة للانضمام لهذا الصندوق الوطني.

ثلاثا : واقع الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر

1-السياسة الوطنية للابتكار

يستفاد من الأرقام الرسمية أن نسبة الباحثين الجزائريين إلى عدد السكان تعادل 0.06 بالمائة وهو رقم متواضع مقارنة بأحد أهم شركاء الجزائر التجاريين، أي فرنسا، حيث ترتفع النسبة إلى 0.43 بالمائة، أما نسبة الإنفاق الحكومي على البحث العلمي إلى إجمالي الدخل ضمن البرنامج الوطني فتقترب، بدءاً من العام الجاري، من 0.2 بالمائة وهو الآخر رقم يبتعد كثيرا عن المعدل العالمي الذي يلامس 4 بالمائة. أما نصيب الابتكار من البرنامج الوطني للبحث فلا أحد بإمكانه أن يحدده بسبب ضعف آليات المتابعة والتقييم من جهة ولأن الإطار القانوني في الجزائر لا يشجع على تسجيل براءات الاختراع مما دفع بجل الباحثين الى التوجه نحو البلدان الأجنبية الأكثر صرامة في حماية الملكية الفكرية. إلا أن الأكيد هو غياب أهداف الصناعات الصغيرة والمتوسطة على خارطة الابتكار التكنولوجي ما دامت برامج البحث تركز على القطاعات الكبرى ذات العلاقة بالاقتصاد الكلي، وهو ما يفسر غياب المكون التكنولوجي في

نشاط مؤسسات القطاع الخاص الجزائري طالما أن النشاط الصناعي المرشح الأول للابتكار لا يستقطب أكثر من 15 بالمائة من عدد تلك المؤسسات . وربما تكون تلك هي الخلفية وراء إطلاق فكرة "الميثاق العربي للابتكار" بمبادرة من وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية في الجزائري كي تضطلع الحكومات العربية بمهمة تنظيم الملكية الفكرية من جوانبها القانونية والتجارية، ولكن في انتظار تجسيد هذه المبادرة التي قد تأخذ وقتا أطول يكون من الأولوية التركيز على المدخل الوطني أي على إدراج المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في برنامج البحث الوطني مثلما أدرجت في برامج الدعم المختلفة.

2-ميزان مدفوعات المعرفة والابتكار

تفيد احصائيات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن 99 بالمائة من تلك المؤسسات تنتمي للقطاع الخاص وهو قطاع يعتمد على الملكية العائلية ويشكو من ضعف الثقافة المقاولاتية، الشيء الذي أثر سلبا على تكوينه الرأسمالي وبالتالي على حجم مكون الابتكار في جانب الانتاجية لديه. وفي الوقت الذي تقترب نسبة مكون الابتكار إلى تطور الانتاجية في قطاع الصناعات الرأسمالية من سقف 100 بالمائة لا تكاد هذه النسبة تذكر في نسيج المؤسسات الجزائرية، مما يجعل موقعها التنافسي ضعيفا في ميزان مدفوعات الابتكار ويدفع بها إلى استيراد التكنولوجيا بدل الاستثمار في الابتكار، ومع ضعف آليات حماية الملكية الفكرية في القانون الجزائري بات من السهل تقليد المنتج الرأسمالي على تصنيع المنتج ضمن قواعد الابتكار، بل بلغ الأمر ببعض المؤسسات أن تستورد المنتج كامل الصنع في إطار التجارة الخارجية لتضع عليه علامتها التجارية في تعدد واضح على قواعد البراءات، ولكنها حسابات الربح في غياب ثقافة المقاوله وهي كذلك حسابات الكلفة عندما يتعلق الأمر بحقوق الملكية الفكرية، ومع ضعف الرقابة على الأسواق أصبح الخاسر الأكبر في مجال المنافسة تلك المؤسسة التي تحترم قواعد المنافسة الشريفة بما فيها الامتناع عن ممارسة كل نشاط له صلة بالقرصنة أو التقليد دون إجازة من المالك الأصلي (12).

3-المؤسسة التي لا تبتكر

أفادت إحصائيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار أن 86 بالمائة من مشاريع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تنحصر بين قطاع النقل بنسبة 66 بالمائة وقطاع البناء والأشغال العمومية بنسبة 20 بالمائة وهما قطاعان ضعيفا الارتباط بالابتكار في محتوى الاقتصاد الجزائري لارتباطهما بالمنتج الأجنبي من جهة ولأن النقل قطاع خدماتي بالدرجة الأولى، ومعنى ذلك أن المؤسسة الجزائرية الخاصة غير معنية بمحددات الابتكار وبالتالي لا شأن لها بموضوعات براءات الاختراع والملكية الفكرية، وربما يكون من الأولى إعادة النظر في خارطة توزيع المشروعات نحو الصناعات التي لا يتعدى نصيبها من مشاريع الوكالة 3.5 بالمائة وأن يتم تصنيف برامج الدعم والمرافقة والتسهيل حسب أهداف التنمية وفك الارتباط بالأسواق الخارجية، أي لصالح المؤسسة المنتجة للثروة، حينها فقط يمكن إدراج الابتكار ضمن إشكالية المقاوله .

وهناك عامل مهم في محددات التوجه نحو الابتكار بالنسبة للمؤسسة العائلية ولاسيما في قطاع الصناعات الصغيرة ومتناهية الصغر، يتعلق بمسؤولية الادارة في حماية المنتج من التقليد ومسألة التعويضات وقانون الأعمال الذي

يفصل في المنازعات وهي جوانب لا نمتلك فيها الخبرة الكافية بسبب وضعية الانتقال التي يمر بها الاقتصاد الوطني من نظام الدولة إلى نظام السوق، وربما يكون من المناسب الآن إعادة النظر في أسلوب الرقابة على الأسواق والرقابة لدى الجمارك والرقابة على سلاسل الإنتاج في المؤسسات لاستخراج بيانات المنشأ بالنسبة للسلع المتداولة. صحيح أن أدوات الرقابة المتوفرة لا تتيح مجالا واسعا للتدخل ولكن صحيح أيضا أن الأسواق هي الموجه الرئيس للنشاطات الانتاجية، وعندما تسير الأسواق في صف المؤسسات التي لا تبتكر تصبح فكرة الابتكار كلفة إضافية لا يبدو لحد الساعة أن جهة ما تستعد كي تتحملها.

4-آليات دعم وتشجيع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر

إن السلطات العمومية أطلقت عدة مبادرات لتشجيع ودعم الجهود التي تبذلها المؤسسات لاسيما من خلال البرنامج الوطني للتأهيل الذي رصد له غلاف مالي قدره 386 مليار دينارو الذي يهدف إلى إعادة تقويم 20000 مؤسسة صغيرة ومتوسطة وكذا تأسيس جائزة وطنية للابتكار.

أ-إجراءات برنامج إعادة التأهيل في الجزائر :

تحتوي محاور تنفيذ برنامج التأهيل الإجراءات التالية (13) :

§عصرنة الآلات والتجهيزات .

§تطوير أنظمة الإنتاج.

§تطوير الإدارة.

§تطوير كفاءات الموارد البشرية.

§تطوير الجودة §.تطوير وظيفة التسويق.

§تطوير مشاريع مشتركة مع مؤسسات أجنبية.

ب-الجائزة الوطنية للابتكار

التعريف بالجائزة الوطنية للابتكار:

أحدثت الجائزة الوطنية للابتكار لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 323-08 المؤرخ في 14 شوال عام 1429 الموافق 14 أكتوبر 2008 الذي يتضمن إحداث الجائزة الوطنية للابتكار ويحدد شروط وكيفيات منحها.

أهداف الجائزة الوطنية للابتكار(14):

1- دعم الابتكار واستخدام البحث والتطوير العلمي داخل المؤسسة

2- مكافئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تخلق ابتكارات في السلع أو في الخدمات .

3- تأسيس هذه الجائزة يندرج ضمن إستراتيجية الدولة الرامية إلى تنمية النسيج الصناعي الوطني وتحسين مساهمته في توليد الثروات.

4- إقامة علاقة دائمة بين عالم المؤسسة وعالم البحث العلمي.

الخاتمة :

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبحت تحتل مكانة كبيرة سواء على المستوى المحلي أو الدولي وهذا راجع للدور الكبير الذي تقوم به في تحقيق التنمية الاقتصادية وزيادة فرص العمل و يمثل الابتكار ضرورة حتمية لإدارة هذه المؤسسات والمحافظة على إستمراريتها في الوقت الراهن وهذا من خلال إكتسابها قدرة تنافسية تعمل على تحسين و تطوير منتجاتها و كذا أساليب اعمالها .وقد قامت السلطات العمومية الجزائرية في الآونة الأخيرة باتخاذات إجراءات من شأنها خلق مناخ مناسب للمؤسسات من اجل الأبداع و الابتكار و كذا تبني جملة من الآليات التي من شأنها تشجيع و دعم الابتكار .

الهوامش والمراجع

1-إسماعيل شعباني " :ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطورها في العالم , "بحوث وأوراق الدورة الدولية 25-28 ماي 2003 حول تمويل م ص م و تطوير دورها في الاقتصاديات المغربية جامعة فرحات عباس، 2004، ص 64

2-محمد عبد الحليم عمر :التمويل عن طريق القنونا لتمويلية غير الرسمية "بحوث وأوراق الدورة الدولية 25-28 ماي 2003 حول تمويل م ص م و تطوير دورها في الاقتصاديات المغربية جامعة فرحات عباس، 2004، ص 359.

3- www.forum.univbiskra.net

4- <http://www.dipmepi39.org.dz/index.php/95-uncategorised/95art-ibtikar>

5- <http://www.dipmepi39.org.dz/index.php/m-def-pme>

6 – أ.بارك نعيمة، أ.برانيس عبد القادر، « متطلبات الأبداع و الابتكار لتحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الاعمال الصناعية بالاشارة إلى المؤسسات الجزائرية » ، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات.

7-أ.ملايكية عامر « واقع الابتكار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ،دراسة ميدانية لحلة المؤسسة للدهن بسوق اهراس،مجلة العلوم الانسانية بسكرة .العدد 28/27.

8- رحيم حسين ،التجديد التكنولوجي كمدخل استراتيجي لدعم القدرة التنافسية للمؤسسة

9- www.elarag.wordpress

10- أ.شريف غياط، أ.محمد بوقموم، « حاضنات الاعمال التكنولوجية و دورها في تطوير الابداع ة الابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة – حالة الجزائر » ، ابحاث إقتصادية وإدارية العدد السادس.

11- <http://portail.cder.dz/ar/spip.php?article813>

12- <http://forum.univbiskra.net/index.php?topic=17655.0;wap2>

13- برنامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية وتحسين تنافسيتها - واقع وآفاق -

14- الجائزة الوطنية للابتكار ، موقع من الانترنت