

الابتكار المقاولاتي وتحدي استدامة المؤسسات المقاولاتية

أ. ياسر مرزوقي¹، أ. خالد توازيت²المركز الجامعي ميله، الجزائر¹، yassermr20@yahoo.frجامعة قسنطينة، الجزائر²، khaledtouazit43@gmail.com

النشر: 01/ 12/ 2016

الاستلام: 08 / 11/ 2016

الملخص:

في ظل التغيرات التي تشهدها البيئة الاقتصادية من تزايد كبير في المنافسة، وتطور هائل في التكنولوجيا والعمليات الابتكارية؛ أصبح من الضروري على المقاولات للنجاح واستمرارية نشاطها القيام بإنتاج سلع جديدة أو محسنة لإرضاء الزبائن وتلبية رغباتهم ومواجهة المنافسة المتزايدة، عن طريق تبني أساليب جديدة تتلاءم وطبيعة المرحلة؛ حيث يكون التجديد والابتكار المحور الأساسي لهذه الأساليب.

تؤكد الخبرة التاريخية أن أي مقولة مهما كانت إمكانياتها و قدراتها لا تستطيع المحافظة على موقعها التنافسي في السوق إذا اعتمدت الأساليب والإستراتيجيات التقليدية في عصر الثورة التكنولوجية والعولمة الاقتصادية؛ إذ لا بد للمؤسسات - لكي تبقى - في ساحة التنافس أن تعتمد الابتكار الذي يعتبر أحد أهم الركائز لبناء وتعزيز القدرة التنافسية لهذه المؤسسات واستدامتها، حيث يمكن المؤسسات من تقديم تيارات مستمرة ومتدفقة من المنتجات الجديدة وإنتاج منتجات عالية الجودة وبتكاليف منخفضة، وتسليمها في الآجال المحددة وذلك بتطوير وسائل وآليات ونظم للإنتاج تتسم بالسرعة والمرونة و وفرة الإنتاج وارتفاع الجودة.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، الابتكار، الاستدامة

Abstract :

Under changes in the economic environment of a significant increase in competition and evolution in technology and innovative processes. It has become necessary to partnership for success and continuity of activity do new or improved goods production to satisfy customers and meet satisfy their desires and face increased competition, by adopting new methods suited to the nature of the stage, where innovation and creativity the primary focus of these methods.

Historical experience confirms that any partnership their means and abilities cannot maintain its competitive position in the market if the traditional methods and strategies adopted in an era of technological revolution and economic globalization, institutions-to keep in the arena of competition to adopt innovation which is one of the most important pillars for building and enhancing the competitiveness an sustainability of these institutions, where institutions provide

continuous streams flowing from new product and produce high quality, low cost products, delivered on time and with the development of tools and mechanisms and systems production are chara characterized by speed, flexibility and an abundance of production and high quality.

Key words: partnership, innovation, sustainability

مقدمة

ترتكز المقاوله على الابتكار كمرتكز أساسي في بقائها، إذ ينتج عن الروح الابتكارية حسن استغلال الفرص المتاحة مما يدعم المنافسة في الأسواق، وزيادة القدرة على التكامل مما يعزز من فرص الأمن الاقتصادي وحماية النسيج الاجتماعي. لذلك ازدهرت المبادرات الفردية والأعمال المقاولاتية في أماكن عديدة من العالم، وقد كان تأسيس المقاولات من أهم الأسباب المسؤولة عن النمو الاقتصادي في الدول المتقدمة خلال السنوات الأخيرة.

وفي ظل العولمة الاقتصادية المستمرة والمتزايدة، أصبحت فكرة الابتكار المقاولاتي المتعلقة بالشركات والمنظمات المقاولاتية موضوع اهتمام القادة والمدراء وأصحاب الشركات والمقاولات، ليس فقط في مجال فهمهم للموضوع بل في القدرة على وضع الاستراتيجيات المناسبة لنجاح المنظمات واستمرار الميزة التنافسية لها، إذ يمثل الابتكار أحد الميزات التنافسية لمنظمات اليوم، ولكي تتجح المنظمة المقاولاتية يجب أن تضع الرؤية التي تشجع على خلق الابتكار.

وتؤدي المؤسسات المقاولاتية دورا ملحوظا في الاقتصاد حيث أنها تلبي العديد من احتياجات المجتمع من سلع وخدمات، مما يعني مساهمتها الفعالة في الناتج المحلي، إضافة إلى ذلك فإن المنظمات المقاولاتية والابتكارية تمثل أحد الحقول الدراسية المهمة والحديثة في العلوم الاقتصادية والإدارية، ويرجع اهتمام كثير من الباحثين والدارسين بهذا المجال إلى النمو الكبير الذي حققته اقتصاديات الدول الكبرى والتي اعتمدت على المشروعات المقاولاتية التي تنامت بشكل كبير، والتي تتميز بالفاعلية في الأداء وقدرة كبيرة على الابتكار والتأقلم مع مختلف الظروف والبيئات (YOGANAND, 2004).

تأسيسا على ما تقدم نحاول في هذه الدراسة تقديم مفهوم للابتكار، وخصائص وسمات منظمات المقاولات وأهم معوقات نجاحها، و نشير في الأخير إلى مقارنة الاستدامة و المقاولاتية.

مشكلة البحث:

يمثل مفهوم الابتكار المقاولاتي أحد المفاهيم الحيوية الحديثة التي لها تأثير كبير على استدامة المؤسسات المقاولاتية وتحسين موقفها التنافسي، وتطابقا مع موضوع البحث فإن التساؤلات الآتية تعبر عن مضمون مشكلة البحث وتتمثل فيما يلي:

هل هناك تأثير مباشر للابتكار المقاولاتي على استدامة المؤسسة المقاولاتية؟

وينفرد من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

• ما المقصود بالابتكار؟

ما هي خصائص وسمات المنظمة المقاولاتية؟

• ما هي علاقة الابتكار المقاولاتي باستدامة المنظمة المقاولاتية؟

اتساقا مع مشكلة البحث وأهميته صيغت الفرضيات الآتية:

• هناك علاقة ارتباط معنوية بين الابتكار والإبداع المقاولاتي.

• هناك تأثير معنوي للابتكار المقاولاتي على استدامة المؤسسات المقاولاتية.

المنهج العلمي المتبع: للإجابة على فرضيات البحث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، كأحد المناهج

العلمية لوصف ظاهرة الابتكار وأهم خصائصها وكذا تحليل العلاقة والتأثير الممكن للابتكار المقاولاتي على

استمرار وبقاء المنظمات المقاولاتية.

محتويات الدراسة:

• **أولاً: ماهية الابتكار**

1- مفهوم الابتكار

2- العوامل المؤثرة في الابتكار

3- علاقة المفاهيم القريبة من مفهوم الابتكار بالابتكار

4- أشكال الابتكار في منظمات الاعمال

5- مراحل عملية الابتكار

• **ثانياً: ماهية المقاولاتية**

1- تعريف المقاول

2- تعريف المقاولاتية

3- خصائص المقاولاتية

4- دور المقاولاتية

5- معوقات نجاح المقاولاتية

• **ثالثاً: مقارنة الاستدامة والمقاولاتية**

1- تعريف الاستدامة

أولاً- ماهية الابتكار:

1 - مفهوم الابتكار: إن أول ما يمكن قوله في هذا المجال هو غياب تعريف موحد للابتكار، فقد اختلفت التعاريف حول هذا المفهوم من مفكر لآخر، حيث عرفه (Drucker) بأنه "التخلي المنظم عن القديم"، مؤكداً على ما قاله (shampeter) من أن الابتكار هو "هدم خلاق" (جان، 2014، صفحة 69).

ونجد أن **منظمة التعاون والتنمية** تعرف الابتكار على أنه مجموع الخطوات العلمية والفنية والتجارية والمالية اللازمة لنجاح تطوير وتسويق منتجات صناعية جديدة أو محسنة، والاستخدام التجاري لأساليب وعمليات أو معدات جديدة أو محسنة أو إدخال طريقة جديدة في الخدمة الاجتماعية (محمد، 2008).

أما نجم عبود فإنه يعرف الابتكار على أنه: "قدرة المؤسسة على التوصل إلى ما هو جديد و يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق"، ويعني هذا التعريف أن تكون المؤسسة الابتكارية هي الأولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل إلى الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد، والأولى في التوصل إلى المنتج الجديد والأولى في التوصل إلى السوق (نجم، 2003، صفحة 22).

و يقصد بالابتكار كذلك القدرة على تقديم حلول جديدة بدلاً من استخدام الأساليب التقليدية بشكل مستمر (المعطي، 2005، صفحة 41).

وقد حدد القريوتي الابتكار من خلال تعريفه له على أنه يقتصر على طرح الأفكار الخلاقة والتي تمثل رؤية جديدة للأشياء أو لطرائق العمل (القريوتي، 2005، صفحة 11).

وجاء أيضاً تعريف الابتكار على أنه تطبيق تبديلات في التكنولوجيا أو توليفات التكنولوجيا التي تؤدي إلى تغيرات في المنتج، في أساليب الإنتاج، وفي التنظيم (CK.parahalad, 2008, p. 319).

"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" (بلوط، 2005، صفحة 358).

إذاً يمكن القول بأن الابتكار هو تطبيق بدائل و توليفات في التكنولوجيا تؤدي إلى حدوث تغيرات في المنتج وفي أساليب الإنتاج و التنظيم، والابتكار هو فكرة جديدة أو سلوك جديد من قبل الفرد أو إدارة المؤسسة أو السوق، فهو بذلك يعتبر مدى تمسك المقاولات بالأفكار الإبداعية المتوصل إليها وتحويلها إلى سلعة أو خدمة نافعة أو طريقة عمل مفيدة

2 - العوامل المؤثرة في الابتكار:

يمثل الابتكار الوسيلة الممتازة لخلق طاقة تتطور على المدى الطويل، وكذا الحصول على ميزة تنافسية للبقاء في ظل تذبذب المحيط الاقتصادي الراهن، وفيما يلي نذكر العوامل المؤثرة في الابتكار وهي (نجم، 2003، صفحة 417):

❖ **ضغط التكنولوجيا:** أهم هذه العوامل التي تؤثر على الابتكار هو عامل التكنولوجيا، فهذه الأخيرة أصبحت تشكل ضغطاً على المقاولات، و تفرض عليها الابتكار المستمر حتى تضمن استمرارها و تحافظ على قدرتها التنافسية.

❖ **ضغط السوق:** يمثل عنصر السوق أيضاً أحد دوافع المقاولات إلى الإبداع و الابتكار، فقد أثبتت الدراسات أن مصدر الابتكار غالباً ما يكون نتيجة لطلبات الزبائن ، ففي هذه الحالة تدخل المقاولات تحسينات وتغييرات على منتجها بغرض تكييفه مع احتياجاتهم، كما قد يكون الابتكار سببه المنافسة الشديدة في السوق، حيث تجد المؤسسة نفسها مجبرة على تبني ابتكار قوي، وأكثر تأثيراً من الابتكارات المتبناة في المؤسسات المنافسة، لتتمكن من المحافظة على حصتها في السوق والتوسع في أسواق جديدة.

❖ **المسير (القائم بالأعمال):** يؤكد شامبيتر على أن المسير هو مفتاح الابتكار إذ هو من يبادر بغرس الابتكار في المؤسسة الاقتصادية، على الرغم من أن تعدد مهامه و محدودية وقته قد يحول دون ذلك.

3 -علاقة المفاهيم القريبة من مفهوم الابتكار بالابتكار

❖ **الإبداع:** يعرف "Drucker" التفكير الإبداعي بأنه التفكير الذي يؤدي إلى رفع القيمة الملموسة والرضا التي يحصل عليها المستهلك من مورد ما، وبشكل أكثر إسهاباً، ويعرف الإبداع بأنه تطوير فوائد قيمة للمستهلك من خلال حلول تشبع رغبات جديدة لديه، أو رغبات قديمة بطريقة حديثة. ويتم ذلك من خلال استحداث أو تطوير السلع أو الآليات أو الخدمات أو التقنيات أو الأفكار، من أجل الأفراد أو الأسواق أو المجتمعات أو الحكومات. ويختلف الإبداع عن الاختراع الذي يعنى بدوره بالاكتشاف كما يختلف الإبداع عن التطوير الذي يقصد به فعل الأشياء بطريقة مختلفة (الباحة، 2006، صفحة 29).

هناك من يعرف العلاقة بين الإبداع والابتكار، بأن الإبداع هو قاعدة الابتكار، وفي هذا الإطار نجد أن (Amabile) عرفت العلاقة بين الإبداع والابتكار بأن: "كل ابتكار يبدأ بأفكار مبدعة" ، والإبداع يكون عن طريق الأفراد والفرق، والذي هو نقطة بداية الابتكار، فالإبداع ضروري لكن شرط غير كافي (YOGANAND، 2004، صفحة 311).

إن هذا التعريف يشير إلى أن هناك علاقة تلازمية بين الإبداع والابتكار، أي أن وجود أفكار مبدعة لا يكون إلا من خلال أفراد و فرق عمل مبتكرين، كما يشير هذا التعريف إلى أن المقاول هو أساس الابتكار. ويمكن أن نعبر عن العلاقة بين الابتكار والإبداع بالمعادلة التالية:

الابتكار = الإبداع + التطبيق

فمفهوم الإبداع داخل المقاولات إذا يعبر عن القدرة على تشغيل المعلومات وإعادة تنظيمها بطريقة منطقية تسمح بخلق شيء جديد، قد يتجسد في شكل منتج جديد أو تقنية جديدة للإنتاج أو خدمة جديدة، مما يسمح بالنفاد إلى أسواق جديدة.

لأجل ذلك فإن الإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين أن الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو تحويل الفكرة إلى منتج، وعلى هذا الأساس ينظر إلى الإبداع والابتكار كمرحلتين متعاقبتين.

❖ **الاختراع:** كثيرا ما يرتبط استخدام مصطلحي الابتكار والاختراع كترادفين بالتكنولوجيا، وذلك بسعيهما للتوصل إلى فكرة جديدة ومن ثم إلى منتج جديد، كما أشار إلى ذلك كل من (Mealiea and Latham) حيث اعتبرا أن الابتكار والاختراع يمكن أن يستخدموا بشكل متبادل (نجم، 2003، صفحة 418).

بينما يرى البعض الآخر أنه يجب التفريق بينهما، حيث يعرف أوكيل سعيد الاختراع على أنه "كل جديد في المعلومات العلمية"، ويرى بأن "الاختراع يمكن أن يكون نظريا في شكل قاعدة أو قانون علمي أو يكون تطبيقا في شكل طريقة حل أو معالجة مشكل معين" (baz, 2006, p. 17)

أما خليل حسن الشماخ فإنه يعرف الاختراع بأنه: "إدخال شيء جديد لهذا العالم لم يسبق له أن وجد أو سبق إليه أحد، ويسهم في إشباع بعض الحاجات الإنسانية. (محمود، 2000، صفحة 421)

من خلال هذا التعريف نستنتج أن الاختراع يقوم أساسا على عنصر الجودة، كما يجب أن يكون ملبيا لحاجة إنسانية؛ حيث كانت الحاجة وراء العديد من الاختراعات التي شهدتها البشرية، لكن مع بداية القرن العشرين أصبحت الرغبة هي أم الاختراع، فالمؤسسات لم تعد تنتظر الحاجة لتقوم بالاختراع.

أما "ديبورغ ماري" فقد عرف الابتكار على أنه تطبيق تجاري للاختراع؛ حيث أعطت مثال عن الليزر بأنه اختراع، أما الأقراص الليزرية فهو تطبيق تجاري للاختراع الليزر (Smouts, 2005, p. 164)

وحسب هذا الرأي فإنه يمكن التعبير عن الابتكار بالمعادلة التالية:

الابتكار = الاختراع + التطبيق التجاري

يمكن القول أن مفهوم الابتكار، الاختراع و الإبداع من المفاهيم التي يسهل إدراكها و يصعب الاتفاق على تعريفها. ويحظى مفهوم الابتكار بالأهمية الأكبر لدوره المباشر في تحريك عجلة الاقتصاد باعتبار أن المنتج

الابتكاري يفترض أن تكون له قيمة مضافة في المجالات المختلفة في قطاعات الصناعة التقنية أو الخدمات، وتكمن أهميته كذلك في كون الابتكار نقطة انطلاق بديهية للمقاولين للاستثمار في المنتج الابتكاري وفرصة استثمارية للمقاولات القائمة في الاستفادة من استخدامه أو تسويقه.

4 - أشكال الابتكار في منظمات الأعمال

بصفة عامة قد تأخذ الابتكارات ثلاث أشكال هي:

- ❖ **الابتكار الإداري:** الإتيان بالجديد بكل ما يتجاوز الطريقة الواحدة إلى الطرق المتعددة التي تعني أن الفاعلية الإدارية لها أكثر من طريقة لتحقيق الأهداف الإدارية بكفاءة عالية (تيقاوي، 2011، صفحة 13).
- ❖ **الابتكار التقني:** الابتكار يخلق ثروة في الاقتصاد الوطني، قاصد شكل تقنيات جديدة 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 الدينامي للاقتصاد. (الصرن، 2000، صفحة 30)
- ❖ **الابتكار الإضافي:** أشار "Alas" إلى أن الابتكار الإضافي هو عبارة عن ابتكارات مساعدة، تمتد عبر حدود البيئة التنظيمية وتتجاوز وظائف العمل الأساسية للمؤسسة (تيقاوي، 2011، صفحة 15).

5 - **مراحل عملية الابتكار:** لقد أصبح الابتكار ضرورة حتمية، تسعى إليه كل مؤسسة، مهما كانت طبيعتها، ويتم تنويع مراحله على النحو التالي (الانسانية، 2013، صفحة 37)

- ❖ **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 كآراء 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.

- ❖ **تحويل الفكرة إلى 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.

❖ **تتويج المشروع واقعيًا:** تتألف هذه المرحلة من مجموعة خطوات تقوم بها المؤسسة، حيث تبدأ هذه الأخيرة بإنتاج منتج تجريبي، يسمح لها بالتأكد من جاهزية وسائل الإنتاج الجديدة (الهيكل الإنتاجي)، 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 لا بد أن تتصف عملية التصنيع بالمرونة والقابلية، أي أنه يمكن إضافة أية تعديلات جديدة وفي أية لحظة أثناء الإنتاج، بعد اكتمال عملية التصنيع يصبح المنتج جاهزاً للولوج إلى السوق.

ثانياً: ماهية المقاولاتية

1- المقاول: يعرف بأنه " كل من يبدأ بلاشئ تقريباً، يؤسس و ينظم كيان عمل جديد، ويديره ويتحمل المخاطر المنوطة به بهدف تحقيق الربح والنمو من خلال تبني نظم الإدارة الإستراتيجية لتحقيق الهدف.

ويبين (drucker) أن هناك نوعان من المقاولين، فالأول يقوم بعمل مشروع صغير، بهدف تحقيق الربح، لا يكون مختلفاً بشكل كبير عن المشاريع المماثلة، ومثال ذلك مشروع ورشة إصلاح سيارات أو مخبزة . أما الثاني، فإنه يكون مبتكراً مبدعاً في أفكاره، فيخرج لنا مقاول مبتكر، ليغامر ويفتح به مجالاً جديداً على المجتمع، لعله ينجح نجاحاً كبيراً. وهذا النوع الثاني ما يطلق عليه " التعلم بالتجربة (الباحة، 2006، صفحة 16)

و المقاول وفقاً لدراسات قام بها أمار بهايد من جامعة هارفارد الأمريكية، شخص فذ غير عادي، يعتبر المقاولاتية الهدية التي يقدمها للعالم، تاركاً بصمته للجميع. فالمقاول هو الشخص الريادي الذي لا يرغب في جمع المال وتوفير معيشة طيبة له ولأسرته فقط، وإنما هو شخص مستعد لتحمل المخاطر الجمة، ليقدم هديته للآخرين، دون انتظار لمردود أو عائد مضمون. وعلى الرغم من ذلك، فالمقاول الريادي يريد أن يصبح شديد الثراء، فضمن قائمة أثري أثرياء العالم نجد أسماء الرياديين تحتل الأغلبية دائماً (الباحة، 2006، صفحة 18).

ولقد تعددت المقاربات التي تناولت المقاول من عدة جوانب، وهي:

❖ **المقاربة الوظيفية:** هذه المقاربة التي يمثلها "Shumpeter" وهو الأب الحقيقي للحقل المقاولاتي من خلال نظريته " التطور الاقتصادي"، هذا الأخير اعتبر المقاول شخصية محورية في التنمية الاقتصادية، يتحمل مخاطر من أجل الإبداع، وخاصة خلق طرق إنتاج جديدة (جان، 2014، صفحة 102).

❖ **المقاربة التي تركز على الفرد الهادف إلى إنتاج المعرفة:** والتي تركز على الخصائص البسيكولوجية للمقاول مثل الصفات الشخصية والدوافع والسلوك بالإضافة إلى أصولهم ومساراتهم الاجتماعية وقد سلط

weber الضوء على أهمية نظام القيم ودورها في إضفاء الشرعية وتشجيع أنشطة المقاولاتية كشرط لا غنى عنه للتطور الرأسمالي (baz، 2006، صفحة 15).

❖ **المقاربة العملياتية أو التشغيلية:** والتي أظهرت القيود المفروضة على المقاربة السابقة، واقترحت على الباحثين الاهتمام بماذا يفعل المقاول، وليس شخصه.

2 - المقاولاتية:

وكما تعددت تعريف المقاول تعددت أيضا التعاريف التي تناولت المقاولاتية وفيما يلي بعضا منها:

قام "Alain fayol" بتعريف المقاولاتية على أنها " حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم الأكادة أي تواجد الخطر، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي. أما بالنسبة للإنجلو ساكسون وخاصة الأمريكيون فقد استعملوا المصطلح منذ سنوات التسعينات، إذ نجد أن البروفيسور "Howard Stevenson" بجامعة Harvard يوضح بأن: "المقاولية عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها" (سايبى، 2014، الصفحات 6-7).

من التعبيرات التي لفتت انتباه الباحثان عن ماهية المقاولات وقد تفتح شهية البعض لمزيد من البحث، ما أشار إليه بير (per, 2005, p. 62) في محاولة تعريفه المقاولات، أن البحث في المقاولات هو متعة رائعة، وذكر أنه افنتن بها لثراء هذه الظاهرة، حيث تتضمن المقاولاتية جميع الوظائف والأنشطة والأفعال المرتبطة مع إدراك الفرصة وخلق المنظمات التي تستثمرها وهكذا يمكن تطبيق عملية الريادة في جميع المنظمات المقاولاتية.

وينكون مفهوم المقاولاتية من ثلاثة أبعاد (سلمان، 2011، صفحة 4):

1- **الإبتكارية (Innovativeness)** : تمثل الحلول الإبداعية غير المألوفة لحل المشكلات وتلبية

الحاجات، والتي تأخذ صيغا من التقانات الحديثة.

2- **المخاطرة Risk**: وهي مخاطرة عادة ما تحتسب وتدار، وتتضمن الرغبة لتوفير موارد أساسية لاستثمار

الفرص مع تحمل المسؤولية عن الفشل وكلفته.

3- **الإستباقية Proactiveness**: وتتصل بالتنفيذ مع العمل في أن تكون الريادة مثمرة.

إذن فالمقاولاتية هي الأفعال و العمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، أو تحسين منتج قديم، من أجل إنشاء ثروة، من خلال الأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر، و التعرف على فرص الأعمال، و متابعتها و تجسيدها على ارض الواقع.

3- خصائص المقاولات: وعلى الرغم من تعدد واختلاف المعايير المستخدمة في تعريف المشروعات المقاولاتية من جانب، والخلاف على أهميتها ودورها الاقتصادي والاجتماعي من جانب آخر، إلا أن لهذه المشروعات خصائص ومزايا جعلتها على قدر من التميز والأهمية لدورها البارز في تنمية المجتمع، وتظهر أهميتها عبر استثمار الطاقات والإمكانات، وتطوير الخبرات و المهارات باعتبارها أحد أهم روافد العملية التنموية. كما أنها من أبرز المصادر التي توفر فرص عمل في الاقتصاد. ومن أبرز خصائص المقاولات في خدمة المجتمع و تنميته نذكر (المحروق، 2011، صفحة 4):

- ❖ مالك المنشأة هو مديرها (Owner is Manager).
- ❖ تدني حجم رأس المال المطلوب لتنفيذ مثل هذه المشروعات.
- ❖ تعتمد هذه المشروعات على عناصر العمل بصورة اكبر، وبذلك توفر فرص عمل أكثر.
- ❖ تساعد على الارتقاء بمستويات الادخار والاستثمار.
- ❖ المرونة والمقدرة على الانتشار الجغرافي.
- ❖ المرونة والمقدرة على التكيف مع المتغيرات الاقتصادية والسوقية.
- ❖ تعد المشروعات الريادية مكملتها لبعضها وللمشروعات الكبيرة على حد سواء.
- ❖ حقل ملائم للتدريب وبناء الخبرات المتكاملة.
- ❖ سهولة الدخول والخروج من السوق.

4- دور المقاولاتية: ويتميز دورها الذي يستند إلى خصائصها فيما يلي (المحروق، 2011، صفحة 7) :

- ❖ تعد المصدر الرئيس لتوفير الوظائف في الاقتصاديات المتقدمة والنامية على حد سواء، بعد أن انحصرت هذه الوظيفة سابقاً بالدولة المهتمة بضرورة توفير وخلق فرص العمل لمواطنيها.
- ❖ تمثل بذورا "أساسية للمنظمات الكبيرة.
- ❖ تساعد على تطوير وتنمية المناطق الأقل حظاً في النمو والتنمية وتدني مستويات الدخل وارتفاع معدل البطالة و تساهم في بعث الإبداعات والأفكار الجديدة.

لقد دفعت المزايا والخصائص التي تتمتع بها المقاولات والدور المتميز لها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية الحكومات ومنظمات الأعمال في مختلف دول العالم لتحفيز هذا النوع من المشروعات وتوفير وسائل الاستقرار والنمو المستدام نظراً لما تتمتع به من دور ولاسيما في مجال مكافحة مشكلات الفقر والبطالة ومن هنا كان لزاماً على الدول أن تعمل على دعم المشروعات المقاولاتية ليس من أجل استمرارها فقط ولكن لتنفيذ وتفعيل

وبرامجها التنموية الاقتصادية الاجتماعية خصوصاً في ظل ما تعانيه دول العالم اليوم من أزمات مالية واقتصادية وارتفاع معدلات البطالة.

من أجل ذلك وخلال السنوات الأولى لهذا القرن تكاثف اهتمام معظم الدول العربية بالمقاولات وتذليل العراقيل التي تحد من تطورها، واتخاذ إجراءات لتشجيع وتطوير هذا النوع من المنظمات. بعد إدراك أهمية تفعيل وتعزيز المبادرات وأداء المقاولات لدورها الفاعل في التنمية، ولتكون محركاً للعجلة الاقتصادية في ظل الانكماش الاقتصادي الذي تواجهه المنظمات الضخمة التي تعمل حالياً على إعادة رسم إستراتيجيتها وهيكله خطط عملها بما يتلاءم مع التحديات العالمية للأزمة المالية، في حين أن حجم تمويل هذه المشروعات لا يتطلب موارد كثيرة وهي تعمل في نطاق مصغر ومن السهل السيطرة عليها وتوقع نتائجها، لذلك قامت العديد من الدول العربية بمبادرات كبيرة لدعم المقاولات.

5- معوقات نجاح المقاولات: يواجه نمو وتطور المشروعات المقاولاتية في جميع أنحاء العالم مجموعة من المشكلات، التي تتفاوت من دولة إلى أخرى ومن قطاع إلى آخر ومن فترة زمنية إلى أخرى، وعبر مراحل عمر المشروع المختلفة ذاته. ويمكن تصنيفها وفق مصادرها إلى مشكلات خارجية خارجة عن إرادة مالك المنظمة والتي تحدث بفعل تأثير عوامل وتغيرات خارجية، أو مشكلات داخلية ناجمة من خلل إداري (المحروق، 2011، صفحة 4)

-المعوقات الخارجية وأهمها مايلي:

- ❖ صعوبة الحصول على التمويل في بدء المشروع ، وصعوبة زيادة رأس المال في مراحل التطوير .
- ❖ ارتفاع كلفة رأس المال كلفة الاقتراض والتمويل
- ❖ ارتفاع معدلات التضخم وتأثير ذلك في ربحية المشروع وقدرته على المنافسة .
- ❖ التمويل : تواجه المقاولات صعوبات تمويلية بسبب حجمها ونقص الضمانات، وبسبب حداتها.
- ❖ الإجراءات الحكومية والبيروقراطية خاصة في الجوانب المتصلة بالإجراءات وبتنظيم عمل المقاولات.
- ❖ ضعف الإطار القانوني وتشريعي ينظم عمل المقاولات
- ❖ ارتفاع الضرائب وعدم توافر البيانات الكافية عن هذه المشروعات مما يجعل المشكلة ذات وجهين .
- ❖ ندرة الموارد الأولية المحلية .
- ❖ عدم القدرة على اتباع إستراتيجية تسويقية واضحة وشاملة بسبب ارتفاع كلف التسويق .
- ❖ عدم ملائمة بعض التشريعات والقوانين .
- ❖ مشكلات تتعلق بجودة الإنتاج مما يؤثر في القدرة التنافسية.

-المعوقات الداخلية وتتجم من أسباب ترتبط بشخص مالك ومدير المشروع من جانب، وبالمشروع ذاته من جانب آخر .ومن أبرزها:

- ❖ ضعف قدرات أصحاب المشروعات الريادية في النواحي المالية والإدارية والتسويقية وربما الفنية كذلك .
- ❖ عدم قناعة اصطحاب المشروعات في التدريب وفي إمكانية تطوير المهارت .
- ❖ ضعف التسويق وعدم القدرة على تجديد وتحديث قنوات التوزيع بصورة مستمرة:

2 -صفات المقاول: لعل القاسم المشترك بين المقاولين الذين يحققون النجاح هو تمتعهم بالصفات الخمسة التالية التي يذكرها مؤسس علم الإدارة الحديث بيتر (دركر 1985) (الباحة، 2006، صفحة 20/19):

• **التركيز على السوق:** يفاجأ بعض المقاولين في بداية مشروعه بأن منتجه أو خدمته المبتكرة يتم استخدامها في غير الغرض المخصصة له. والمقاول الناجح هو الذي يركز على السوق بعين ثاقبة، فيتخلى بسرعة عن الغرض الأصلي ليجعل الأسواق تقوده إلى الشريحة السوقية الأكبر والغرض الجديد الذي فرضته عليه جموع المستهلكين.

فعلى سبيل المثال فإن المشروب الشهير " سفن أب" عندما طرح بالأسواق لأول مرة، بيع في الصيدليات باعتباره دواء لعسر الهضم، ولكن المستهلك سرعان ما اعتبره مشروب منعش، مما أدى بالشركة لبيعه على الأساس الجديد، لكي يتحول إلى مشروب عالمي منعش في العصر الحديث.

• **التركيز على البعد المالي:** في المرحلة التالية من المشروع المقاولاتي، وعلى الرغم من نجاح المرحلة الأولى وزيادة الطلب على خدمات ومنتجات المقاوله بشكل كبير، يذكر "دركر" أن نمو العمل السريع يتطلب سيولة نقدية كبيرة، تؤدي إلى عدم القدرة على تلبية الطلب المفاجئ، مما يؤدي في النهاية إلى تعثرها أو بيعها أو الحاجة إلى إدخال شركاء ممولين بشكل عاجل، وما إلى ذلك من حلول تحقق حل مشكلة نقص السيولة المالية بشكل يفقد المقاول الكثير من نجاحه، فالمقاول الناجح له رؤيا واضحة لجميع الاحتمالات المالية، ويكون مستعداً بخطط عمل لكل تصور.

• **المقدرة على بناء فريق العمل الإداري:** ينجح المقاول في الإعداد لفريق العمل الإداري قبل الحاجة إليه بزمان كافي. فالمقاوله الناجحة تنتج المنتج المناسب أو الخدمة المناسبة وتقدمه للعميل المناسب، بالسعر المناسب، في زمن يسبق الآخرين من المنافسين بمدة زمنية كافية، لكي تحقق النجاح والنمو، ولو أخفق الريادي في التنبؤ بهذا النمو السريع لاضطر إما إلى أن يقف موقف المتفرج، أمام احتياجات الإدارات المالية والتسويقية و إما أن يعتقد أنه مؤهل للعمل في جميع التخصصات المالية والفنية والتسويقية .

التركيز في مجال التخصص: المقاول الناجح يقوم بتفويض العمل لفريقه الإداري، فالمقاول الذي يستطيع أن يقوم بجميع المهام عندما يكون مشروعه صغيراً في البداية، سرعان ما يبدأ بتطوير ذاته، ويترك المهام المختلفة للعاملين الجدد معه بحسب تخصصاتهم، ليركز على مجال تخصصه فقط

• **الاستعانة بالخبرات الخارجية:** يتعطش المقاول دائماً إلى المشورة الخارجية الحرة الصادقة، أثناء تنمية مقاولته، فالمقاول لا تحتاج إلى مجلس إدارة أو لجنة تنفيذية لكي تحصل على المشورة، وإنما تحتاج إلى أناس مخلصين، يناقشهم في مواطن القوة والضعف، والاحتياجات الأساسية لمؤسسته الريادية.

ثالثاً-مقاربة الاستدامة والمقاولاتية:

1- **تعريف الاستدامة:** استخدم هذا المصطلح في عصرنا الحاضر في ثمانينات القرن الماضي، و هذا ما قاد اللجنة العالمية للبيئة Brundtland و التابعة للأمم المتحدة في عام 1987 إلى تعريف الاستدامة على أنها " التطور المستمر للموارد و المحافظة عليها لمقابلة الاحتياجات الحالية دون المساس في فرص و حاجات الأجيال القادمة(lynelle, 2001, p. 26) .

ولكن هذا التعريف لم يصمد طويلاً تجاه التساؤلات المثارة حول ماهية الاستدامة و أهدافها، و كيفية إنجازها للوصول إلى ما تسعى إليه مختلف المنظمات، لذلك كان هناك ولادة لتعريف جديد يتوافق مع إمكانية الإجابة على هذه التساؤلات و في الإشارة إلى أنها " تحسين نوعية الحياة الإنسانية و بما يضمن القدرة على دعم النظام البيئي(www.en.wikipedia.org, 2012) .

الاستدامة تعبر عن كيفية تحقيق النمو الذي يأخذ بعين الاعتبار ويراعي الجانب الإنساني بكل أبعاده، الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية ولن يتم ذلك دون القضاء على كل أشكال الاختلافات والفوارق سواء كانت داخل نفس المجتمع، أي بين مختلف الفئات التي تشكله وكذلك بين دول الشمال والجنوب أو بين مختلف الأجيال (BRODHAG, 2004, p. 03)

وهناك من يستنبط من تعريف لجنة **برونتلاند** تعريفاً آخر للاستدامة ويرى أنها عدم استمرارية الأنماط الاستهلاكية الحالية في الشمال أو في الجنوب والاستعاضة عنها بأنماط استهلاكية وإنتاجية مستدامة، وبدون تحقيق مثل هذه التطورات فلا مجال لتطبيق حقيقي لمفاهيم التنمية المستدامة الشاملة (J ballet, 2003) " وهناك من يرى أن الاستدامة هي " موضوع معقد وأحياناً يساء فهمه واستخدامه، فالنسبة للعديد من الأفراد تترجم الاستدامة بالقدرة على التعامل مع البيئة بأسلوب صحيح، ولا يعني ذلك فقط تخفيض أو تقليل العوادم والحماية وتكرير العوادم أو النفايات .وتتطلب عملية فهم وتطبيق الاستدامة إدراكاً جديداً للعالم ونظمه الطبيعية وإدراكاً لتأثير تصرفاتنا على الموارد وعلى الأجيال القادمة. (العرييد، 2008، صفحة 187/188)

2- أنواع الاستدامة: يصنف الباحثون أنواع الاستدامة إلى مايلي:

أ - **الاستدامة الاقتصادية:** الاستدامة حسب البعد الاقتصادي هي " حماية القدرات الإنتاجية وتوفيرها وضمانها من جيل لآخر يمكن للمجتمع ما أن يكتسب التنمية بشكل لا متناه سواء من جانبه التقني والتكنولوجي أو من جانب القدرة على ضمان مستويات دخل متنامية من جيل لآخر (GODARD, 2007) .

ب- **الاستدامة البيئية:** وهي " أسلوب تنمية يقود حتما إلى حماية الموارد الطبيعية الضرورية لضمان حماية البشر كالماء والهواء والأرض والتنوع البيولوجي بحيث لا يقود إلى تدهورها بشكل محسوس عن طريق التلوث وتراكم ثاني أكسيد الكربون والقضاء على طبقة الأوزون والقضاء على المساكن الطبيعية التي تسمح بضمان التنوع البيولوجي ويكون ذلك عن طريق محاربة التلوث والتقليل من استهلاك الطاقة وحماية الموارد غير المتجددة (Smouts, 2005، صفحة 5).

ففي البعد البيئي يركز البيئيون في مقارنتهم للتنمية المستدامة على مفهوم الحدود البيئية، والتي تعني أن لكل نظام بيئي طبيعي حدودا معينة لا يمكن تجاوزها من الاستهلاك والاستنزاف وإن أي تجاوز لهذه القدرة الطبيعية يعني تدهور النظام البيئي بلا رجعة. وبالتالي فإن الاستدامة من المنظور البيئي تعني دائما وضع الحدود أمام الاستهلاك والنمو السكاني والتلوث وأنماط الإنتاج السيئة واستنزاف المياه ... (العايب، 2010، صفحة 63)

ج- **الاستدامة الاجتماعية:** إن أية مقالة تسعى لتحقيق الربح عليها أن تعمل كذلك لان تكون مقبولة اجتماعيا، وفق هذا البعد، فالاستدامة هي " القدرة على توفير الموارد والحقوق التي تسمح للبشر بضمان الرفاهية في العيش كالحصول على الحاجيات الأساسية من أكل وصحة وتربية وتعليم وسكن وكذلك الحصول على الخدمات والسلع سواء كانت عينية أو معنوية والمساهمة في الحياة السياسية وحماية حقوقهم.

ويرى (الغالبى والعامري) بأنها: "عقد بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر لها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق الكثير من فرص العمل وحل الكثير من المشاكل (المواصلات، الإسكان، الصحة) وغيرها من الخدمات (العامري، 2002، صفحة 216).

3- **الابتكار محدد رئيسي لاستدامة المقاولاتية:** إن الرغبة و الحاجة للمزيد من استدامة الأعمال في المقاولات يؤدي إلى خلق نوع من التحدي ، لتكون هذه التحديات بمثابة الرابطة القوية ما بين الاستدامة والابتكار لاقتناص الفرص المتاحة، كونها تمثل الحلول الجديدة و المبتكرة المناسبة للاستجابة إلى رغبات وحاجات الزبائن، و التوافق مع المتطلبات البيئية و الاجتماعية لاقتناص الفرص المربحة المتاحة في السوق.

لقد أصبحت الاستدامة من الأولويات الإستراتيجية لمنظمات الأعمال في القرن الواحد والعشرين، لما لها من تأثير بعيد الأمد في نجاح المنظمة و توافقها مع المتطلبات التي تتطلبها بيئة الأعمال في عالمنا المعاصر، كون نجاح المنظمة و قبولها من طرف المجتمع بمقدار إسهامها في تحسين البيئة و المحافظة عليها و متوافقة في نفس الوقت مع حاجات و رغبات الزبائن، وقد بات من الواضح أن استخدام مصطلح الاستدامة في الوقت الحالي يمثل مجال واسع من الالتزامات و الأفعال المتقابلة ما بين منظمات الأعمال بشتى تخصصاتها و أنشطتها المختلفة من جانب، و المجتمع عبر ممارسات أفراده اليومية و بجميع أشكالها من جانب آخر.

و توافقا مع التوجهات المعاصرة في النظرة إلى البيئة و حمايتها، و بروز مفاهيم تواكب التوجهات الاجتماعية و المستندة في جوهرها على المعايير الاقتصادية، فقد عرفت على أنها " استراتيجيات التطوير المعتمدة من قبل منظمة الأعمال لتحقيق هدفين في وقت واحد ، يتمثل الأول في دعم ولسناد البيئة، و الثاني توليد و تحقيق الأرباح. (Kotler&Armstrong, 2007, 634)

ما يستلزم على المقاول العمل على توافقها الإيجابي مع البيئة المحيطة بها و تحديدا البيئة الطبيعية باعتبارها مصدر مدخلاتها الأساسي في سلسلة العمليات التي تقوم بها من جانب، و منطلقة من كون المقاول هي بمثابة " مواطن " تحرص على رعاية البيئة و حمايتها و عدم الاضرار بها باعتبارها جزءا من البيئة من جانب آخر. كما أنها تسعى إلى تحقيق الربح باعتباره هدفا استراتيجيا للبقاء و الاستمرار.

و الجدير بالذكر أن العديد من منظمات الأعمال تنظر إلى الاستدامة على أنه تعبير عن المسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها تلك المنظمات، لكن الحقيقية المدركة لاحقا هي أن الاستدامة تعني في حقيقتها إستراتيجية الأعمال المتقدمة نحو تحقيق الابتكار من أجل اكتساب ميزة تنافسية، ولا شك بأن التحديات التي تواجه منظمات الأعمال ستكون بمثابة البداية المنطقية نحو الابتكار، لكي تتمكن من تجاوز القيود المفروضة عليها من البيئة العامة و البيئة التنافسية المحيطة بها، بالاستعانة على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات . إن التوجهات الحكومية من خلال ترسانة القوانين التي تحدد عمل المقاولات في بيئتها المحلية أو الخارجية، يمكن أن تكون بذات الوقت القوة الدافعة في أغلب الأحيان لتحقيق الابتكار في الأعمال لتحقيق الاستدامة ، والتي ستكون بمثابة تحدي للمقاولات و لزيائنها عندما تفرض عليها شروط و التزامات يتوجب إنجازها على مستوى الأعمال و المنتجات التي تقدمها.

و في نفس السياق فإن المقاولات التي تركز جهودها على تحقيق الاستدامة يدفعها قدما نحو اعتماد تكنولوجيا متقدمة و جديدة، تكون قوة دافعة نحو الارتقاء بمستوى عمليات الإنتاج و تحسين مستوى المخرجات المنجزة. و

في الوقت الحالي فإن التكنولوجيات الحديثة تعني في جوهرها تخضير الأعمال و التوجه نحو المنتج و الخدمة الصديقة للبيئة، ما مثل جزءا مهما من عملية الابتكار.

الاستنتاجات :

❖ لم تعد الاستدامة اجتهاد شخصي للقائد الإداري للمقاولة أو استجابة لتأثير الضغوط الخارجية فحسب، بل أصبحت منهاجا استراتيجيا وجب التنقيف به في المقاولات و تبنيه وفق معايير الجودة المرتبطة بالإنتاج والبيئة، و بالتالي فالاستدامة موضوع يرقى لأن يكون جزءا من رسالة المقاولة ليتم التعبير عنه بإجراءات فعلية في التنفيذ.

❖ الربط بين الاستدامة و الابتكار لا يعني الدمج بين فكرتين أو توجيهين فحسب، بل هي استشراف لمسار جديد و استراتيجي لعمل المقاولات يتوافق مع إرادة المجتمع و رغبته في العيش في بيئة نظيفة و آمنة.

❖ تقوم المقاولاتية على الابتكار وتقديم أفكار إبداعية سباقة ذات تميز ومخاطرة عالية.

❖ تشكل المقاولاتية عاملا للاستقرار والتنمية الاجتماعية والاقتصادية بما توفره من فرص عمل.

❖ يركز نمو الاقتصاد على القدرة على الابتكار وإنشاء المشروعات الريادية وتقديم فرص استثمارية جديدة باستمرار مما يعزز القدرة التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة.

❖ تزايدت أهمية المقاولاتية في التنمية الاقتصادية بعد تشجيع المبادرات الفردية لدورها في توفير فرص العمل والحد من الفقر واستثمار وتطوير رأس المال البشري وزيادة القيمة المضافة.

❖ الابتكار هو الخيار الإستراتيجي الأكثر ضماناً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولقد بينت الدراسات المختلفة أن أكثر الابتكارات في القرن العشرين هو نتاج مخترعين مستقلين و مقاولات صغيرة الحجم.

❖ الابتكار في المنتج يُعتبر بالنسبة للمؤسسة خطة دفاعية تضمن ديمومتها التنافسية، وبهذا فإن للابتكار هدف أساسي وهو إعطاء المقاولات مميزات وقدرات تنافسية تميزها عن المنظمات الأخرى

❖ احتلال استراتيجيات الابتكار مكان الصدارة في المقاولات إنما ينبع من طبيعة هذه المؤسسات ومحدودية مواردها بالمقارنة مع المؤسسات الكبيرة، فمن خلال الابتكار المستمر يمكن أن تضمن لنفسها كياناً في السوق، وأن تصنع لنفسها سوقاً خاصة بها، وأن تخفض سعر التكلفة بما يضمن لها الاستمرار أمام المقاولات الكبيرة.

❖ يبقى عائق القدرة على تمويل الابتكار إحدى القيود المفروضة على المؤسسات الاقتصادية، والتي تحد من قدرتها على الابتكار، حيث نجد أن الكثير من المؤسسات تعاني من هذه الإشكالية.

التوصيات:

- ❖ تعزيز دور الجامعات للجهود المقاولاتية المستندة إلى اقتصاد المعرفة والى قاعدة متقدمة للبحث والتطوير وبيئة لتشجيع الابتكار، تديم التطور التقني والتحسين المستمر .
- ❖ تقديم برامج الدعم الإداري والفني والاستشاري عن طريق الدورات والندوات والمؤتمرات العلمية ودراسات التقييم للفرص الاستثمارية وجدوى المشروعات.
- ❖ وجود بنية أساسية تعليمية وعلمية وتقنية ومعلوماتية حديثة، مع توفير قاعدة للموارد البشرية المؤهلة والقادرة على تنفيذ الأفكار المبدعة، مع أهمية تبادل الأفكار بين المؤسسات الأكاديمية والمنظمات المقاولاتية.
- ❖ تقديم الدعم التمويلي والإداري اقتصاديا "وتحويلها إلى مشروعات منتجة.
- ❖ دعم غرف الصناعات المحلية، وتبني براءات الاختراع من أجل أن يكون الابتكار ثقافة في المجتمع.

قائمة المراجع:

1. الانسانية، ك. ا. (2013). *الثقافة المقاولاتية*. المغرب: جامعة الحسن الثاني عين الشوق.
2. الباحة، ج. (2006). *ريادة الأعمال*. المملكة العربية السعودية.
3. الصرن، ر. ح. (2000). *إدارة الابداع والابتكار*. عدن، اليمن: دار الرضا.
4. العامري، ط. م. (2002). *المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية*. مجلة وقائع المنظمة العربية للتنمية الادارية. 216,
5. العايب، ع. ا. (2010). *التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة*. سطيف الجزائر.
6. العريبي، ع. ف. (2008). *المحاسبة عن التنمية المستدامة من منظور الشركات الانتاجية*. المجلة العربية للإدارة (2) 28, 187/188.
7. القريوتي، م. ق. (2005). *إدارة الابداع*. جامعة الإسراء (Performer)، الأردن.
8. المحروق، م. (2011). *سياسات حماية المنشآت الصغيرة والمتوسطة*. الرياض، مركز الملك فيصل للمؤتمرات، المملكة العربية السعودية.
9. المعطي، ي. ي. (2005). *تسويق المعلومات في مواجهة معلوماتية تتنافس وموارد تتناقص*. مجلة النادي العربي للمعلوماتية (العدد 41، 4).
10. بلوط، ح. ا. (2005). *المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسة*. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية.
11. تيقاوي، ا. (2011). *دور التغيير التنظيمي في تطوير الابتكار في المؤسسات الحديثة*. م. و. دحلب (Performer)، البلدية، الجزائر.
12. جان، م. د. (2014). *الابتكار*. ز. ع. سيد (Trans.)، القاهرة، مصر: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة.
13. سايبى، ص. (2014). *الابداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية واقع وتحديات المؤسسات*. مجلة جامعة قسنطينة. 6-7، (42)
14. سلمان، ا. ع. (2011). *نمو المؤسسات الاقتصادية بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي*. جامعة ورقلة، الجزائر.

15. محمد ط. م. (2008). دور وأهمية الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة .
(جامعة حسبية بن بو علي (Performer), الشلف, الجزائر).
16. محمود, خ. م. (2000). *نظرية المؤسسة*. عمان، الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع.
17. نجم, ن. ع. (2003). *إدارة الابتكار-المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة*. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
18. (2012). Retrieved fivrier 2017, from www.en.wikipedia.org.
19. baz, J. e. (2006). Innovation and entrepreneurship: An empirical study of Moroccan. 17.
20. BRODHAG, c. (2004, septembre). *development durable-responsabilite societable des entreprises*. (u. d. geneve, Performer) geneve, suisse.
21. CK.parahalad, M. k. (2008). *the new age of innovation*. USA: grawhil edition.
22. GODARD, O. (2007). *L'entreprise économique du développement durable-politique de l'environnement*. france enjeux.
23. J ballet, J. d. (2003, sebtembre). *le developement socialement durable un moyen d integrer capacites et durabilite*. (u. d. pavié, Performer) pavié, italie.
24. lynelle, p. (2001). sustainability at hawlett-packard. *management review* , 43 (3) , 26.
25. per, d. (2005). what is entrepreneurship? *international studies in entrepreneurship* , 16, 62.
26. Smouts, m. c. (2005). *le developement durable*. france: edition armand colin.
27. YOGANAND, H. A. (2004). *Inovation In Inovation: reflections on partnership, institutions and learning*. India: CPHP-crop post harvest programme, south asia.

