

التوجه نحو تشجيع المقاولاتية الابتكارية في إطار القانون التوجيهي 17-02

لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

د. عائشة بوثلجة

أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية

جامعة حسية بن بوعلي بالشلف- الجزائر -

الملخص:

في ظل التغيرات والتحديات التي يشهدها العالم أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجه منافسة حادة بسبب التطور التكنولوجي السريع وتقدم المنتجات، ولضمان استمرارية واستدامة هذه المؤسسات لا بد عليها أن تعتمد المقاولاتية أو الريادة من أجل بقائها في السوق، وذلك يتطلب مجموعة من التدابير والمبادرات من قبل المؤسسة ولتحقيق ذلك يمكن اعتماد الابتكار الذي يحقق البقاء والديمومة. وفي هذا السياق تم اعتماد القانون التوجيهي 17-02 المعدل والمتمم لقانون 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 الخاص بنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وفي هذا السياق تم اعتماد القانون التوجيهي 17-02 المعدل والمتمم لقانون 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 الخاص بنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات الدالة: المقاولاتية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الابتكار.

Abstract :

In light of the changes and challenges that are taking place in the world, small and medium enterprises start to face severe competition due to rapid technological development and product aging. In order to ensure the continuity and sustainability of these enterprises, they must adopt entrepreneurship or leadership for their survival in the market and this requires a set of measures and initiatives from the institution. To achieve this, survival and sustainability, innovation can be adopted. In this context, the revised Law 17-02 of Act No. 01-18 of 12 December 2001 on the activity of small and medium enterprises has been adopted.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Small and Medium Enterprises, Innovation

مقدمة:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من القطاعات التي أصبحت الدول تولي لها اهتماما كبيرا نظرا لأهميتها الاقتصادية والاجتماعية في ظل التغيرات والتحولات التي أصبح يشهدها العالم.

حيث أصبحت هذه المؤسسات تؤدي نسبة معتبرة جدا من الأنشطة خاصة في الدول المتقدمة التي تبنت سياسات اقتصادية إلى جانبها العديد الهيئات الدولية، والغاية من هذه السياسات دعم وازدهار قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة مع منتصف القرن العشرين أين ظهرت العديد من الأبحاث والكتابات حول المقاولاتية وكيفية تشجيعها.

ولكن في ظل التطور السريع خاصة من الناحية التكنولوجية فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبحت تواجه منافسة حادة لأنها أنشطتها تصبح متقدمة وتقليدية مقارنة بمؤسسات تعتمد أسلوب المقاولاتية، ويعتبر الابتكار عنصر مهم لها من أجل الحفاظ على مكانتها في السوق وقدرتها على المنافسة، وذلك من خلال اعتماده في مختلف الجوانب والأنشطة التي تمارسها المؤسسات. فقد اهتمت الجزائر بتشجيع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل تراجع عائداتها النفطية وتوجهها إلى بناء اقتصاد يعتمد على قطاعات واعدة غير قطاع المحروقات، وتم إرساء القانون التوجيهي 17-02. وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية: ما هي الإجراءات التي اعتمدها القانون التوجيهي 17-02 لدعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

وسنحاول في هذه الورقة أن نتناول كيف يمكن للابتكار أن يساهم في ممارسة أسلوب المقاولاتية في المؤسسات الصغيرة، وما جاء به هذا القانون من خلال المحاور التالية:

- 1- مفهوم المقاولاتية
 - 2- الابتكار ودوره في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - 3- واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.
 - 4- محتوى القانون التوجيهي 17-02 لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- 1 - مفهوم المقاولاتية:

1-1 تعريف المقاولاتية : المصطلح قديم استعمل أول مرة في بداية القرن السادس عشر في اللغة الفرنسية كلمة (Entrepreneuriat) ، والمشتقة من الإنجليزية (Entreneurship) والتي تعني ريادة الأعمال في بعض المصادر والمراجع، وهي تركز على إنشاء أو تنمية أنشطة ما، وقد تضمن المفهوم آنذاك المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاستكشاف العسكرية، وبقي هذا المفهوم في نفس السياق على الرغم من شموله للأعمال التي تحمل في طياتها روح المخاطرة خارج الحملات العسكرية كالأعمال الهندسية وبناء الجسور¹.

ومن أحدث التعاريف هو التعريف الذي قدمه ألان فاول Alain Fayolle " المقاولاتية هي ظاهرة اقتصادية واجتماعية خاصة يتم من خلالها خلق ثروات، هذه الظاهرة لها خصائص تتصف بعدم التأكد، أي وجود مخاطرة، والتي يدخل فيها الأفراد يجب أن يتصفوا بسلوكات أساسية متميزة بتقبل التغيير وتحمل الأخطار المشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي"². ولكن هذا المصطلح عرف تطوراً ومفاهيم ووجهات نظر مختلفة تختلف من مدرسة لأخرى منذ القرن السادس .

فأب المقاولاتية ريشارد كانتيلون Richard Cantillon (1680-1733) وهو أول من أدخل مصطلح المقاولاتية في النظرية الاقتصادية، يرى أن المقاول هو ذلك الشخص الذي يتحمل المخاطر، ويسقط هذا المفهوم على المزارعين والحرفيين والمهنيين الذي يشترون سلعا عند أسعار معينة لبيعها بأسعار غير معروفة في المستقبل، فحسبه المقاول يتحمل المخاطر لأنه لا يعلم إذا كانت الأسعار ستخف أو ترتفع³.

أما جون باتيساي (Jean Baptiste Say) (1767-1832)، وهو الاقتصادي الثاني الذي أولى اهتماماً كبيراً لدور المقاول في الاقتصاد، وهو يتفق مع كانتيلون على أن المقاول هو الشخص الذي يتحمل المخاطر، فهو يصف المقاول على أنه الشخص القادر على استغلال رأس المال والوقت، والتنسيق بين عوامل الإنتاج المختلفة (الأرض، العمل ورأس المال) لإنتاج السلع من أجل الحصول على ربح. وقد ميز ساي بين الأرباح التي يحققها المقاول وبين الأرباح التي يحققها رأس المال .

ولقد عرفنا كل من كانتيلونوساي أن المقاولاتية وفقاً للأنشطة السائدة في تلك الحقبة الزمنية التي كانا يعيشان فيها. جوزيف شومبيتر (Shumprter 1883 1950)، أعطى هذا الأخير في سنة 1934 تعريفاً واسعاً للمقاولاتية وعرفها على أنها "عملية ابتكار وتطوير طرق وأساليب لاستغلال الفرص التجارية"، والمقاول حسب شومبيتر هو ذلك الشخص المبدع الذي يقدم ابتكاراً غير مسبوق، ويميز شومبيتر في تلك الفترة بين خمسة أنواع من التوافقات الجديدة، وهي⁴:

- تقديم (ابتكار) منتج جديد.
- تقديم طريقة أو أسلوب إنتاجي جديد .
- افتتاح أو دخول سوق جديد أو قنوات توزيع جديدة في السوق.
- الحصول على مصدر تمويل جديد لموارده الخام من أجل تقديم سلعة في السوق.
- تنفيذ وإنشاء منظمة جديدة أو صناعة جديدة.

حيث يرى شومبيتر أن المقاول لا يجب أن ينحصر دوره على تجميع وتراكم سلع أو مواد خام فقط بل يجب أن يحوي ذلك أشياء جديدة، فالمقاول حسب هو شخص مبدع له قدرة كافية على المغامرة وتحمل المخاطر وله رغبة قوية في تحقيق النجاح، والحصول على أرباح وتكوين ثروات من وراء إبداعه وتحمله للمخاطر، كما يقوم باحتكار السوق لفترة زمنية أطول من وراء هذا الإبداع.

ويتفق مع شومبيتر في هذا الاقتصادي كيرزner (Kirzner 1921) وقد أكد على دور المقاول في الحصول على الأفكار والمعلومات واستخدامها، وأكد على أهمية الحماس والنشاط لدى المقاول في الاقتصاد، كما يرى أن المقاولاتية تتحقق من خلال ثلاث أبعاد وهي⁵:

- التغيرات التي تطرأ على النظام الاقتصادي، بدليل أن رواد المدارس السابقة اختلفوا في تعريف المقاولاتية من فترة لأخرى حسب الظروف التي كانت آنذاك.
- خلق المؤسسات كأحد المتطلبات اللازمة للقيام بالاستثمار والابتكار، وهذا من الصعب على الحكومات تحمله لذلك لا بد من إشراك الأفراد وتشجيعهم على ذلك.
- أن وظيفة المقاول هو خلق الأرباح، الأمر الذي يضمن استمراره في النشاط ويمكنه من تكوين الثروة، وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي على المستوى الكلي.
- كما تؤدي إلى خلق ثروة اقتصادية واجتماعية في نفس الوقت للفرد والمجتمع⁶.

1-2-2- أهم المقاربات الحديثة في مجال المقاولاتية: وتضم هذه المقاربات أربعة مداخل رئيسية لتعريف

المقاولاتية وهي ظاهرة تنظيمية أي (خلق مؤسسة)، استغلال الفرص، خلق القيمة وكظاهرة إبداعية⁷:

1-2-1- المقاولاتية ظاهرة تنظيمية: اعتبر رواد هذا الاتجاه المقاولاتية على أنها إيجاد منظمة أو مؤسسة جديدة،

وأشهر رواده كرتنر 1988 Gartner William حيث يعتبر أن "المقاولاتية هي عملية إنشاء منظمة جديدة، فحسب هذا الاتجاه تشمل المقاولاتية مجموع الأعمال التي يقوم من خلالها المقاول بتحديد وتنسيق الموارد المختلفة من معلومات موارد مالية وبشرية،، وذلك من أجل تجسيد فكرة في شكل مشروع مهيكّل وأن يكون قادراً على التحكم في تغيير طريقة النشاط ومسايرته لأنشطة مقاولاتية جديدة"⁸، ويرى ألان فايول أن التعاريف السابقة لم تتناول ما تطرق إليه التعريف الذي جاء به Gartner مع بداية التسعينات من القرن الماضي، حيث يرى نموذج المقاولاتية يتكون من مجموعة الأنشطة التي تسمح بإنشاء مؤسسة جديدة، والتي تتمثل فيما يلي⁹:

- البحث عن الفرص.

- تجميع الموارد

- تصميم المنتج موضوع الفكرة.

- إنتاج المنتج.

- تحمل المسؤولية اتجاه الاقتصاد والأفراد.

كما عرف دولنق (1995 Dollin) المقاولاتية بأنها "عملية خلق منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو

النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد والاستفادة من فرص جديدة عامة"¹⁰.

غير أن هذا الاتجاه يشوبه بعض الغموض، فبالرجوع إلى طريقة الاستغلال المعتمدة لثمين فرصة أو ابتكار ما يمكننا

الاعتماد على مؤسسة قائمة بدل اللجوء إلى إنشاء مؤسسة جديدة، فهل هذه الحالة تعتبر حالة مقاولاتية أم لا. ومن جهة

Bruyat لا يمكن أن تؤدي جميع المؤسسات المقامة لإحداث حالات تكون فيها شدة التغيير بالنسبة للفرد بالإضافة إلى أهمية القيمة المقدمة ذات مستوى عال، حيث يمكن للمؤسسات أن تنشأ عن طريق التقليد أو إعادة الإنتاج¹¹.

1-2-2 المقاولاتية استغلال للفرص: مع مطلع التسعينيات من القرن العشرين ظهر تعريف المقاولاتية على أنها سيرورة تحويل الفرص إلى انطلاق الأعمال، " فالمقاولاتية كمجال بحث، يتمثل البحث عن فهم كيف يتم اكتشاف الفرص لإنتاج مواد وخدمات لا توجد حالياً ويتم تحقيقها واستغلالها؟ ومن طرف من؟ وما هي آثار ذلك؟"¹².
وأهم رواد هذا الاتجاه (Shane و Venkatarman 2000) يعرفان المقاولاتية بأنها " العملية التي يتم من خلالها اكتشاف وتأمين لفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية"¹³.

كما عرف Venkatarman 1997 المقاولاتية على أنها حقل أكاديمي يسعى لفهم كيف تنبثق وتظهر الفرص التي تؤدي إلى خلق مؤسسة أو مشروع جديد أو سلع وخدمات يتم اكتشافها وابتكارها بواسطة مجموعة من الأشخاص المقولين¹⁴.

ماكلياند (David MacClelland 1961) نظرت للمقاولاتية تدور حول الدافعية من خلال العوامل النفسية والاجتماعية التي تقود إلى التطور الاقتصادي على حد تعبيره، حيث يرى أن دافعية الأفراد في المجتمع هي عامل محدد وأساسي لذلك التقدم، وقد ربطها بثلاث حاجيات رئيسية وهي: الحاجة إلى الإنجاز، الحاجة إلى القوة، والحاجة إلى الإنتماء. ويرى ماكلياند أن الأفراد الذين لديهم الحاجة أو الطموح للإنجاز هم الذين ينجحون في أعمالهم، وهو ذوي طاقات عالية ودرجة إصرار عالية، وتوجهاتهم دائماً دائماً عملية أكبر من أصحاب الحاجات والدوافع الأخرى¹⁵.

أما بيتر دركر (Drucker 1964) اعتبر المقاول ذلك الشخص الذي يعظم الفرص والمقاولاتية ترتبط ارتباطاً كبيراً بالمخاطرة والتعامل مع ظروف عدم التأكد، وحسبه فإن مصادر الفرص هي¹⁶:
- الفرص المتواجدة في الأسواق كثرة لعدم الكفاءة الناتجة عن تناظر المعلومة، أو عن عدم امتلاك التكنولوجيا اللازمة لتلبية الحاجات غير المشبعة.

- الفرصة الناتجة عن التغييرات الخارجية في المجالات الاجتماعية، السياسية، الديموغرافية والاقتصادية.

- الفرصة الناتجة عن الابتكارات والاكتشافات والتي أيضاً تولد معارف جديدة.

يحصّر هذا الاتجاه فكرة المقاولاتية في نشاط اقتصادي جديد دون الحاجة إلى ظهور مؤسسة جديدة، ويفرض أن الفرص في الطبيعة كما هي ويكفي امتلاك القدرة على معرفتها حتى تتمكن من امتلاكها وتحويلها لحقيقة اقتصادية، ولكن في الحقيقة يمكن أن تشكل الفرصة المقاولاتية من خلال عملية إنشاء النشاط وليست هي الانطلاقة في حد ذاتها، ويركز هذا الاتجاه فقط على طريقة استغلال الفرصة التي تسمح بخلق منتج أو خدمة، ولكن في الواقع لا بد من دراسة ما يحدث فعلاً في المقاولاتية من أجل فهم الظاهرة بشكل جيد¹⁷.

1-2-3 المقاولاتية من منظور خلق القيمة: يهتم هذا الاتجاه في دراسته للمقاولاتية بالعلاقة بين الفرد والقيمة التي ينشئها، ومن رواده Bruyat 1993 الذي اهتم بدراسة مجال المقاولاتية ويرى أن " المقاولاتية تتسم بعلاقة الفرد

وخلق القيمة عن طريق حركية التغيير الابداعي" ¹⁸ ، كما تناول موريس Morris 1998 صفات المقاولاتية من خلال سبعة وجهات من بينها خلق القيمة وركز على أهمية المقاولاتية من خلال (الخلق والابتكار)، وتمثلت وجهات نظره في (خلق ثروة، خلق مشروع، خلق الابداع، خلق التغيير، خلق العمالة، خلق القيمة وخلق النمو) ¹⁹ . أما ايريس Hisrich (Robert) فهو يعرف المقاولاتية على أنها "عملية تكوين شيء ما مختلف ذو قيمة عن طريق تكريس الوقت والجهد الضروري، بافتراض مخاطر مالية وسيكولوجية واجتماعية مصاحبة، وجني العوائد المالية الناتجة إضافة إلى الرضا الفردي" ²⁰ . وقد اقترح Morin يندرج ضمن ديناميكية للتغيير ويعرف من منظورين هما ²¹:

- **المنظور الأول:** ينطلق من الفرد ويعتبره الشرط الأساسي في خلق القيم فهو العامل الرئيسي في الثنائية إذ يقوم بتحديد طرق الإنتاج، وبالتالي المقاول هو ذلك الشخص أو المجموعة في صدد خلق قيمة كإنشاء مؤسسة جديدة، ولولاه لنا يمكن لهذه القيمة أن تتحقق.

- **المنظور الثاني:** يعتبر أن خلق القيمة من خلال المؤسسة التي أنشأها هذا الفرد، تؤدي إلى جعل هذا الأخير مرتبطا بالمشروع المقاولاتي لدرجة أنه يصبح معرفا به، وتحتل القيمة مكانة كبير في حياته، إذ تدفع المقاول لتعلم أشياء جديدة، وهي قادرة على تغيير صفاته وقيمه، فعند قيام الفرد بإنشاء مؤسسة أو تقديم ابتكار فإنه يصبح ملزما بالمشروع الذي أقامه، أما عن القيمة المقدمة فهي تتمثل في مجموع النتائج التقنية، المالية والشخصية التي تقدمها المؤسسة والتي تولد رضا المقاول والأطراف التي تتعامل معه والفاعلة ²² .

لقد تطور مفهوم المقاولاتية وأصبحت تأخذ أكثر من صورة، حيث يري Alain Fayolle أن هذه الظاهرة يمكن أن تأخذ الأشكال التالية ²³:

- إنشاء مؤسسة أو نشاط من طرف أفراد مستقلين أو من طرف مؤسسات.
- استعادة نشاط أو مؤسسة، تكون في وضع جيد (سليمة) أو تواجه صعوبات من طرف أفراد مستقلين أو من طرف مؤسسات.

- تطوير وإدارة بعض المشاريع (التي في خطر) في المؤسسات.

- القيام بتسيير بعض الوظائف أو المسؤوليات داخل المؤسسات.

1-2-4 المقاولاتية من منظور الابتكار: بالنسبة لبعض الاقتصاديين يعتبرون أن المقاولاتية هي حلقة ضائعة بين

الفكرة وتجسيد الفكرة، فقد ركز شومبيتر من خلال نظريته " التفكيك الخلاق" على دور الابتكار في العملية المقاولاتية، رغم أنه لا يوجد إجماع حول مفهومه، إلا أن هناك مفهوم ضيق ومفهوم واسع للابتكار ، فالمفهوم الضيق يعرف الابتكار على أنه مرتبط بالجوانب التكنولوجية، والعيب في هذا المنظور هو تضيق صور ونماذج المقاولاتية، لأن القليل من المقاولين يمكنهم ربطهم بهذا التعريف الضيق للابتكار. ولكن هناك كتاب آخرين أمثال Smith 2004 و Porter 1982 اهتموا بشكل واسع بالابتكار في أي شيء أو في جزء من سلسلة الأعمال، حيث يرون أن الابتكار من هذا المنطلق يكون ضمن

مساحة واسعة للتغيير ، ويرجعونه إلى قدرة المقاولين" على إيجاد أفكار جديدة من أجل منح أو إنتاج خدمات أو إعادة تنظيم مؤسسة" . وسنفضل في هذه النقطة في المحاور الآتية.

أما في الساحة البحثية العربية فقد عرف الاستاذ بدران سنة 2003 المقاولاتية في مؤلفه: الريادية تحرر طاقات الابداع لدى الافراد على أنها" مجموعة الصفات المركبة التي تجعل من صاحبها الريادي مستعدا للدخول في إنشاء أو تطوير مشروع لحسابه الخاص، يضع فيه شيئا بارزا من الابداع والابتكار (التكنولوجي، الاداري، أو التسويقي، أو الثقافي أو الاجتماعي، أو العلمي....)²⁴ .

نلاحظ أن مفهوم المقاولاتية تطور مع تطور الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي عرفتها الاقتصاديات الحديثة نظرا لاختلاف الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها كل دولة.

فالدول النامية تعتمد مفهوم المقاولاتية على أنه عملية إنشاء شيء أو مشروع جديد ذو قيمة، وتخصيص الوقت و الجهد والمال اللازم للمشروع، مع تحمل المخاطر المصاحبة لذلك واستقبال المكافئة الناتجة عن ذلك²⁵ .

والمقاولاتية تركز على إنشاء وتنمية أنشطة معينة، ويمكن تلخيص المفهوم العام لها على أنها الفعل الذي يقوم به المقاول وينفذه في سياقات وأشكال وأنماط مختلفة ومتنوعة، إما من خلال إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن تكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها من خلال تطوير أنشطتها أو طريقة تسييرها وإدارتها أو استيعاب مؤسسة تواجه مخاطر وصعوبات.

وتلعب المقاولاتية دورا هاما الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، ويمكن تلخيص هذا الدور فيمايلي²⁶:

أ - من الناحية الاقتصادية:

- زيادة دخل الفرد والتغيير في هيكل الأعمال والمجتمع.
- تعظيم العائد الاقتصادي.
- الزيادة في جانبي العرض والطلب.
- التجديد والابتكار.
- توجيه الأنشطة للمناطق التنموية المستهدفة.
- تنمية الصادرات والمحافظة على استمرارية المنافسة.
- التكامل مع المؤسسات الكبيرة وترابط الأعمال التجارية.

ب - من الناحية الاجتماعية:

- تحقيق عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة.
- امتصاص البطالة وتأمين فرص العمل.
- المساهمة في تشغيل المرأة.
- الحد من هجرة السكان من الريف إلى المدن، وتطوير المناطق النائية.

2- الابتكار ودوره في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد بينت الدراسات والأبحاث الاقتصادية أن عملية الإبداع والابتكار هي عملية استراتيجية هامة للاقتصاد، لأنها تحرك النشاط الاقتصادي وتمنحه نفساً قوياً، فرواد الأعمال والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هم من يبتكرون في المنتجات والخدمات ويساهموا في إيجاد فرص عمل جديدة وعدد كبير من الأعمال وعليه أصبحت معظم الاقتصاديات تمنح فرصاً لتشجيع رواد الأعمال نحو ابتكار منتجات وخدمات تدفع باقتصادها نحو النمو. وتعتبر عمليتي الإبداع (Invention) والابتكار (Innovation) المحرك الرئيسي للنشاط المقاولتي، لأنه في الواقع تسعى المؤسسات لكسر الروتين والخروج من حالة المنافسة التامة وكسب ميزة تنافسية للحصول على مكانة وحصّة هامة في السوق، فتعتمد البحث والتطوير اللذان يرتكزان على عمليتي الإبداع والابتكار.

هناك علاقة تلازمية بين الإبداع والابتكار، أي أن وجود أفكار مبدعة لا يكون إلا من خلال أفراد مبتكرين وفرق عمل تبحث عن التميز، حيث أنهم على أساس عملية الابتكار يقومون بالمحافظة على ديمومة المؤسسة، الابتكار مهم للمؤسسة ولا يمكنها المحافظة على حصتها في السوق إلا من خلال اعتماد الإبداع والابتكار، وهناك من يعبر عن العلاقة بين الإبداع والابتكار بالعلاقة التالية:

$$\text{الابتكار} = \text{الإبداع} + \text{التطبيق} .$$

2-1 تعريف الابتكار: لا يوجد اتفاق على تعريف الابتكار إلا أنه يمكن تعريفه على أنه "الاتيان بالجديد الذي لم يكن معروف من قبل وتطبيقه على أرض الواقع"،²⁷ وهو عملية تطبيق للإبداع و إنشاء قيمة مضافة بتطوير أعمال أو أشياء تم اختراعها من قبل. وتعرف مؤسسة التعاون الاقتصادي والتنمية الابتكار في المؤسسات على أنه مجموع من الطرق العلمية، التكنولوجية، التنظيمية، المالية والتجارية التي تمكن المؤسسة من طرح منتجات جديدة أو محسنة في السوق²⁸. فكل ابتكار يبدأ بأفكار مبدعة، والإبداع يكون إما من طرف الأفراد أو الفرق والذي هو نقطة بداية الابتكار فالأول ضروري لكنه غير كاف.

2-2 أنواع الابتكار: هناك عدة معايير لتصنيف الابتكار، أهمها:

أ- **التصنيف حسب مجال الابتكار:** يأخذ الابتكار ثلاث أشكال رئيسية في المؤسسة، وهي²⁹:

- **الابتكار الإداري:** يعرف الابتكار الإداري بأنه "التوصل إلى المفاهيم الجديدة القابلة للتحويل إلى سياسات وتنظيمات وطرق وتساهم في تطور الأداء في المؤسسة"، وأغلب المجالات التي يشملها الابتكار التنظيمي من خلال تعريفه للابتكار الإداري بأنه، "يشمل على التغييرات في الهيكل التنظيمي، وتصميم الأعمال وعمليات المؤسسة، سياسات واستراتيجيات جديدة، ونظم رقابة جديدة،... وغيرها".

- **الابتكار التقني:** يعرف الابتكار التقني أو التكنولوجي وفقا لتقرير وفقا لتقرير المجلس الاستشاري للعلوم التكنولوجية في الولايات المتحدة الأمريكية بطرق متعددة، والابتكار أخذ معنى عام مشيرا إلى الخطوات التجاري، الصناعي والفنية، التي تقود إلى لتسويق السلع الجديدة والمصنعة والاستعمال التجاري للتجهيزات والعمليات الفنية الجديدة، وعرف الابتكار باختصار بأنه " تقدم الأفكار الجديدة، طرق وأدوات في أغلب الأحيان على شكل تقنيات جديدة"، وأشار (Smeds) بأن " الابتكار يخلق ثروة في الاقتصاد الوطني، قاصدا بذلك الابتكار التقني الذي عرفه على أنه ابتكار يشمل فكرة جديدة، وهي تطبيق يظهر إما في منتج جديد أو عملية، أو خدمة تؤدي إلى النمو الديناميكي للاقتصاد". ويرى Durcker أن "العمل لديه وظيفتان هما الابتكار والتسويق". أما Beijel عرف الابتكار التقني " أنه منتجات جديدة أو عمليات جديدة، إيجاد تقنيات جديدة أو تحسينها، وتتفق المؤسسات لخلق الابتكار سواء كعملية جديدة أو تسويق منتج جديد". كما أضاف (Rickn) وظائف أخرى تتمثل في رأس المال البشري، وخلق ونشر الفرص التقنية والمنتجات وتحسين العلاقة بين المؤسسات، وخلق سوق عمالة.

- **الابتكار الإضافي:** يعرف الابتكار الإضافي بأنه " الابتكار الذي يذهب إلى ما وراء الوظائف التقليدية"، كأن يقوم محترفو التسويق بتطوير برنامج تسويقي بمساعدة الزبائن وتعزيز برنامج خدمة عامة فريدة، ويعرف Damanpour الابتكار الإضافي بأنه "الابتكارات التي تشكل حدود البيئة التنظيمية، والتي تذهب إلى أبعد من الوظائف الابتدائية للعمل بالمؤسسة"، وير آخرون أن الابتكارات الوظيفية " تهدف إلى تقديم تحسينات في المنتجات كخدمات إضافية لتلبية حاجات السوق والاستعانة بقدرات المؤسسة في مجال البحث والتطوير والتدريب".

ب - تصنيف الابتكار حسب نمط النشاط في المؤسسة: وهو على النحو التالي³⁰:

- **الابتكار في الإنتاج:** يظهر الابتكار في كل مجالات الإنتاج، فقد يتمثل في خلق مشروع جديد أو إعادة تشكيل منتجات كانت موجودة بطريقة متطورة أو مختلفة، بحيث يعرض المنتج خصائص جديدة على الزبائن مزايا جديدة، أو تحسينات تستجيب لمتطلبات الزبون، وتمس هذه المزايا الذوق، الاستعمال، الديمومة، المنظر، الراحة،..... الخ.
- **الابتكار في إجراءات الإنتاج:** يمكن صنع المنتج بتكنولوجيا جديدة، أو سيورة إنتاج غير معروفة، فقد يتجسد الابتكار في شكل تجهيزات جديدة للإنتاج، أو إدخال مادة أولية مختلفة، أو تنسيق جديد بين مختلف التجهيزات.
- **الابتكار التنظيمي:** يمكن للابتكار أن يحول التنظيم إلى تنظيم يستجيب بسرعة لتدفقات الطلب وتقليص التخزين في آن واحد، يؤدي إلى تشجيع العمل الجماعي ويضمن مرونة كبيرة في إنجاز المهام، ويتطلب الابتكار التنظيمي نشاطات استثنائية من حيث التكوين داخل المؤسسة فهو يدخل تغييرات على مستوى الهيكل السلمي للمؤسسة وعلاقات العمل.
- **الابتكار في التوزيع:** يمس الابتكار في التوزيع كل العناصر التجارية للمؤسسة، وكذا النقل والمستودعات، فمن الممكن أن يكون للمؤسسة بائعين أو أعوان تجاريين خاصين بها، فيمكن أن تفتح محلات خاصة، أو تبيع بالمراسلة عن طريق الكاتالوجات والانترنت. كما يمكن أن تطور أدوات الإشهار على المستوى الداخلي والخارجي، واعتماد أساليب جديدة في مجال خدمات ما بعد البيع مثلا.

- ج - تصنيف الابتكار حسب مستوى الدخل: يمكن تقسيم الابتكار حسب مستوى الدخل على النحو التالي:
- **الابتكار التدريجي:** ويحدث هذا الابتكار من خلال تغيير بسيط على مستوى المنتج في شكله أو الوسائل المستعملة لإنتاجه، أو التغليف... الخ. فالشركات الجديدة عادة تطلق نشاطها بالاعتماد على آلات ومعدات قديمة مما يجعلها تسعى دائما للابتكار التدريجي في تجهيزاتها.
 - **الابتكار الجذري:** يمكن أن يكون الابتكار جوهريا وذو أهمية كبيرة للمؤسسة، حيث يمكن أن ينتج عنه منتج جديد بالاعتماد على آلة تطور الإنتاج أو نمط جديد تماما للبيع، وهذه الصورة من الابتكار جد نادرة، تمثل أقل من 5/ من الابتكار الموجود على مستوى المؤسسات.
 - **الابتكار التنظيمي:** وهذا الابتكار يتمثل في شكل تغيرات تحدث الواحدة تلو الأخرى داخل المؤسسة، ومن المفترض أن تحوي هذه المؤسسات على مركز أبحاث رسمي أو تقوم بعقد اتفاقيات مع تنظيمات بحث أو تنظيمات تشجع البحوث الوطنية أو الجامعية.
 - **الابتكار المتقطع:** يمكن القيام به من وقت لآخر، أي حينما يتطلب الأمر ذلك، حيث تنتظر بعض المؤسسات طلبات الزبائن من أجل تحسين المنتج أو مجانسته أو طريقة تقديمه، أو من أجل الاستجابة لضغوطات المنافسين، كما تظهر بعض الابتكارات نتيجة تنامي معاض الصناعات تستقطبهم فيها بعض المنتجات أو التجهيزات.

3- خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

3-1 تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: ويتلخص التعريف في القانون 01-18 الصادر في 12 ديسمبر 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي اعتمدت فيه الجزائر على معياري عدد العمال ورقم أعمال المؤسسة، حيث عرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات وهي³¹:

- **الأشخاص المستخدمون:** عدد الأشخاص الموافق لعدد وحدات العمل السنوية بمعنى عدد العاملين الأجراء بصفة دائمة خلال سنة واحدة، أما العمل المؤقت والعمل الموسمي فيعتبران أجزاء من وحدات العمل السنوي.

- **الحدود المعتبرة لتحديد رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة:** هي تلك المتعلقة بآخر نشاط مقفل مدة اثني عشر (12) شهرا.

- **المؤسسة المستقلة:** هي كل مؤسسة لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25% فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

- لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دينار جزائري.

- تستوفي معايير الاستقلالية.

- لقد صنف المشرع الجزائري هذه المؤسسات إلى ثلاث أصناف حسب الجدول الموالي.

الجدول (01) : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المشرع الجزائري في القانون 01-18

الصف	عدد الأجراء	رقم الأعمال	مجموع الميزانية السنوي
مؤسسات مصغرة	1-9	أقل من 20 مليون دج	أقل من 10 مليون دج
مؤسسات صغيرة	10-49	أقل من 200 مليون دج	أقل من 100 مليون دج
مؤسسات متوسطة	50-250	من 200 دج إلى 2 مليار دج	من 100 مليون دج إلى 500 مليون دج

المصدر: الجريدة الرسمية رقم 77، سنة 2001.

3-2 واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري: تتميز هذه المؤسسات بمجموعة من

الخصائص كما هو الحال في أي اقتصاد ولكن هناك بعض نقاط الضعف التي تقلل من أهميتها ودورها في الاقتصاد الوطني ، ويمكن أن نوردتها³² فيما يلي:

- انخفاض قيمة رأس المال المطلوب لإنشائها.
 - التخصص و التحكم في التكاليف، بساطة هيكلها التنظيمي و سهولة مراقبة إجراءات تسييرها
 - القدرة على تغيير القوة العاملة (من حيث التوظيف و التسريح).
 - المرونة اتجاه المحيط و التكيف مع نسيج الأسواق مما يسمح لها بالتجاوب مع متطلبات الزبائن
 - السرعة و القدرة على تغيير النشاط.
- تمثل هذه العناصر السابقة قوة لصالح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أما نقاط الضعف فنذكر منها ما يلي:
- قيادة مفتقرة للتخصص مع ضعف في قدرات التسيير، التنظيم، التسويق و الاتصال و التي تعد في أغلب الأحيان دون الحد الأدنى الذي يتطلبه الاقتصاد التنافسي.
 - ضعف معدلات التأطير.
 - اعتماد نظام اتخاذ القرار على استشارة العائلة
 - غياب الحوار حول المشتريات و المبيعات
 - ضعف وغياب قدرات الابتكار و التجديد.
 - تركيز معظم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على ممارسة النشاطات التجارية عوض النشاطات الإنتاجية
 - غالبية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي مؤسسات مصغرة تكتفي بضمان وجودها ولا تبحث عن تحقيق النمو أو التوسع كما لا تدرج التصدير ضمن أهدافها.
 - عدم التحكم في احترام المعايير في مجال الآجال و النوعية.

غير أن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحصى مع نهاية 2016 حوالي 934.569 مؤسسة تشغل قرابة 2,4 مليون عامل وينمو هذا النسيج بمعدل 50.000 مؤسسة جديدة سنويا، وفي سنة 2015 تم إنشاء 84.000 مؤسسة ما يرفع

كثافة النسيج المؤسسي إلى 23 مؤسسة لكل 1000 ساكن. ولكن نقص الخبرة الوطنية و الافتقار إلى نظام مالي يرافق فعليا برامج التأهيل لم تساعد في تحقيق هدف تنشيط هذا القطاع بالقدر الكافي.

4- تشجيع المؤسسات الابتكارية في إطار القانون 17-02 :

يظهر هذا التوجه نحو تشجيع الابتكار من خلال القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 17-02 المصادق عليه في ديسمبر 2016، المعدل والمتمم لقانون 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001³³.

حيث تضمن هذا القانون الجديد مراجعة لتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المعتمد في قانون 2001، وعليه تعرف المادة 5 المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة انتاج السلع و/ أو الخدمات تشغل من واحد (1) إلى مائتين و خمسين شخصا (250) ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 4 ملايين دينار أو يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 1 مليار دينار و كل مؤسسة لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25 بالمئة فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة³⁴.

ويتضمن كذلك نص القانون عدة إجراءات لدعم هذه المؤسسات بداية من مرحلة إنشائها ومرافقتها في مجال البحث والتطوير والابتكار وتطوير المناولة ، فضلا عن تدابير الدعم المالي لعمليات إنقاذ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي توجد في وضعية صعبة وحرحة، فضلا عن مساعدتها في تحسين النوعية والجودة وترقية الابتكار وتعزيز المؤهلات والمهارات والقدرات الإدارية والتسييرية حسب المادة (18) من القانون.

ومن بين الآليات الجديدة التي ينص القانون على استحداثها هو صندوق الإطلاق من أجل تشجيع المؤسسات المصغرة المختصة في الابتكار، حيث توجه مصاريف هذا الصندوق لتمويل مصاريف تصميم المنتج الأولي، بتغطية مصاريف البحث والتطوير والتصميم ومخطط الأعمال وغيرها³⁵.

و تنص المادة (21) على إنشاء صناديق ضمان القروض وصناديق الإطلاق وفقا للتنظيم الساري المفعول بهدف ضمان القروض الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية المؤسسات الناشئة في إطار المشاريع المبتكرة³⁶.

عموما يهدف القانون الجديد إلى تشجيع خلق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدءا من تسهيل حصولها على العقار الذي حسب المادة الرابعة، وصولا إلى انطلاق المؤسسة ومتابعتها أثناء النشاط.

أما فيما يخص المناولة فقد أولى القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 17-02 اهتماما كبيرا ، حيث اعتبر أن المناولة الأداة المفضلة لتكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقد حدد مجموعة من الأسس لترقية وتطوير المناولة في الاقتصاد الوطني.

5- نتائج البحث:

لقد سعت الدولة في سياستها لتشجيع الابتكار في المؤسسات الصغيرة وف مجال تطوير المناولة إلى مجموعة من الأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي :

- ضمان الوساطة بين الأمرين والمتلقين للأوامر .
- جمع وتحليل العرض والطلب الوطني في مجال فرص المناولة.
- تتمين إمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال المناولة من خلال برامج متخصصة تهدف إلى تحسين أدائها.
- ترقية نشاطات المناولة والشراكة من خلال دعم بورصات المناولة.
- ضمان مهمة مركز التنسيق في إطار نظام إعلامي موحد لبورصات المناولة.
- إعداد وتحيين دليل قانوني للمناولة.
- كما تقدم الوكالة المكلفة بذلك دعماً تقنياً ومادياً لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المناولة لمطابقة منتوجاتها، وذلك في إطار سياسة تطوير المناولة الوطنية.
- إن التجربة الجزائرية في دعم المقاولاتية والمؤسسات لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب الذي يساعد الاقتصاد الوطني من التبعية لقطاع المحروقات، وذلك لعدة أسباب لذا لا بد من مواصلة الجهود الرامية لذلك، ونشر ثقافة المقاولاتية بين الأفراد لتغيير نظرة طالب العمل من البحث عن منصب شغل إلى خلق مناصب شغل.

الخاتمة:

- لقد أصبح الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مطلباً حتمياً لذلك لا بد من توفير عوامل التحفيز حتى تتمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الاعتماد على المقاولاتية أو ما يطلق عليها الريادة في أنشطتها وذلك من خلال اعتماد استراتيجية تتضمن ما يلي:
- لا بد من تشجيع الابتكار والمقاولاتية وتنميتها من خلال وضع سياسة عامة تضعها الدولة وإنشاء هيكل تسعى من خلالها لترقية المقاولاتية ونشر ثقافتها.
 - يجب أن تتضمن السياسة الابتكارية ممارسات جديدة وجدية يتم اختبار جدواها عند تطبيقها على أرض الواقع بما يتماشى مع القانون 17-02 .
 - تشجيع تحويل المعرفة إلى قيمة اقتصادية ومالية (التحول من اقتصاد الموارد إلى اقتصاد المعرفة من خلال الأنظمة والمدن الاقتصادية وتشجيع المقاولاتية والاهتمام بالتكنولوجيا والعلوم).
 - تشجيع الدولة على إنشاء حاضنات التقنيات تساهم من خلال أعمالها في تنمية الاختراعات العلمية التي تتم على مستوى الجامعات والمخابر وتحويلها إلى مشروعات تجارية تتميز بالابتكارية.
 - تشجيع الشراكة بين مؤسسات التعليم (التعليم العالي ومؤسسات البحث) والقطاع الخاص، من أجل أفراد مبدعين ومبتكرين يؤسسون مشاريع مقاولاتية.
 - تشجيع الشراكة بين مؤسسات التعليم والتكوين وبين المؤسسات الاقتصادية لخلق منشآت مقاولاتية تجارية.

- إيجاد جهات تمويلية تدعم نشاط الابتكار والمقاولاتية من خلال الحاضنات والمراكز التقنية، التي يكون من خلالها جيل جديد من رواد أعمال المعرفة والتقنية، مما يساهم في إرساء القواعد التي جاء بها هذا القانون. وتبقى روح وثقافة المقاولاتية التي يجب أن يتمتع بها المجتمع هي المحفز الجوهرى للتطور والتميز والابتكار في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لذلك يجب أن يعتمد الاقتصاد مجموعة من السياسات في مختلف المجالات وجوانب حياة الأفراد لتطبيق ما جاء به هذا القانون فيما يتعلق بدعم المؤسسات الابتكارين وتشجيعها.

الهوامش:

- ¹ مروة أحمد، نسيم برهم ، "الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة" ، جامعة القدس المفتوحة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات ، القاهرة، مصر 2008، ص 07.
- ² Alain Fayolle ,le métier créateur d'entreprise, Edition D'organisation ,Paris 2003, p17.
- ³ Nadia Radjhi ,Conceptualisation de l' esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement a l'université, thèse pour obtenir docteur ,science de gestion, Université Pierre mendés France, Novembre 2011,p24
- ⁴Nadia Radjh,op,cit,p23.
- ⁵ مجدي عوض مبارك ، مرجع سبق ذكره، ص 26.
- ⁶AlainFayolle ,le métier créateur d'entreprise ,op,cit;p17-18
- ⁷ Thierry Verstraete et Alain Fayolle, paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'Entrepreneuriat ,vol 4,n^o01,2005,p38.
- ⁸Nadia Radjh, op, cit, p27.
- ⁹Alain Fayolle, le métier créateur d'entreprise ,p11
- ¹⁰ محمد بن عبد العزيز الدغيشم ، " لتفعيل مساهمة منشآت الأعمال في دعم وصناعة ريادة الأعمال" ، مداخلة مقدمة للمؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ريادة الأعمال،الرياض، العربية السعودية، سبتمبر 2014، ص42.
- ¹¹ جودي محمد علي - مرجع سبق ذكره- ص 11.
- ¹² فوزية بجاوي ، " إنشاء المؤسسة والمقاولاتية: هل هي قضية ثقافة" ، مداخلة ضمن ملتقى التكوين وفرص العمل، أبريل 2010 ، جامعة خيضر بسكره- الجزائر.
- ¹³Amina Omrane, Alain Fayolle &OlfaZeribi-Benslimane ; Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique, p 7.
- <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/3-xviiieme-conference-de-l-aims/communication>.
- ¹⁴Amina Omraneet al;p7
- ¹⁵ مجدي عوض مبارك ، مرجع سبق ذكره، ص 27.
- ¹⁶Alain Fayolle -Entrepreneuriat Apprendre à entreprendre, 2 édition ,Dunod Paris ,2012 , ;pp29;30
- ¹⁷محمد علي الجودي، - مرجع سبق ذكره- ص 12
- ¹⁸Amina Omrane, Alain Fayolle ,op,cit,p 7.
- ¹⁹ مجدي عوض مبارك - مرجع سبق ذكره- ص 29.
- ²⁰ محمد عبد العزيز الدغيشم - مرجع سبق ذكره- ص42.
- ²¹محمد علي جودي ص 13.
- ²²Thierry Verstraete, Alain Fayolle ,op,cit,p41.
- ²³Alain Fayolle- Le métier de créateur d'entreprise- op,cit,p17.

²⁴ مجدي عوض مبارك - مرجع سبق ذكره - ص 30.

²⁵ فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، " الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة"، دار الحامد، عمان- الأردن 2006، ص 07.

²⁶ نفس المرجع، ص 24.

²⁷ Rachid Zammar, op, cit, p06.

²⁸ صندرة سايب، " الابداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية- واقع وتحديات" - مرجع سبق ذكره- ص 310.

²⁹ بويعة عبد الوهاب - مرجع سبق ذكره- ص | 46.

³⁰ صندرة سايب، - مرجع سبق ذكره- ص 311.

³¹ المديرية العامة للصناعة والمناجم http://www.dipmepi-biskra.com/page.aspx?page_id=39

³² نفس المرجع.

³³ القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 17-02 ، الجريدة الرسمية رقم 02 الصادرة في 11 يناير 2017.

³⁴ نفس المرجع.

³⁵ منتدى رؤساء المؤسسات ، fce ، جانفي 2017 على الموقع - [http://www.fce.dz/wp-content/uploads/2017/01/revue-](http://www.fce.dz/wp-content/uploads/2017/01/revue-presse-24-janvier-2017-ar.pdf)

[.presse-24-janvier-2017-ar.pdf](http://www.fce.dz/wp-content/uploads/2017/01/revue-presse-24-janvier-2017-ar.pdf)

³⁶ المادة (21) ، القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 17-02 ، الجريدة الرسمية رقم 02 الصادرة في 11 يناير 2017.