الإبتكار والإبداع في قطاع المقاولات "دراسة التجربة الوطنية و تجارب دولية رائدة

Innovation and creativity in the Contracting sector - Study of national experience And leading international experiences-

د.طويل آسيا[1]، د. تيتام دليلة[2]

[1] جامعة لونيسي علي -البليدة 2-، assia.roma@hotmail.fr

[2] جامعة لونيسي علي -البليدة 2-، tidalila@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2018/06/01 تاريخ القبول: 2019/05/30 تاريخ النشر: 2019/12/01

ملخص: إن الإبتكار والإبداع أصبحا في الآونة الأخيرة من أهم اهتمامات المؤسسات التي تسعى إلى التميز وتعزيز تموقعها في السوق الوطنية أو الدولية، من خلال صياغة أفكار جديدة و محاولة تجسيدها على أرض الواقع. ومن هذا المنطلق تسعى بعض المقاولات الجزائرية باختلاف نوعها سلعية كانت أو خدمية أو حجمها على توليد أفكار جديدة العمل على تجسيدها للوصول إلى قمم النجاح.

وتوصلنا من خلال هذه الورقة البحثية أن المقاولات الجزائرية غالبيتها لا تلجأ إلى الابتكار بل في الغالب تستورد التكنولوجيا من الخارج بينما معظمها تلجأ إلى الإبداع على أكثر تقدير من خلال إدخال تحسينات على المنتج أو تطويره بما يتوافق مع رغبات الزبون.

الكلمات الدالة: الابتكار، الإبداع، المقاولات.

Abstract:

Innovation and creativity have become the most important concerns of the institutions that seek to differentiate and enhance their position in the national or international market by formulating new ideas and trying to reflect them on the ground.

From this point of view, some Algerian enterprises are seeking different types of goods, services, or their size to generate new ideas and work to embody them to reach the heights of success.

Through this paper, we found that most Algerian companies do not resort to innovation, but often import technology from abroad, while most of them resort to creativity at most through improvements to the product or development in line with the wishes of the customer

Keywords: innovation, creating, contracting company.

المؤلف المرسل: د.طويل آسيا، **الإيميل**: assia.roma@hotmail.fr

I. مقدمة

لقد أصبح الإبداع والابتكار ضرورة ملحة بالنسبة للدول لتعزيز نموها الاقتصادي خاصة في ظل التحديات الراهنة التي يعرفها العالم وكذا التغيرات التقنية المتسارعة والتطور الحاصل في ثورة المعلومات ، كل هذا جعل للإبداع و الابتكار مكانة معتبرة في السياسات التي تعتمدها الحكومات و كذا المؤسسات.

إن العولمة الاقتصادية و ما انجر عنها من تغيرات خاصة التوجه نحو اقتصاد السوق يجعل كل الأطراف الفاعلة في المحيط خاصة المؤسسات و الأفراد تسعى للتأقلم مع التغيرات الحاصلة في العالم وخاصة التطورات التكنولوجية (**Soumia GACEM, & Khaled KHEBBACHE, 2018**)، مما يجعل المقاولات تعمل جاهدة من أجل تحقيق التقدم من خلال خلق القيمة المضافة في السلع/الخدمات التي تقدمها حيث الإبداع لم يعد خياراً بل أمراً ضرورياً وملحًا للمؤسسات التي تسعى البقاء و لما لا الريادة في السوق.(**نيقين، 2016، ص 3**)

وثم ينبثق من إشكالية الدراسة تساؤل رئيسي :**هل المقاولات الجزائرية تطبق حقيقة الإبداع والإبتكار في المنتجات/الخدمات التي تقدمها؟**

بالتالي تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة تموقع الجزائر في مجال الإبداع و الابتكار بالنسبة للمقاولات باختلاف نوعها حتى نقف على مكانتنا أمام الدول الأخرى ،كما سنحاول التعرض لمجموعة من التجارب الوطنية و الدولية لتحديد الاختلاف .

فرضيات الدراسة:

- المؤسسات الجزائرية لا تهتم بعنصر الإبداع؛
- السياسة الوطنية لا تشجع الإبداع.

أولا/ الإطار النظري للدراسة:

II. ماهية المقاول و المقاولاتية:

تعد المقاولات في العصر الحالي كمحركات للإقتصادات الوطنية نظرا للدور الذي تلعبه في التشغيل فهي مبعث للنشاط الاقتصادي للبلد و محفزاً له في نفس الوقت كما أنها تعتبر مرتعًا للحرفية وكذا تنمية المهارات وصقلا للمواهب، لقد لاقت المؤسسة الصغيرة و المتوسطة رواجا منقطع النظير في شتى أصقاع المعمورة خاصة في الدول المتقدمة (**طرطار،حليمي،2010،ص 1**) حيث تمثل حوالي 90 % في بلدان العالم المتقدم والنامي، فعددها يشكل نسبة كبيرة بالمقارنة مع عدد المؤسسات الكلي، ففي أمريكا تمثل 98 % **من مجموع المؤسسات، في فرنسا** 1% وايطاليا تمثل 90 % في الدانمارك تمثل 9% (**الجبار،يندي، 2016، ص 1**). و تسعى المقاولات إلى البقاء واكتساح الأسواق من خلال الاهتمام بعنصر الإبداع و الابتكار خاصة مع تطور احتياجات الزبون الذي أصبح أكثر تطلبًا مما كان عليه في السابق مما يجعلها مضطرة إلى مواكبة صيرورة التقدم العلمي والتكنولوجي المواكب لهذه العولمة.

قبل التعريج إلى مفهوم المقاولاتية لا بد من التطرق لمفهوم المقاول حتى نزيل الغموض .

II.1 مفهوم المقاول: إن مفهوم المقاول عرف تغيرات مع مرور الزمن، ففي فرنسا وخلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول "تعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد،ثم أصبح يعني الفرد الجريء الذي يسعى من أجل تحمل مخاطر اقتصادية « .ويعتبرJ.B.Sayهو:"(1803) الشخص الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج، بهدف خلق منفعة جديدة".كما عرف" شوم بيتر "المقاول:" (1950) بأن هذا كالشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار وبالتالي فوجود قوى الريادة" التدمير الخلاق في الأسواق والصناعات المختلفة تنشأ منتجات ونماذج عمل جديدة، و بالتالي فإن الرياديين يساعدون ويقودون التطور الصناعي والنمو على المدى الطويل". (**خذري، بن الطاهر، 2013، ص: 3-5**).

مفهوم المقاولاتية: لقد تعددت التعريفات المعطاة لمفهوم المقاولاتية كما هو الحال بالنسبة للمقاول فحسب Marce Mauss (1924) :" المقاولاتية الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها".كما يعرفها Beranger " مجموعة من الأنشطة و السيرورات تدمج إنشاء و تنمية مؤسسة أو بشكل أشمل إنشاء نشاط" أما عند فايول "حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكات تتسم بتقبل التغيير والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي. (**خذري،بن الطاهر، 2013، ص 5**)

II. 3. مفاهيم عامة حول الابتكار والإبداع

– تعريف الإبداع: لقد أعطيت عدة تعاريف لكلمتي ابتكار وإبداع تختلف من حيث التعبير وتتفق أغلبها في المضمون و البعض لا يفرق بينها ويعتبرها كلمتان مترادفتان، إلا أن بعض المفكرين المتخصصين يميلون إلى التفريق بين المصطلحين ، فالابتكار يتعلق باستكشاف فكرة جديدة مميزة، أما الإبداع فيتعلق بتجسيد هذه الفكرة في أرض الواقع.

أ.التعريف الأول: " الإبداع هو مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصيلة ومفيدة للفرد والشركة/المؤسسة والمجتمع والعالم'.

ب.التعريف الثاني :كما يعرف على أنه " عبارة عن خاصية ذهنية تمكن الفرد من التفكير بطرق غير تقليدية (التفكير خارج المربع) وغالبا ما تؤد بهذه إلى الابتكار أو استخدام أساليب مغايرة غير عادية أثناء التعامل مع مهمة أو قضية معينة " .

II. 4. أنواع الإبداع: توجد أنواع مختلفة أو بعبارة أخرى مستويات للإبداع :

– **الإبداع المتعلق بالاختراع والتصميم** والاستنباط يشمل :الإبداع العلمي ، الإبداع الفني ، الإبداع المتعلق بالتأليف؛

– **الإبداع المتعلق بالتخطيط:** ويشمل الإداري الذي يتمثل في :

- الإبداع والتخطيط في إنتاج السلع والخدمات؛
- الإبداع في عملية الإنتاج ؛
- الإبداع في الهيكل التنظيمي ؛
- الإبداع في هندسة العلاقات بين الناس.
- الإبداع الذي يخص نشاط معين مثل الإبداع السياسي؛
- الإبداع العام والخاص.

II.5. تعريف الإبتكار: يعرف على أنه :"هو إبداع يتحول إلى منتج حقيقي ملموس يكتسح الأسواق .المبدع هو شخص لديه أفكار جديدة يضعها على ورق في شكل تصميمات أو حتى أشعار وقد يكتفي بالأحلام ، أما المبتكر فهو الذي يمتلك أفكارا جديدة وإبداعية ، ولكنه لا يكتفي بكتابتها على الورق ، بل يغامر في تنفيذها ، طبق لمخطط زمني دقيق ". وتؤكد الإحصائية أنه من كل عشرة أفكار مبدعة تتولد داخل الشركات الأمريكية ، تخرج فكرة واحدة فقط إلى الوجود في شكل إبتكار ، وغالبا ما يكتسح هذا الابتكار الأسواق . (**مدحت، 2004**)

الابتكار = إبداع + الجرأة = ربح

II.6 دارة الابتكار:

يشير مصطلح إدارة الابتكار إلى العمليات الإدارية في الابتكار ويمكننا استخدامها لتطوير كل من المنتج والابتكار التنظيمي .فدون وجود عمليات ملائمة، لا يمكن أن يكون البحث والتطوير بالكفاءة اللازمة ، لذا تتضمن إدارة الابتكار مجموعة من الأدوات التي تسمح بتعاون المديرين والمهندسين من أجل الوصول إلى عمل مشترك الأهداف والعمليات .وينصب محور تركيز إدارة الابتكار على السماح للمنظمة باقتناص أية فرصة سواء كانت خارجية أو داخلية ، واستخدام جهودها الإبداعية لتقديم أفكار أو عمليات أو منتجات جديدة ، كما أنها تشمل الموظفين والعمال عند كل المستويات .

– **قياس إدارة الابتكار:**

يتصل قياس الابتكار على المستوى التنظيمي بالأفراد وعمليات لتقييم على مستوى الفريق والشركات الخاصة من أصغرها إلى أكبرها . ويمكن إجراء قياس الابتكار للمؤسسات باستخدام الاستبيانات لوضع أسس المقارنة

المرجعية الداخلية . وقياس الابتكار المؤسسي يركز على مجموعة من الدعائم التنظيمية وهي : الثقافة والبيئة و الإستراتيجيات وممارسات الابتكار والسمات الشخصية والمعتقدات والمواقف لدى مديري الإبداع والابتكار .

- **أهمية الابتكار للدول:**

لقد ازداد الاهتمام بعنصر الابتكار خاصة من قبل الدول المتقدمة ومؤشر الابتكار يوضح ذلك حيث يسمح بتصنيف الدول إلى مجموعات مختلفة، وسنلخص أهم امتيازاته للمؤسسات وبالتالي للدول فيما يلي:

- يسمح الابتكار إلى ازدهار اقتصاديات الدول؛
- حصول المؤسسات التي تنفق كثيرا على البحث والتطوير على نتائج مالية جيدة؛
- يسمح الابتكار بخلق جو من التنافس بين المقاولات على امتلاك التكنولوجي الأكثر تطورا؛
- الابتكار يرمي إلى دعم القدرة الفنية للمؤسسة بصورة مستمرة، وبالتالي ضمان وضعها المالي؛
- الابتكار كفيل بتفعيل الصيغ المناسبة الكفيلة بخفض تكاليف و زيادة أرباح المؤسسة من خلال التصريف المحكم لمنتوجاتها الجديدة أو المطورة. (**طرطار،حليمي،2010 ،ص 8**) وسنحاول تأكيد ما جاء أعلاه من خلال سرد بعض الإحصاءات الخاصة بمؤشر الابتكار العالمي حتى يتسنى لنا تصنيف الدول. و يقاس هذا الأخير اعتمادًا على قياس: البيئة التنظيمية والتعليم والبحث والتطوير بالإضافة إلى البنية التحتية والجدول الموالي يوضح ذلك :

كخلاصة: الابتكار هو تجسيد لفكرة تكون في الأول إبداعًا على أرض الواقع، و يسمح هذا الأخير التقدم و الرقي لاقتصاديات الدول و المؤسسة في نفس الوقت.

الجدول رقم 01:" مؤشر الابتكار العالمي لسنتي 2017– 2018"

الرقم التسلسلي	2017	2018
1	سويسرا	سويسرا
2	السويد	هولندا
3	هولندا	السويد
4	الولايات المتحدة	المملكة المتحدة
5	المملكة المتحدة	سنغافورة
6	الدنمارك	الولايات المتحدة أمريكية
7	سنغافورة	فلينداا
8	فلينداا	الدنمارك

9	ألمانيا	ألمانيا
10	أيرلندا	أيرلندا
11	كوريا الجنوبية	كوريا الجنوبية
12	لوكسمبورغ	اليابان
13	إيزلندا	هونغ كونغ (الصين)
14	اليابان	لوكسمبورغ
15	فرنسا	فرنسا

المصدر: من إعداد الباحثتين بالإستاد إلى التقريرين الصادرين عن : "منظمة الويبو لسنة 2017 "، ص 20, ،

Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, and Sacha Wunsch-Vincent,"**RANKINGS , Global Innovation Index**,"Energizing the World with Innovation, 11TH EDITION,2018 , p10.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه تصدر سويسرا في كلتا السنتين (حسب التقارير السابقة للمرة الثامنة على التوالي) متبوعة بالسويد، كما تحتل الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، فنلندا وسنغافورة مراتب متميزة بينما تأتي ألمانيا في المرتبة التاسعة في سنتين 2017 و2018 أما الدول الأخرى فهي تشهد تذبذبا. أما الجدول الموالي فيوضح تطور مؤشر الابتكار بين سنتي 2017 و2018 للدول العربية:

الجدول رقم 02 :"مؤشر الابتكار للدول العربية لسنتي 2017–2018 "

الرقم التسلسلي	2017	الرقم التسلسلي	2018
35	الإمارات	38	الإمارات
49	قطر	51	فطر
55	السعودية	60	الكويت
65	الكويت	61	السعودية
66	البحرين	66	تونس
72	المغرب	69	عمان
74	تونس	72	البحرين
77	عمان	76	المغرب

81	لبنان	79	الأردن
83	الأردن	90	لبنان
105	مصر	95	مصر
108	الجزائر	110	الجزائر
127	اليمن	126	اليمن

المصدر: من إعداد الباحثتين بالإستاد إلى التقريرين الصادرين عن : "منظمة الويبو لسنة 2017 "، ص 20, ،
Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, and Sacha Wunsch-Vincent,"**RANKINGS , Global Innovation Index**,"Energizing the World with Innovation, 11TH EDITION,2018 , p10.

حافظت دولة الإمارات على صدارتها في المركز الأول عربيا، و حلت في المركز 38 عالميا في 2018، معززة موقعها ضمن بلدان الفئة العليا الأكثر ابتكاراً في الترتيب العام للمؤشر.كما تقدمت تونس في تصنيف المؤشر العالمي الابتكار لسنة 2018 بذلك قفزة بمقدار الثامنة مراكز عن السنة السابقة . كما حصلت الجزائر على مرتبة متوسطة عربيا ، وأقل من المتوسطة عالميا في عدد من أبرز المؤشرات العالمية لعام 2018 في المركز 110 عالميا ، ورقم 12 عربيا ما يؤكد عدم الاهتمام بعنصر الابتكار و منه عن البحث و التطوير من قبل معظم الدول العربية عمومًا و في الجزائر على الخصوص .

II.7 الإبداع و الخريطة الجغرافية الجديدة:

إن عنصر الإبداع أخذ منحى آخر في الخريطة الجغرافية للعالم فبعدما كانت الكفة في السبعينات في صالح أمريكا و من تم أوروبا انتقلت في نهاية التسعينات إلى الضفة الأخرى للعالم إلى قارة آسيا أين سجلت اليابان من خلال المتعامل الهاتف النقال DoCoMo و الذي قام بتقليد المتعامل الفرنسي France Télécom من خلال إدراج الأنترنت على هاتفه فتأخرت بذلك أوروبا و أمريكا بدرجة أكبر لتنتقل الكفة في سنة 2000 من اليابان إلى كوريا الجنوبية من خلال العلامات Samsung وLG لتميل الكفة بعدها إلى مخبر التجارب العالمية الصين أين أصبحت بمثابة المصنع المفتوح على العالم فعلى سبيل المثال في مجال الهاتف النقال و في سنة 2005 حققت شركة Huawei نجاحًا من خلال إبداعها و ربط الهاتف بالجيل الثالث 3Gو بأقل الأسعار. (Fondation Cigref, 2011, P : 2-3.)

يلاحظ عند المقارنة بين الدول مدى اهتمام الدول المتقدمة على عنصر الابتكار أهمها سويسرا والسويد و المملكة المتحدة ،كما احتلت الصين و اليابان مع تزايد الاهتمام بالإبداع مراتب جيدة

بينما تحتل الدول العربية مراتب أقل إلا أن دولة الإمارات العربية المتحدة مع السعودية سجلتا تطوراً ملحوظًا حيث تتصدران المراكز الأولى عربيا بينما تحتل الجزائر المراتب الأخيرة..

III- "الإبداع كعنصر فعال لبقاء المقاولات مع إشارة للتجربة الجزائرية"

قبل التطرق إلى عنصر الإبداع في قطاع المقاولات عموما و الجزائر خصوصا لا بد من المرور أولا بطبيعة الحال إلى التجربة الجزائرية في مجال المقاولاتية و مدى أهميتها بالنسبة للاقتصاد الوطني :

III .1 المقاولات في الجزائر: يعرف المشرع الجزائري (حسب القانون 101 و المؤرخ في 12.12. 2001) المقاولات

أو بعبارة أخرى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بغض النظر عن وضعها القانوني حسب ثلاثة معايير" هي المؤسسات التي : (**قوجيل ،2016 ، ص 134**)

- تشغل من 01 إلى 250 عامل؛
- تحقق رقم أعمال سنوي لا يتجاوز 2 مليار دينار جزائريا و تحقق مجموع ميزانيات لا يتجاوز 500 مليون دينار جزائري؛
- كما تستوفي معايير الاستقلالية المالية.

أما عن التشغيل بالرغم من تزايدها المستمر لا تزال نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التشغيل ضعيفة وتتراوح بين10 و % 11 من نسبة العمالة الوطنية كما شهدت القيمة التي تخلقها المؤسسات الصغيرة بين 2004 و 2013 تطورا طفيفا لا يتعدى 2% ، و فيما يخص مشاركته في (PIB يمثل القطاع الخاص نسبة كبيرة من الناتج المحلي الخام خارج المحروقات وصلت إلى % 83.8 لسنة2008 مقابل % 92,29 سنة 2013و7.7 % تابعة للقطاع العام. (**قوجيل،2016، ص ص:148-150**)

III .2 نشاطات المقاولات في الاقتصاد الوطني

في الجزائر شهدت المقاولات الصغيرة و المتوسطة تزايدا ملحوظا خاصة بعد انتهاج الدولة لسياسة تدعيم هذا القطاع، حيث انتقل عددها الإجمالي من 348 245 خلال السداسي الأول لسنة 2001 مؤسسة بمعدل تطور 08.81% خلال السداسي الأول لسنة 2012، كما بلغ عدد المقاولات التابعة للقطاع الخاص 389 747 أي ما يعادل 93. 99 % مقابل 547 عمومية أي ما (قوجيل، 2016 ،ص ص:148-150) يعادل 7.07% هي في تناقص بسبب عملية إعادة هيكلة المؤسسات العمومية الكبرى وإنشاء فروع لها تتمتع بالاستقلالية التامة إضافة إلى عملية الخوصصة.

أما من حيث القطاع فهي تتوزع كما يلي :22,57 % في مجال الصناعات التقليدية وما يعادل 27, 18 % تنشط في مختلف المهن الحرة: كالمحامين، المحضرين القضائيين والموثقين، الأطباء والصيادلة، المهندسين الزراعيين والمعماريين الخ أما عن المؤسسات ذات الطابع المعنوي فتتركز خاصة في قطاع الخدمات بحوالي17, 49% أين نجد التجارة والنقل و المواصلات تتصدر هذا القطاع تمثيل لها قطاع البناء و الأشغال العمومية بنسبة .% 33,23أما قطاع الصناعة فلا يمثل سوى 16.04 % حسب إحصائيات السداسي الأول من سنة 2013. (سالمي، يندي 2016، ص.ص. 7-14).

III .3 الإبداع في الجزائر

موضوع الإبداع في الجزائر عموما طرح بعد الاستقلال مباشرة و لكن لم تكن الظروف آنذاك مواتية و لكن الاهتمام الفعلي بدأ في سنوات 1970 أين اتجهت الدولة لنقل التكنولوجيا و إنشاء المعاهد الخاصة بالبحث و التطوير وبعد صدور القانون الخاص بالبحث و التطوير في سنة 1998 الذي اعتبر بمثابة القطيعة مع الاقتصاد المخطط على الرغم من ذلك لم يأتي هذا القانون بما كان ينتظر منه وهذا يعزى إلى ضعف البحث و التطوير على مستوى الجامعات الوطنية و مراكز البحث،أما بالنسبة للمقاولات فيعتبر عنصر الإبداع بمثابة الضرورة الملحة في الوقت الحالي خاصة مع ازدياد حدة المنافسة وتسعى من خلال هذا العنصر إلى تحويل التهديدات إلى فرص كما يلاحظ على أن بعض المؤسسات في السنوات الأخيرة تسعى للتواصل مع الباحثين لتجسيد البحوث على أرض الواقع.

إن واقع الإبداع في الجزائر على العموم بحسب رأي الخبراء من بينهم عبد القادر جلفاظ و في اطار مداخلة ألقاها بمناسبة الملتقى الدولي حول الابتكار و المقاولة و التنافسية في المؤسسات :"**أنه غير مهيكل بعض الشيئ**"، كما أنه يتطلب وضع إستراتيجية وطنية للابتكار في إطار اقتصاد المعرفة مع ضرورة إدماج المؤسسة ضمن نظام الابتكار.

III. 4 واقع الإبداع في المقاولات الجزائرية حسب مجموعة من الدراسات الجامعية:

إن الدراسات التي تتكلم عن البحث و التطوير في المقاولات الجزائرية قليلة جدا و من خلال دراسة جامعية حول اهتمام القطاع الخاص (ملكية عائلية) بعنصر الإبداع و التي توصلت أن حوالي 44,33 %أعلنوا عدم اهتمامهم بهذا العنصر و لم يخصصوا أي استثمار في هذا المجال(شراء البراءات، شهادات الاستغلال ،الإنفاق على التكوين) في المقابل 13,64 % قد أبدو اللجوء إلى الإبداع .كما أوضحت دراسة أخرى لعينة من المقاولات أن البعض منها تبدي اهتمامها بعنصر الإبداع و لكنها غير قادرة على خوض هذا المجال نضراً لما يكلف من مبالغ ضخمة ،كما توصلت إلى أن المقاولات التي تصدر منتجاتها إلى الخارج (إفريقيا الشمالية و أوروبا) تستغل مواردها الخاصة بالبحث و التطوير .كما أوضحت دراسة أخرى أن ما يقرب 67% من المؤسسات و نظرا لنقص المعلومة يرون أن التطور التكنولوجي و العلمي بطيء مما لا يؤثر سلبا عليها بينما ترى

25 % ترى أنه مرن و تلجأ إلى التجديد باستمرار في منتجاتها و إدخال تعديلات و إعداد خطة تسويقية محكمة أما النسبة المتبقية 8 % فتبقى غير مبالية و لم تتخذ أي قرار فيما يخص مجال الإبداع و التطوير. (BERRACHED, pp: 219-223)

III .5 السياسة الوطنية المعتمدة من أجل الإبداع:

إن الدولة الجزائرية تركز إستراتيجيتها على الاقتصاد الكلي أو بعبارة أخرى على القطاعات الكبرى ولا تعطي أهمية كبرى للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الرغم من أهميتها لتنمية الاقتصاد الوطني، والأرقام التي توضح نسبة الباحثين الجزائريين مقابل عدد السكان تعادل0.06 % و هو رقم متواضع إذا ما قرن بفرنسا أين تصل النسبة إلى043 %، أما نسبة الإنفاق الحكومي على البحث العلمي فوصلت سنة 2014 إلى 0.2 %وهو الأخر يبتعد عن المعدل العالمي الذي يصل إلى 4 %، كما يعزي الباحثين نقص الاهتمام بهذا المجال نضراً لسهولة تقليد المنتج في الجزائر و عدم صرامة القوانين التي تحمي الملكية الفكرية مما تجعل غالبية المؤسسات يفضلون إما شراء التكنولوجيا أو الذهاب للخارج لتسجيل براءات اختراعهم ، أما عن إستراتيجية الدولة في السنوات الأخيرة فهي تحاول تدارك الوضع من خلال وضع إستراتيجية تشرك فيها المؤسسة من أجل خلق روح الإبداع أهمها: (ميموني،2015، ص ص:12-15)

- **برنامج إعادة التأهيل في الجزائر**:و يندرج من خلاله عصرنة الآلات ،الإدارة،تطوير كفاءات الموارد البشرية،تطوير الجودة و وظيفة التسويق، تطوير المشاريع المشتركة مع الأجانب؛
- **إنشاء الجائزة الوطنية للابتكار** في سنة 2008 لدعم الإبتكار و بالتالي تعزيز نسيج المجهودات الصناعي الوطني وإمداد جسور التعاون بين الجامعة أي البحث العلمي و المقاولة.

يستنتج مما جاء أعلاه أن الجزائر لا زالت بعيدة عن الابتكار بينما جل الاهتمامات من قبل المقاولات يخص التطوير في المنتج فقط أو شراء التكنولوجيا من الدول المتقدمة.

III .6 نماذج عن الإبداع في المقاولات الجزائرية:

ملبنة الصومام الإبداع أداة للريادة:

ملبنة الصومام: هي مؤسسة جزائرية أنشئت سنة 1993 ، ومنذ سنة 2006 أصبحت تحتل الريادة في سوق الصناعات الغذائية الجزائرية لمنتجات الألبان الطازجة و تعود هذه المكانة إلى توفر إرادة قوية لدى هذه المؤسسة من خلال التطوير المستمر لمنتجاتها على الرغم من حدّة المنافسة الوطنية (هدنة،ترافل،...) و الدولية كدانون العالمية التي اكتسحت السوق الجزائرية في 2001 وكندیا في 2005 . **(CHIGARA, 2017,pp:51-53)**

وانتهجت ملبنة الصومام سياسة ابتكار تتسم بالديناميكية فكانت نتائجها مذهلة:

- إنتاجيتها تقارن مع إنتاجية البلدان المتطورة وبفضل جهودها أصبح هذا السوق أكثر نشاطا في السوق الوطنية و الدولية(المغرب العربي وإفريقيا)من خلال اجتهادها في إنتاج منتجات جديدة كمنتوج +Acti و منتوج Cérealo من خلال أسلوب التقليد؛
- اعتماد أساليب التبريد أكثر حداثة لضخ المنتج واستعمال مادة الأمونياك بدل النظام القديم و الذي يسمح بإنتاج أكثر كثافة من السابق و في فترة قياسية؛
- اعتماد أسلوب تنظيف أدوات العمل آليا بدل الأسلوب القديم الذي يعتمد على العنصر البشري وما قد يحمله هذا الأخير من خطورة العدوى على الألبان المنتجة. **(CHIGARA, 2017,pp:51-53)**

مؤسسة "wouroud" الذكاء الاقتصادي و الإبداع وسيلة للتميز:

مؤسسة **ورود** هي مؤسسة جزائرية أنشئت في سنة 1983 في ولاية الوادي من قبل السيد بشير جديدي و أخيه من خلال خوض مغامرة الاستثمار في مجال العطور و مواد التجميل في مسقط رأسهما، و سعى إلى توفير منتجات ذات جودة و في 1988 أصدر منتوج جديد عطر Sixième sens ، كما كانت هذه المؤسسة السباقة إلى استخدام التشفير code-barres في الجزائر في سنة 1993 **(Djouadi, 2018)**.

كما أقدمت مؤسسة ورود:

- من 1993 إلى 1997 إلى تجديد آلات الإنتاج بأخرى أكثر حداثة مع توسيع مساحة المخازن؛
- كما كانت السباقة في الجزائر إلى اعتماد الرقمنة واستغلال التكنولوجيا الحديثة من خلال إنشاء موقع لها سنة 1994؛
- مع اعتمادها لسياسة تنويع المنتج لتوافق كل أذواق المستهلكين وخلق منتجات جديدة مع إدخال تحسينات و تطويرات على المنتجات القديمة ؛
- خلق محيط عمل متميز لتحفيز العمال . **(Djouadi, 2018)**

IV- تجارب دولية عن الإبداع في المقاولتية

IV- 1.المقاولات الألمانية نموذج يقتدى به"

تلعب المقاولات في ألمانيا دورًا محوريًا وازدادت أهميتها بعد الأزمة المالية العالمية أين انخفض الناتج الداخلي الخام إلى 4,7 % في 2009 ومن خلال اعتمادها على هذا النوع من المؤسسات تحرك الاستثمار و اندفعت عجلة التصدير و ازداد مستوى التشغيل لتحقق بذلك ألمانيا أدنى مستوى للبطالة في قائمة الدول الأوروبية أكثر من 7 %، كما أن 25 % من هذه المؤسسات دخلت السوق الدولية ما يعادل نصف استثمار المؤسسات في البلد وتحقق 60 %من رقم أعمال البلد وتنفق حوالي 70 % على البحث والتطوير كما تملك

العلامة الألمانية مكانة في السوق وسمعة عالمية جيدة made in Germany وهي تمثل حوالي 99,7 % من إجمالي المؤسسات فهي تعدّ بمثابة العمود الفقري للاقتصاد الألماني و غالبتها تحقق أقل من 1 مليون أورو وتوظف أقل من 10 عمال مقابل 1023 مؤسسة تحقق 50 مليون أورو أما المؤسسات المتبقية حالي 293 11 فتشغل أكثر من 250 عامل.(Bourgeois et lasseme, 2010, p181)

في ألمانيا حوالي ثلثي 3/2 (2,53 %من pib) من نفقات البحث و التطوير تخص المؤسسات الخاصة وأغلبها تعود للمؤسسات الكبيرة ، أما الثلث فقط 3/1 يخص المؤسسات المتوسطة والعشر بالنسبة للمؤسسات الصغيرة، وفي السنوات الأخيرة أصبحت المؤسسات تهتم أكثر فأكثر بعنصر الإبداع ويستثمرون فيه بأموالهم الخاصة وأغلبهم ينشطون في قطاع hi teck كالمؤسسات التي تنتج اللاصق الخاص بالبطاقات التي تحوي شريحة، أما عن المساعدات الحكومية فحوالي ¾ من المساعدات تذهب للمؤسسات الكبرى ما يعيق بعض المؤسسات ومنذ 2008 زادت الحكومة من قيمة المساعدات للمقاولات حوالي 2,2 md€ للبحث والتطوير. (Bourgeois et lasseme, 2010, pp : 190-191)

بالنسبة للقطاعات التي تنشط فيها المؤسسات المبدعة الألمانية فنجد في رأس القائمة صناعة السيارات،و كذا في مجال الكيمياء و الصناعات الميكانيكية خاصة مع تطور الدعم الذي تمنحه الحكومة للمؤسسات ويشير الباحثين أن سياسة تسيير المقاولات في ألمانيا معقدة و تعتمد على أبنائها بدل الخارج نضراً للثقافة الألمانية التي تعتبر الفكر الأجنبي خطر مهما كان نوعه، كما تتسم المؤسسات الألمانية بحسن التسيير والاهتمام بالعنصر البشري وبالتالي تطوير قدراتهم والحصول على المعارف من خلال التكوين ما يزيد من عنصر الإبداع كما يركز على استعمال وسائل الاتصالات الحديثة وعلى رأسها الانترنت الذي يعتبر محرك للمعرفة مع العمل على تقاسم و تداول المعلومة، مع الاهتمام بالذكاء الاقتصادي.(Rauwel,2007)

IV– 2 التجربة الإماراتية رائدة البلدان العربية في الابتكار و المقاولاتية:

أ. المقاولات في الإمارات: تمثل المشاريع الصغيرة والمتوسطة أو بعبارة أخرى المقاولات في الإمارات 90 % من إجمالي عدد المؤسسات التالي يمكن القول أنه النمط الغالب في نوع المشاريع، كما تشغل ما يقارب 85 % من اليد العاملة و تشكل 30% من الناتج المحلي pib، كما نجد الدور النسوي بارزًا في الإمارات فحوالي 12000 سيدة عضوه في سيدات الأعمال أما عن النشاط فغالبيتها نشط في قطاع الخدمات وازدادت الأهمية التي توليها الإمارات لهذا النوع من المشاريع نضرا: لصغر حجم المشروع، ومحدودية رأس المال المستثمر، كما أنها لا تتطلب تكنولوجيا معقدة، إضافة إلى قدرتها على التكيف مع التطورات التي تخص (المرونة العالية) و كذا سهولة التسيير واتخاذ القرار، هذه الجملة من الخصائص مكنتها من أداء أدوار مهمة فهي تمكن من امتصاص اليد العاملة التي تشكو من البطالة،كما تؤدي إلى تلبية حاجيات السكان و المساهمة فيخلق القيمة المضافة وتحقيق التوازن الجهوي. (الأسرج،2015، ص 176 -177)

إن دولة الإمارات جعلت من الابتكار والإبداع قيمة مضافة لها وزنها في الاقتصاد الوطني وفي المجتمع ككل فهو بمثابة الضرورة و ليس خياراً نضراً لسعيها لتعزيز موقعها على خريطة العالم الاقتصادية وتقوية تنافسيتها، ولذلك فان الإمارات وضعت الابتكار أحد المحاور الأساسية لرؤيتها2024 ،و تقدر استثمارات الدولة في مجال الابتكار ب 14 مليار درهم سنوياً، منها سبعة مليارات في البحث والتطوير،و تهدف إلى زيادتها خلال السنوات المقبلة ويتضمن الحوافز الضرورية التي يتحتم على الدولة توفيره التحفيز الإبداع والابتكار وتوفير متطلبات الحصول على المعرفة واستخدامها بشكل فعال، في إطار تطبيق تكنولوجية المعلومات والاتصالات (البني التحتية) أطلقت الدولة "مشروع الحكومة الإلكترونية الاتحادية "عام 2002 ،وتمتع ميمها بكافة إمارات لدولة،وأتاح ذلك إنتاج وتطبيق خدمات الحكومة الاتحادية إلكترونيا لأصحاب الأعمال والجمهور وللمؤسسات والهيئات الحكومية. (نيفين،2016،ص 12-20)

كما وضعت الإمارات إستراتيجية وطنية للابتكار تسعى من خلالها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف:

- تحفيز الإبداع والابتكار في القطاعات السبعة التي تعتمد اعتماداً أساسيا على الابتكار في تحقيق أهدافها الإستراتيجية وهي :الطاقة المتجددة، النقل، التعليم، الصحة، التكنولوجيا، المياه، الفضاء حيث يركز المسار الأول على إرساء بيئة محفزة للابتكار، من خلال توفير بيئة مؤسسية و تشريعات محفزة و داعمة للابتكار؛
- التوسع في دعم حاضنات الابتكار، والتركيز على البحث والتطوير في مجالات الابتكار، و توفير بنية تحتية تكنولوجية تدعم و تحفز الابتكار في القطاعات كافة؛
- دفع القطاع الخاص نحو مزيد من الابتكار عبر تحفيز الشركات على إنشاء مراكز الابتكار و البحث العلمي، وتبني التكنولوجيات الجديدة، وتشجيع ودعم الشركات الوطنية لتنمية منتجات وخدمات مبتكرة . (نيفين،2016،ص 2)

أنشأت عدد من المجمعات والمؤسسات والمعاهد البحثية والتقنية لتشجيع البحث الإبداع والابتكار ومن أهمها: مدينة مصدر، مجمع محمد بن راشد للتقنية ، وأكاديمية التدريب على الإلكترونيات الدقيقة، دبي للإنترنت و مدينة دبي للإعلام وقرية دبي للمعرفة، و مركز التقنية و الابتكار برأس الخيمة، أبحاث البيئة ومعالجة المياه بالتقنية الحيوية...إلخ. (نيفين،2016،ص ص:8-10)

تمتلك الإمارات نظام مصر في قوى يقدم كافة التسهيلات الائتمانية والخدمات، وسوق مالي متطور يتمتع بالشفافية و الحكومة ، إضافة إلى تبني الدولة البنية التجارة الحرة و التي جعلتها رائد ة في مجال التجارة العابرة للحدود مع انخفاض الرسوم الجمركية على السلع و المنتجات إلى أدني مستوياته (نيفين،2016،ص 11)

V- خاتمة:

لقد أصبحت الحكومات في السنوات الأخيرة تعول على عنصر الإبداع لمدى أهميته بالنسبة للاقتصاد الوطني و من تم تحقيق التنمية المستدامة، أما بالنسبة للمؤسسة فهو لا يقل أهمية فهو يسهم في تحقيق الريادة والبقاء في

السوق خاصة مع التطورات التي تعرفها الأسواق المحلية و0الدولية من ديناميكية إلى جانب تطور وسائل الاتصالات و كذا المواصلات .

من خلال دراستنا للتجربة الوطنية في مجال المقاولات والتركيز على عنصر الإبداع مع تطرقنا لتجربتين دوليتين و حتى نقف على موقعنا في هذا المجال توصلنا إلى الإجابة على الإشكال المطروح حيث توصلنا أن الجزائر بعيدة كل البعد عن الإبداع عمومًا و بالنسبة للمقاولات على الخصوص على الرغم من وضع إستراتيجية وطنية تهتم بمجال الإبداع و لكن غير مجسدة على أرض الواقع، كما توصلنا إلى مجموعة من النتائج سنحاول تلخيصها فيما يلي:

- غياب ثقافة المقاولاتية لدى المؤسسات الجزائرية فغالبتيها تسيرها العائلة وهذا ما يعزى إلى نقص الاهتمام بجانب البحث والتطوير وبالتالي الإبداع؛
- أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تنشط ضمن قطاع النقل(خدمات) والأشغال العمومية وهي قطاعات لا تهتم بعنصر الابتكار،
- ازدادت الأهمية التي توليها الحكومة الجزائرية في الآونة الأخيرة إلى المقاولات لمدى مشاركتها في الناتج المحلي الخام بالإضافة إلى امتصاص جزء من البطالة الذي كان ولا يزال يشكل عبأ كبيرا على الدولة، وأكدت أهميتها خاصة في القطاع الخاص كون المؤسسات العمومية تعاني مشاكل مالية التي ازدادت حدتها خاصة في الأزمة الأخيرة التي مست أسعار البترول مما أجبر الدولة إلى اتخاذ إجراء بيع بعضها'(فتح رأسا لمال)،أو تجزئتها، أو الشراكة مع القطاع الخاص وتنشط أغلب المؤسسات الصغيرة في قطاع الخدمات؛
- أما عن الإبداع فالبحث والتطوير في المقاولات الجزائرية ضعيف إن لم نقل نادر و أثبتت الدراسات الميدانية التي قام بها الباحثين على القطاع الخاص (نضرًا لشح المعلومة في القطاع العام التي تعتبر سرية و لا تسلم للباحثين) أن أغلب المؤسسات لا تهتم بهذا المجال و القلة القليلة التي تعتمد عليه بنسبة ضعيفة ترجعه لنقص الإمكانات المالية و صعوبة الحصول على المساعدات الحكومية،و النموذجين اللذان تناولنهما و هما على التوالي مؤسسة **ورود** وملبنة **الصومام يؤكد ذلك** أي اعتمادهما على استخدام التكنولوجيا المستوردة و تقليد المنتجات المنافسة و لا وجود لإبداع حقيقي فهو شكلي فقط؛
- بينما الدول المتقدمة فعلى العكس فهي تولي أهمية قصوى لهذا الجانب حيث تلعب المقاولات في ألمانيا دورا محوريا في الاقتصاد الوطني على عكس الجزائر لمدى توسع نشاطها و مدى مساهمتها في التشغيل ، أما عن الإبداع فتهتم المؤسسات الألمانية أكثر فأكثر بعنصر الإبداع و يستثمرون فيه بأموالهم الخاصة و أغلبهم ينشطون في قطاع hi teck كما ارتفعت المساعدات المقدمة للمقاولات منذ 2008 بعدما كانت تتجه إلى المؤسسات

الكبرى و هذا ما يغيب في الجزائر،كما تتسم المؤسسات الألمانية بالاهتمام بالعنصر البشري من خلال تطوير قدراتهم ما يزيد من عنصر الإبداع ؛

- أما عن الإمارات فهذا البلد العربي يعتبر أنموذجًا ممكن للجزائر الإقتداء به نضرا لتجربتها الرائعة وإستراتيجيتها المتميزة التي تعتمد على تنويع الاقتصاد من خلال السماح للمقاولات بالنشاط مع التسهيلات المالية التي تقدمها لها و الإطار القانوني المرن الذي وضعته ، كما تهتم بعنصر المعرفة و التكوين و عنصر الاتصال و خاصة الأنترنت منذ سنة 2002 من خلال ما يسمى ببرنامج الحكومة الإلكترونية كما يعتبر الابتكار دعامة أساسية للدولة ووضعت من أجل ذلك إستراتيجية بعيدة المدى إلى غاية 2024 مع تخصيص ميزانية كبيرة لمجال البحث و التطوير.

أما عن **التوصيات** التي يمكن تقديمها في نهاية هذه الورقة البحثية حسب ما تناولناه من تجارب وطنية ودولية فهي كالتالي:

- لا بدّ على الحكومة الجزائرية أن توفر الإطار القانوني الذي يسمح بتطوير وتنويع قطاع المقاولات مع التسهيلات في تقديم القروض من قبل البنوك والمساعدات المالية عند بداية المشروع خاصة مع ما تعانيه البلاد منذ أزمة انخفاض أسعار البترول وانتهاج سياسة التقشف وتقليص التشغيل؛
- على الحكومة الجزائرية أن تعتني بالإبداع من خلال الاهتمام بالبحث و التطوير، و تشجيع البحث العلمي من قبل الجامعات و المعاهد المتخصصة مع تشجيع الابتكارات في شتى المجالات والدعوة إلى تسجيلها في المصالح المختصة inapi لحماية الملكية الفكرية؛
- على الجزائر تشجيع الأفراد لإنشاء المؤسسات، مع تنويع أساليب التمويل من اجل تحقيق تنمية شاملة للاقتصاد الوطني وتشجيع الابتكار لدى الأفراد والجماعات .

VI- المراجع:

1- أحمد طرطار، سارة حليمي ،"حاضنات الأعمال التقنية كإلية لدعم ابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،مداخلة في إطار الملتقى الدولي /المقاولاتية : التكوين وفرص الأعمال،أيام 6- 7- 8 أفريل 2010 ،جامعة محمد خيضر بسكرة .

2- حسين عبد المطلب الأسرج، (2015)، "المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتحدي البطالة بين الشباب الخليجي"،مجلة البحوث اقتصادية العربية،العددان 69-70 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت .

3– خذري توفيق، حسين بن الطاهر، (2013)، " المقاولة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية–المسارات والمحددات"، الملتقى الوطني حول: واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ،جامعة الوادي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .

4– سالم يعبد الجبار، يندي عبد الله عبد السلام ، (2016)، "تحول الاقتصاد الحديث نحو المنطق المقاولاتي: التنويع الإقتصادي من خلا ل التوجه المقاولاتي في الجزائر"، مجلة التنظيم والعمل،المجلد 5 العدد 2 .

5– مدحت أبو النصر، (2004)،"تنمية القدرات الإبتكارية لدى الفرد و المنظمة"، مجموعة النيل العربية،مصر.

6– ميموني ياسين، (2015)، " الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واقع وتحديات –دراسة حالة الجزائر" مجلة الحكمة للدارسات الاقتصادية ، الجزائر ، المجلد3 ، العدد 1.

7– نيقين حسين محمود ، (2016)، "دور الابتكار و الإبداع المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية و للدول –دراسة حالة دولة الإمارات–"، مجلة الأمارات العربية المتحدة .

8– نيفين حسين محمود، (2016)،"دور الابتكار والإبداع المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية و للدول ـدراسة حالة دولة الإمارات"،الجزء الثاني ، مجلة الأمارات العربية المتحدة.

9– محمد قوجيل، (2015-2016) "دراسة و تحليل سياسات دعم المقاولتية في الجزائر"دراسة ميدانية"،أطروحة دكتوراه، في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،جامعة قاصدي مراح ورقلة،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير الجزائر.

10– Soumia GACEM, & Khaled KHEBBACHE, (2018), "Le processus d'innovation dans les PME Algériennes " télécharger de site *file:///C:/Users/DA/Downloads/Documents/Soumia%20GACEM.pdf*.

11– Noureddine Djouadi, (2018), "Les Apports de l'Intelligence Économique à la PME en Algérie - Cas de : Société Wouroud –Revues Eco Nature, N 01 /2015, télécharger de site *file:///C:/Users/DA/Downloads/Documents/EN10.pdf*

12– BERRACHED Wafaa, (2014/2015), « Analyse des déterminants clés qui stimulent l'innovation dans la PME, Cas des entreprises Algériennes », thèse de doctorat en sciences de gestion, option : marketing, Université Abou Bakr Belkaid Tlemcen, Faculté des Sciences Economiques Gestion et Sciences Commerciales.

13– Hadjira CHIGARA, 2017, "La réalité de l'innovation dans les PME algériennes : Entre approches stratégiques et obstacles Cas : La laiterie

Soummam", la revue des sciences économique, et gestion et sciences commerciales, n°17.

14– Jean-Sébastien Rauwel,(2007), " LES facteurs de Succès des PME er Allemagne" mémoire pour l'obtention de Diplôme d'Etudes Politiques, UNIVERSITE ROBERT SCHUMAN.

15– Isabelle Bourgeois et René lasseme, 2010,« les PME allemandes Une compétitivité a dimension Sociale et humaine« étude réalisé par le CIRAC International ».

16– L'innovation numérique document émis par la fondation Cigref, 2éme colloque ISD Information Systems Dynamics programme International de recherche ، 2011.

17– Tidd Joe and Bessant john, (2009), "Managing Innovation .Integrating Technological, Market and Organizational" , publisher Wiley : 4th edition, with Keith pavtt chichedtee.