

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار أ.إلهام منصوري أ.د كمال منصوري جامعة بسكرة

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحليل دور المؤسسات الصغيرة في تحقيق النمو الاقتصادي، وذلك من خلال عرض إسهامها في تحسين عدد من المؤشرات الاقتصادية كالعمالة وتوليد الدخل الوطني، تحقيق التكامل بين الأنشطة الاقتصادية وتشجيع التصدير. وباعتبار المؤسسات الصغيرة تشكل مصدرا للابتكارات وللأفكار الجديدة وبيئة مناسبة لتنمية الاستعدادات والمهارات الريادية الضرورية. يتناول البحث بيان دور المؤسسات الصغيرة في تشجيع الابداع وزيادة قدرتها على الابتكار. الكلمات المفتاحية: الإبداع، الابتكار، الريادة، المؤسسات الصغيرة.

Abstract:

This paper aims to analyze the role of small enterprises in achieving economic growth by presenting their contribution to the improvement of a number of economic indicators, such as employment and national income generation, integration of economic activities and export promotion. Small businesses are a source of innovation, new ideas and a suitable environment for developing the necessary entrepreneurial skills and skills. The research discusses the role of small enterprises in promoting creativity and increasing their ability to innovate.

Keywords: creativity, innovation, entrepreneurship, small enterprises.

تمهيد:

أفرزت التغيرات الاقتصادية المتسارعة خاصة في الجانب التكنولوجي وتحرير الأسواق والعولمة إلى خلق جيل جديد في مجال الأعمال هو قطاع المؤسسات الصغيرة، حيث أن عمل هذه الأخيرة جنبا إلى جنب مع المؤسسات الكبيرة يضمن تكامل وتجانس الهياكل الاقتصادية وهذا بدوره يساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية الشاملة. ومع حلول إقتصاد المعرفة كمصدر للثروة محل إقتصاد رأس المال فإن الإبداع والابتكار أصبح ضرورة حتمية لرفع القدرة التنافسية للمؤسسة.

إن النهوض بالمؤسسات الصغيرة وتمكينها من مواكبة التطورات الحاصلة في المحيط الاقتصادي وتحسين قدرتها التنافسية لا يتوقف فقط على الدعم الفني والإعانات المالية والخوافض الضريبية وتذليل العقبات أمامها لدخول الأسواق، بل يتعدى ذلك إلى بناء ودعم قدرتها على الابتكار والريادة من خلال سياسة تقوم على تشجيع الإبداع والابتكار، وذلك سعيا نحو تحقيق النمو والاستمرار واستيعاب تحولات المحيط وفتح سوق واعدة ودخول سوق التنافس العالمي. اشكالية البحث:

في ظل الانتشار الواسع للمؤسسات الصغيرة في مختلف اقتصاديات العالم، وتزايد أهميتها الاقتصادية والاجتماعية، وفي ظل التحديات التي أفرزها الواقع الاقتصادي العالمي، كيف تساهم المؤسسات والمشروعات الصغيرة في تحسين المؤشرات الكلية للاقتصاد الوطني؟ وكيف يمكن أن تشكل المؤسسات الصغيرة مصدرا للريادة والابتكار؟

خطة البحث: من أجل التغطية المنهجية لموضوع البحث اعتمدنا خطة تقوم على المحاور المنهجية التالية:

أولاً: مفهوم المؤسسات الصغيرة.

ثانياً: دور المؤسسات الصغيرة في الاقتصاديات المعاصرة

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

ثالثاً: المؤسسات الصغيرة مصدر الابتكار

أولاً: مفهوم المؤسسات الصغيرة

1. تعريف المؤسسات الصغيرة:

ظهرت عدة محاولات لتعريف المؤسسات الصغيرة من خلال تحديد عدد العاملين، قيمة الموجودات أو حجم المبيعات. ويمكن تعريف المشروع الصغير بأنه: "المشروع الذي يستخدم عدداً قليلاً من العاملين، ويدار من قبل المالكين ويخدم السوق المحلية"¹.

وفي تعريف آخر فالمشروع الصغير: "هو ذلك المشروع الذي يخلق عملاً بدرجة مخاطرة عالية أو عدم تأكد عالي لغرض تحقيق الربحية والنمو عن طريق التعرف على الفرص المتاحة وجميع الموارد الضرورية لإنشاء المشروع"².

وقد ميزت اللجنة الأوروبية بين المؤسسات بالتركيز على معيار حجم العمالة واستقلالية المؤسسة ورقم الأعمال والحصيلة السنوية. فتعد مؤسسة فردية تلك التي لا تشغل أي عامل، أما المؤسسة المصغرة فهي تلك التي تضم بين عامل إلى تسعة 09 عمال، في حين أن المؤسسة الصغيرة هي تلك التي توظف من 10 عمال إلى 49 عامل، أما المؤسسة المتوسطة فهي التي تشغل بين 50 إلى 249 عامل وتتميز باستقلاليتها.

2. تصنيف المؤسسات الصغيرة:

لغرض تصنيف المؤسسات الصغيرة وفق أسس معينة فإن هناك عدة معايير يمكن أن تعتمد لهذا الغرض ومن أهمها عدد العاملين، رأس المال، حجم المبيعات، قيمة الموجودات والأصول والحصصة السوقية وغيرها. كما أن قياس هذه المؤشرات ليس سهلاً والعلاقة بينها معقدة لذلك يصعب اعتماد واحد منها فقط. ولكن أغلبية الأدبيات المتخصصة في إدارة الأعمال الصغيرة تعتمد معيار عدد العاملين أو رأس المال أو كليهما كأساس لتصنيف المشاريع الصغيرة³.

ويعتبر معيار عدد العاملين⁴ للمؤسسة هو أكثر المعايير استخداماً للفرقة بين المنشآت الصغيرة والمتوسطة والكبيرة وذلك لعدة أسباب أهمها، توفر بيانات العمالة - نسبياً - في غالبية الدول ولسهولة استخدام هذا المعيار خاصة عند إجراء المقارنات الدولية أو القطاعية⁵. وبالاتتماد على عدد العاملين وحجم رأس المال كمعيارين للتصنيف ولتحديد المؤسسات الصغيرة فإن الدول والمنظمات تتباين في ذلك ومن الأمثلة الواضحة على هذا ما يلخصه الجدول التالي:

الجدول رقم 01: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة

الجهة أو البلد	معيار عدد العمال	معيار رأس المال
البنك الدولي	10-15 عامل	250-300 دولار
منظمة التنمية الصناعية	لا يزيد عن 100 عامل	لا يزيد عن 250000 دولار
منظمة العمل الدولية	10-50 عامل	لا يزيد عن 350000 دولار
الولايات المتحدة الأمريكية	20-99 عامل	
اليابان	لا يزيد عن 300 عامل	لا يزيد عن 50000 دولار
الهند	لا يزيد عن 50 عامل	لا يزيد عن 200000 دولار
ماليزيا	لا يزيد عن 75 عامل	لا يزيد عن 960000 دولار
المغرب	لا يزيد عن 49 عامل	لا يزيد عن 625000 دولار

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

المصدر: أيمن علي عمر: إدارة المشروعات الصغيرة-مدخل بيئي مقارن-، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص22.

3. آليات إقامة المؤسسات الصغيرة:

يعتمد اختيار الأسلوب أو الآلية في تأسيس وإقامة المشروعات الصغيرة على مدى توفر فرصة مناسبة يمكن استغلالها وفق هذه الآلية، وهذه إشارة إلى أهم الآليات التي اعتمدت من قبل الكثير من الرواد في تأسيس مشروعاتهم⁶:

أ. البدء بعمل جديد تماما: إن الكثير من أصحاب المؤسسات الصغيرة كانوا يعملون لدى الغير ولكن توفر مهارات ريادية لديهم مع انتهازهم الفرصة المناسبة دفع بهم لإنشاء عمل جديد لم يكن موجودا.

ب. شراء عمل قائم: يقوم بعض أصحاب الأعمال الصغيرة بشراء أعمال موجودة قد تكون فاشلة ثم يعمل على إعادة بنائها وتنظيمها وجعلها أعمالا مربحة، فالقدرة على تشخيص عوامل الفشل في العمل ومن ثم إزالتها هو بحد ذاته قدرة استثنائية لدى البعض توفر لهم مجالا للنجاح في الأماكن التي فشل الآخرون فيها.

ت. تغيير اختصاص العمل: يمكن أن يقام العمل الصغير بديلا عن عمل سابق لم يكتب له النجاح ليس نتيجة لقصور في القدرات الإدارية والتجربة، بل نتيجة تغييرات خارجية عن إرادة صاحب العمل الصغير، أو أحيانا يكون العمل الجديد قد اكتشف نتيجة التعامل اليومي في العمل الأول وأنه يمكن أن يكون أكثر ربحا.

ث. الشراكة مع الآخرين: قد يبدأ العمل الصغير بناء على شراكة مالية مع شخص آخر أو شراكة بأفكار وممتلكات مادية.

ج. الامتياز: يعتبر الامتياز من أهم صور الأعمال الصغيرة حيث يعرف الامتياز بأنه شراء حقوق تشغيل واستخدام اسم أعمال أخرى في أماكن غير دولتها الأم، فشركات مثل ماكدونالد وكتاكي وغيرها هي امتيازات ممنوحة بموجب اتفاقات إلى أفراد أو شركات في دول أخرى مقابل مبالغ سنوية تدفع للشركة الأم.

ثانيا: دور المؤسسات الصغيرة في الاقتصاديات المعاصرة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مفتاح التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتحتل مكانة مهمة جدا في الاقتصاديات المعاصرة، فهي ضرورية لنمو اقتصادي سليم، حيث تعتبر كرافعة رئيسية للنمو وتشغيل قوة العمل وتقليص البطالة، فهي تشكل واحدة من أهم آليات مكافحة الفقر وتقوية البنيان الاجتماعي، وتحسين مستوى المؤشرات الاقتصادية الكلية، إضافة إلى دورها في تحقيق التكامل بين الأنشطة الاقتصادية⁷. وهنا يمكن الإشارة إلى أهمية المؤسسات الصغيرة من خلال الآتي:

1. تزويد الاقتصاد الوطني بالطاقة المؤسسية: تعمل المؤسسات الصغيرة على تزويد الاقتصاديات المتقدمة والنامية بالطاقة المؤسسية، فقد لوحظ تزايد أعداد المؤسسات الصغيرة الجديدة من سنة إلى أخرى ففي الولايات المتحدة كانت المؤسسات الصغيرة الجديدة عام 1970 هي 264000 مؤسسة في حين أصبحت عام 1990 حوالي 585000 مؤسسة لتكون عام 2000 بحدود 574000 مؤسسة⁸، أما في الجزائر فقد أشارت المعطيات التي قدمها الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عرف تزايدا ملحوظا بشكل عام في العقدين الأخيرين بداية من 1998 وحتى 2013، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

الجدول رقم 02: تطور عدد المؤسسات الصغيرة

النسبة المئوية	الزيادة	عدد المؤسسات حتى سبتمبر 2013	عدد المؤسسات حتى سبتمبر 2012	طبيعة المؤسسات
8.81	60562	747387	686825	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة
2.49 -	14 -	547	561	المؤسسات العمومية
8.80	60548	747934	687386	المجموع

المصدر: سلطاني محمد رشدي: آليات تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل الشراكة الأورو-متوسطة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 36-39، مارس 2015، ص 405.

كما تشكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة النسبة الأكبر من مجموع الأعمال المسجلة في أي دولة فالإحصائيات تبين أن أكثر من 96% من مجموع الأعمال المرخصة للعمل كانت صغيرة، توظف أقل من 50 عاملا في الولايات المتحدة، وتصل هذه النسبة إلى 95% في البلدان النامية. كما يعتمد الاقتصاد في اليابان على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمثل حوالي 99.7% من عدد المؤسسات وتشغل حوالي 70% من اليد العاملة⁹. أما في الجزائر ففي سنة 2013 بلغ عددها 747934 مؤسسة و توظف 1915496 عاملا.

2. خلق الوظائف وتنشيط سوق العمل: ينظر عادة للمؤسسة الصغيرة بأنها المؤسسة التي تساهم في خلق فرص العمل وبالتالي فإنها في فترات الركود نجدها تتزايد بشكل كبير، حيث تمثل مصدرا مهما لخلق فرص العمل الجديدة¹⁰، فالوظائف هي " محرك الاقتصاد Job Engine ". ففي أمريكا مثالا خلقت المؤسسات الصغيرة عام 1998 ما يزيد عن 3 ملايين فرصة عمل جديدة وأن الصناعات التي تخلق وظائف تكون في أغلبها ذات أعمال صغيرة، كما أن المؤسسات الصغيرة في الولايات المتحدة تساهم في ثلاثة من كل أربع وظائف جديدة في عام 2000، ويتوقع استمرار ذلك حتى عام 2012. وفي المملكة المتحدة توظف المؤسسات الصغيرة 36% من إجمالي العمالة. وفي اليابان توظف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 74% من جملة العمالة الصناعية. إضافة إلى أن بعض من الصناعات تساهم أكثر من غيرها في بعض الوظائف لكون الأعمال الصغيرة هي المسيطرة في هذه الصناعات كما هو الحال في الخدمات الشخصية، خدمات الحاسوب، أعمال الكهرباء وخدمات الهندسة و العمارة.

أما في الدول العربية فمثلا مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية بلغت نسبة المصانع الصغيرة فيها 98% من مجموع المصانع، كما أنها توظف حوالي 89% من القوة العاملة في المدينة. أما في مصر فقد دلت الإحصاءات أن الصناعات التحويلية تمثل الصناعات الصغيرة فيها نسبة 85% وهي تساهم في توفير أكثر من مليون فرصة عمل سنويا.

3. تعتبر مناخا مناسباً للابداع والابتكار والتطوير والتجديد لوجود الحافز المادي المؤدي لتحسين الانتاجية، حيث أن ربح براءات الاختراع المسجلة في البلدان الصناعية سجلت في المؤسسات الصغيرة.

4. لها القدرة على خدمات مجالات إجتماعية لا تتمكن المشروعات الكبيرة من خدمتها.¹¹

5. تنشيط حالة المنافسة: يلاحظ أن الأعمال الصغيرة تمثل تحديا لغيرها من الأعمال الكبيرة أو الصغيرة المشابهة لها وبذلك فإنها تخلق منافسة وتنشط الاقتصاد الوطني. إن سبب قدرتها التنافسية العالية هو كفاءتها في الأداء وبحوثها الدائم عن إشباع حاجات الزبائن. إن القدرة التنافسية لبعض المشاريع الصغيرة لا تقتصر على السوق الداخلي أو المحلي بل إنها

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

بدأت تخرج إلى الإطار الدولي وتنافس بكفاءة، فقد أشارت بعض الدراسات إلى أن الصناعات الصغيرة الأمريكية في عام 2000 ساهمت بما نسبته 33 % من إجمالي التصدير الأمريكي للخارج.

إن قدرة هذه المؤسسات التنافسية ترتبط بقدرتها على الإبداع والابتكار الذي تفوق قدرة المؤسسات الكبيرة من جانب وكذلك انتشارها في كافة القطاعات الاقتصادية من جانب آخر¹².

4. إشباع حاجات المجتمع والأعمال الأخرى: تساهم المؤسسات الصغيرة في إشباع حاجات المجتمع المختلفة، فقد يكون هذا الإشباع تحقيق مردود وأداء مالي بالنسبة للمالكي هذه المؤسسات من الرواد أو إشباع حاجات الزبائن من سلع وخدمات أو إشباع رغبات باقي فئات المجتمع المتعاملين بشكل مباشر أو غير مباشر مع هذه المؤسسات.

5. العلاقة التكاملية بين المؤسسات الكبيرة والصغيرة: إن المؤسسات الكبيرة تستفيد غالبا من المئات من المؤسسات الصغيرة في تزويدها بالكثير من احتياجاتها من مستلزمات وقطع وغيرها. ومثال على ذلك شركة جنرال موتورز لصناعة السيارات التي تعتمد في تجهيزها بالقطع والمستلزمات الأخرى على ما يزيد عن 32000 مؤسسة صغيرة وتعتمد في مبيعاتها على ما يزيد عن 11000 وكيل و وسيط، كما أن هناك الكثير من الاحتياجات في المجتمع لشرائح محددة وصغيرة أحيانا لا تستطيع الأعمال الكبيرة تلبيتها وبذلك فإن دور المؤسسات الصغيرة يكون فاعلا في تلبية هذه الحاجات¹³.

ويمكن للمؤسسة الصغيرة أن تحقق بعض المزايا الناجمة عن فصل الوظائف أو مراحل الإنتاج ذات وفورات الحجم من خلال التخصص في بعض منها والعمل على نطاق اقتصادي مناسب، وكذلك تعتمد المؤسسة الصغيرة على المؤسسات الكبيرة العاملة في نفس المجال لاستيفاء احتياجاتها من الخامات الأساسية، كما هو الوضع في حالة الصناعات الكيماوية والبتروولية والمعدنية. كما تأخذ العلاقة صورا تكاملية أخرى أبرزها التعاقد من الباطن مع المؤسسات الصغيرة على تصنيع بعض المكونات لحساب المؤسسات الكبيرة مثلما هو شائع في الصناعات الهندسية وصناعة المنتجات المعدنية والصناعات الالكترونية¹⁴.

ثالثا: المؤسسات الصغيرة مصدر للابتكار والريادة

يعتبر الابتكار والريادة خصائص سلوكية تجسد بعمليات البحث عن الفرص في الأسواق والقيام بإشباع حاجات الزبائن، كما أن عمليات الريادة هي خطوات مهمة على طريق إنشاء الأعمال، حيث تركز على الإبداع والابتكار ومن ثم حدث الانطلاق (الومضة أو شرارة البدء) وأخيرا التنفيذ.

1. أشكال الابتكارات في المؤسسات الصغيرة:

يمكن للمؤسسات الصغيرة إدخال الابتكار كعملية لتعزيز قدرة عملياتها الإنتاجية أو عمليات سلسلة التوريد بهدف زيادة الموثوقية أو خفض التكلفة، ثم يتم تطوير هذه الابتكارات (تطوير الجيل الأول من المنتجات المبتكرة) لاستخدامها الخاص لتناسب مع تطبيقات محددة وذلك باستخدام الهندسة الداخلية. كما يمكن للمؤسسات الصغيرة إدخال ابتكارات المنتجات في الأسواق القائمة أو الجديدة، ويمكن أن يتضمن ابتكار المنتجات إدخال وظائف جديدة أو تحسين الأداء أو إضافة ميزات للمنتجات الحالية. إن الابتكار من هذا النوع "الابتكار الجذري" هو بشكل عام تدريجي يمكن أن تكون التكنولوجيا الأساسية جديدة على المؤسسة ولكن من غير المحتمل أن تكون "جديدة على العالم". وهو يهدف إلى تعزيز أداء المنتج بشكل كبير أو حتى إنشاء صناعات أو منتجات جديدة¹⁵. ومثال على ذلك الطريقة الجديدة التي اعتمدها

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

الشركة المصرية للمنتجات الزراعية والغذائية "فيتراك" لتعبئة المربي في عبوات زجاجية، ويبيع شركة "غفار" للأثاث منتجاتها الخشبية على شكل قطع يجمعها المستهلك، وإدخال شركة "الحرية" نوعية محسنة من الحلوى الصلبة بنكهات متنوعة وتغليف جذاب¹⁶.

يشمل الابتكار في مجال التسويق استخدام قنوات التوزيع الجديدة وطرق الإعلان الجديدة لبيع المنتجات الحالية أو الجديدة، ويمكن للمؤسسات الصغيرة توسيع إيراداتها من خلال بيع منتجاتها الحالية في أسواق إقليمية أو دولية جديدة أو من خلال توسيع خطوط منتجاتها الحالية إلى قطاعات جديدة من الأسواق الحالية. ينطوي هذا النوع من الابتكار "ابتكار التطبيقات" على تطبيق التكنولوجيا الحالية للاستخدامات الجديدة في الأسواق الجديدة¹⁷. ومثال ذلك شركة "كونسروة شتورا" شركة لبنانية مشهورة في مجال تصنيع المنتجات الغذائية، وهي تبني نجاحها على ابتكارات تراكمية في المنتجات وتقنيات التسويق. وقد حاولت هذه الشركة مؤخراً فتح سوق لها داخل المجتمع الغربي، بتركيز جهودها على تحسين نوعية الإنتاج وتقنيات التسويق¹⁸.

ينطوي "ابتكار نموذج الأعمال" على إضافة قيمة للعملاء الحاليين أو المحتملين بطرق جديدة من خلال أداء وظيفة ما أو حل مشكلة أو خلق تجربة من خلال بيع المنتج /الخدمة. قد يتطلب الابتكار من هذا النوع أو لا يتطلب ابتكاراً للمنتجات، إذا كان الأمر كذلك (يتطلب ابتكار للمنتجات) فمن الأرجح أن تكون إعادة تكوين التقنية الحالية التي تنتج المنتج /الخدمة أكثر ملائمة لاحتياجات العملاء الذين تتغاضى عنهم المؤسسات الكبرى، حيث تشير Christensen وBower إلى أن المؤسسات الكبيرة غالباً ما ترفض الابتكارات من هذا النوع والتي يسمونها "ابتكارات مدمرة" لأن عملائهم الحاليين لا يقدرونها أو أن السوق الناشئة أصغر من أن تهتم بها. ويشير كل من Chesbrough وRosenbloom إلى أن ابتكار نموذج الأعمال، بالإضافة إلى اقتراح قيمة جديدة للعملاء المستهدفين يتطلب أيضاً صياغة سلسلة قيمة لإنتاج المنتج أو الخدمة الجديدة وخطة لإنشاء والحفاظ على الميزة التنافسية.

يشير Moore إلى أن اختيار طرح منتج جديد في السوق قد يكون ناتجاً عن تطور في الطلب بسبب تغير القدرة الشرائية للمستهلكين أو تغير في رغبتهم، في حين أن وضع أسلوب جديد أو تنظيم جديد هو نتاج ضغط المنافسة. هذه الجهود المسخرة للابتكارات لا بد وأن تكون متوافقة مع تطور الأسواق التي تعمل فيها المؤسسات. في الحقيقة إن الابتكارات لا ترتبط فقط بفتح أسواق جديدة لتوسيع الحصة السوقية، بل قد تكون هذه الابتكارات بهدف خدمة الأسواق الحالية التي وصلت إلى نهاية مرحلة النضج.

إن قصر دورة حياة المنتجات والضغط المستمر على التكاليف إضافة على تزايد نسبة عدم التأكد في الأسواق، يدفع بالعديد من المؤسسات إلى تكييف استراتيجياتها الابتكارية حسب درجة نمو وتطور الأسواق. إن طبيعة الابتكارات التي تقوم بها المؤسسات ترتبط بدرجة كبيرة بدرجة نضج وتطور الأسواق التي تنشط فيها، حيث تظهر الابتكارات الجذرية بصورة خاصة عند بداية ظهور السوق كما تظهر عند نهاية مرحلة النضج وهذا لتفادي التقهقر¹⁹.

2. نقاط القوة والضعف في المؤسسات الصغيرة وقدراتها على الابتكار:

تشير الكثير من الدراسات أن هناك عوامل عديدة تساعد المؤسسات الصغيرة على الابتكار، ومن أهم هذه العوامل مايلي²⁰:

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

- إن المؤسسات الصغيرة غالبا ما تدار من طرف مدير المشروع او المقاول، الذي يتمتع بروح المبادرة ومهارات المفاوضة في تفحص البيئة واكتشاف الفرص الموجودة فيها.
- إن المؤسسات الصغيرة تتميز بهيكل تنظيمي بسيط، و توجه جل اهتمامها نحو نشاطها الأساسي(منتج جديد أو محسن)، في حين أن المؤسسات الكبيرة عادة ما تنشئ وظائف كثيرة تقاسم الاهتمام مع الوضع الأساسي.
- تتميز المؤسسات الصغيرة بالمرونة وتقبل التغيير، كما أن استثماراتها المحدودة تجعل الانتقال إلى الجديد أقل مخاطرة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.
- قرب المؤسسات الصغيرة من السوق يجعلها أكثر اندماجا مع تغيراته السريعة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.
- ومما تقدم يمكن القول أن الابتكار يبدأ كفكرة في المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الكبيرة على حد سواء، وعليه لم يعد التركيز منصبا على حجم مؤسسة كمعيار لتحقيق الابتكار، وظهر مفهوم جديد أصبح يحتل مكانة هامة في الفكر الاقتصادي وهو المؤسسة المبتكرة.
- وقد توصلت العديد من الدراسات إلى فهم كيف أن بعض المؤسسات الصغيرة والتي تمتلك العديد من الموارد التي توجهها للبحث والتطوير تستطيع الابتكار، في حين أن القسم الآخر من المؤسسات الصغيرة يبتكر في غياب هذه الموارد وفي ظروف أقل ملائمة، وعليه فإن العوامل المساعدة على الابتكار لدى المؤسسات الصغيرة تختلف من مؤسسة إلى أخرى.
- ولقد أثبتت الدراسات أن المؤسسات الصغيرة تنتج عدد ابتكارات أكبر لكل عامل مقارنة بالمؤسسات الكبيرة. ففي دراسة لـ Audresch and Acs والتي قامت بتحليل 8000 ابتكار في الولايات المتحدة الأمريكية، توصلت إلى أن المؤسسات الصغيرة تبتكر بنسبة أكبر بـ 2.8% مرة من المؤسسات الكبيرة. كما أوضحت هذه الدراسات أن ديناميكية الابتكار في المؤسسات الصغيرة تتغير حسب القطاع الذي تنشط فيه. حيث وجد أنه في القطاعات ذات الكثافة التكنولوجية العالية كالصناعات البترولية وصناعة الطيران يلعب الحجم دورا كبيرا في تحقيق الابتكارات وبالتالي فإن للمؤسسات الصغيرة حيزا ضيقا للمناورة. في حين أن قطاعات كالإعلام الآلي والالكترونيات والبرمجيات وقطاع الخدمات تسيطر فيه المؤسسات الصغيرة بنسبة 100% تقريبا على الابتكارات المطروحة في هذه الصناعات²¹.
- وعلى العموم يرتبط الفشل في الابتكار لدى المؤسسات الصغيرة بعدة عوامل أهمها²²:
- غياب التكنولوجيا الضرورية.
- عدم توفر الكفاءات اللازمة.
- قلة الجهود في البحث والتطوير.
- السلوك السلبي للأفراد وعدم تقبلهم لفكرة الابتكار.
- غياب الانسيابية في المعلومات.

3. الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة:

يؤثر الابتكار على شدة المنافسة بين المؤسسات بعدة أشكال، فمساهمة في تخفيض تكاليف الانتاج يمكن أن تؤثر على أسعار السوق، حيث تقوم المؤسسات المبتكرة(الابتكار في الأسلوب) والتي استطاعت تخفيض تكاليفها-بتخفيض أسعار المنتجات. وهو ما يؤثر على هوامش الربح للمؤسسات المنافسة التي بدورها تلجأ إلى تخفيض أسعارها محافظة على حصتها السوقية. إن استمرار هذا التخفيض يؤدي ببعض المؤسسات إلى تحقيق خسائر ومن ثم الخروج نهائيا من السوق. وعليه

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

فإن الابتكار المخفض للتكاليف يدعم الاستراتيجيات التنافسية القائمة على الانتاج بأقل تكلفة ممكنة، فيؤدي إلى خروج بعض المؤسسات مما يخفف من ضغط المنافسة ويمنح للمؤسسات المبتكرة فرصا إضافية لربح حصص سوقية جديدة، تساهم في زيادة رقم أعمالها وتحسين مردوديتها²³.

كما يعمل الابتكار في المنتجات على تدعيم جودة ونوعية المنتجات المقدمة والمزايا الاستعمالية المرتبطة بهذه المنتجات. وهو ما يمنح المؤسسة المبتكرة الأسبقية في كسب المزيد من الزبائن. وكلما كانت المؤسسة سباقة في التوصل إلى الفكرة الجديدة والمنتج الجديد والسوق الجديد كلما كانت الأوفر حظا في كسب المزيد من الزبائن، إضافة إلى تحول زبائن المؤسسات المنافسة نحو منتجات المؤسسة المبتكرة، وهو ما يخفف من ضغط المنافسة عليها ويزيد من شدة وضغط المنافسة على المؤسسات المنافسة. إضافة إلى ذلك فإن تتابع واستمرار الابتكارات داخل المؤسسة يوسع من دائرة معارفها ويزيد من من كفاءاتها وخبرة عمالها ويعمق أثر التعلم لديها. وهو ما يعتبر بعدا تنافسيا يحقق الريادة المطلقة في قطاع نشاطها.

وقد أكد Schumpeter مؤسس نظرية الابتكار الديناميكية على أن معايير الأداء المستقبلية المستخدمة في صناعة القرار للدخول في النظام الاقتصادي تكون سهلة بالنسبة للمؤسسات التي تستغل التكنولوجيا الجديدة، وفي نفس السياق أثبتت استراتيجية المحيط الأزرق التي تعتبر امتداد لاستراتيجية الابتكار الخلاق لـ Schumpeter على أن الابتكار (في المنتج أو الخدمة أو التسليم) يعتبر عامل لرفع وخلق قيمة للمؤسسة في السوق وبقائها²⁴. كما أن الأداء المتفوق للمؤسسات الصغيرة يعتمد على مهاراتها التي أوضحتها المقاربة المبنية على الموارد RBV حيث تتصور المقاربة أن المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموارد بعضها عادي متاح لجميع المؤسسات، وبعضها خاص يمكنها من إنشاء واستدامة الميزة التنافسية²⁵.

حيث يعني مصطلح الموارد حسب مؤسس المقاربة Wernerfelt: مجموع الأصول المنظورة وغير المنظورة المرتبطة بأنشطتها خلال فترة طويلة نسبيا، فبالإضافة إلى الأصول المادية المعروفة قد تمتلك المؤسسة موارد غير مادية تتعلق بالتكنولوجيا، مهارات الأفراد، الإجراءات التنظيمية، العلامات التجارية²⁶.

أو هي حسب Barney: تتمثل في جميع الأصول، القدرات، العمليات التنظيمية، المعلومات المعارف.....، التي تراقبها المؤسسة و تسمح لها بتصميم وتنفيذ الاستراتيجيات التي تمكنها من تحقيق الميزة التنافسية²⁷.

ووفق هذه المقاربة تعد الإستراتيجية بالتوفيق بين مواردها والمحيط الخارجي. بمفهوم المنافسة الموسعة، وبهذا المنظور أخذت الموارد في المؤسسة بعدا استراتيجيا أكثر من أي عنصر آخر وأصبحت توصف بالإستراتيجية ليس لمساهمتها في الميزة التنافسية فحسب بل لصعوبة اكتسابها، واحتمالها بعوائق نقلها وتميزها من مؤسسة لأخرى.

4. تنمية الابتكار وريادة المؤسسات الصغيرة: إن مقومات نجاح المؤسسات الصغيرة وبلوغها حالة الريادة يمكن أن ينبثق من فحوى المصطلحات التالية: الابتكار، المخاطرة، النمو، وأن الريادة الناجحة لها قيم مستقلة وابتكارية لامتلاكها القدرة على اقتناص الفرصة المتاحة في السوق والتي لم يدركها الآخرون²⁸.

يشير Drucker Peter أن الريادة هي ممارسة تبدأ بحدث أو نشاط معين مثل خلق مؤسسة جديدة تستمر ذاتيا، وهذا ما يطلق عليه النموذج الإرشادي الريادي، الذي يحوي دراسة البيئة بمختلف جوانبها وأبعادها والتي تؤثر على تكوين المؤسسة الجديدة، فبدون خلق مؤسسة جديدة لا يمكن للريادة بمعناها العميق والدقيق أن تحدث²⁹.

ويرتكز النموذج الإرشادي الريادي على بعدين هما:

- خلق مشروع جديد.

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

- أداء المشروع الجديد وديمومته.

فالريادة عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة التي تقدم عن طريق المؤسسات، فمفهوم الريادة يجب النظر إليه ببعض المرونة لأننا نجد تباين في المفهوم بين الدول المتقدمة والدول النامية، إذ يكون في الدول المتطورة مرتبط بالابتكارات والتفرد، أما في الدول النامية فإن من يأخذ روح المبادرة والتحرك ويخاطر وينشئ عملا جديدا، يعمل من خلاله على المساهمة في أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية، يعتبر رياديا³⁰.

الخاتمة:

من خلال ما سبق من عرض وتحليل يمكن استخلاص النتائج التالية :

- تشكل المؤسسات الصغيرة مدخلا هاما من مداخل النمو الاقتصادي حيث ثمة اتفاق على أهميتها في النشاط الاقتصادي نتيجة للنجاح الذي حققته.
 - ما تقدمه هذه المؤسسات في عدة دول من خدمات الدعم للمؤسسات الكبرى في إطار التكامل بين فروع النشاط الاقتصادي.
 - المؤسسات الصغيرة في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء تعتبر كرافعة رئيسية للنمو وتشغيل قوة العمل وتقليص البطالة، فهي تشكل واحدة من أهم آليات رفع معدلات النمو الاقتصادي، وتحسين مستوى المؤشرات الاقتصادية الكلية.
 - تمتاز المؤسسات الصغيرة بقدرة عالية على الابتكار، حيث تبذل الجهود لتطوير منتجات (سلع أو خدمات) جديدة أو تحسين ما هو موجود أو تطوير الاستخدامات الجديدة لها.
 - تعتبر المؤسسات الصغيرة موقعا مهما لتنمية الاستعدادات والمهارات الريادية الضرورية لنمو أي اقتصاد معاصر.
- قائمة الموامش والمراجع:

- ¹: ماجدة، العطية: إدارة المشروعات الصغيرة، دار المسير للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2002، ص 15.
- ²: ماجدة، العطية: المرجع نفسه، ص 15.
- ³: صالح مهدي محسن، العامري و طاهر محسن منصور، الغالي: الإدارة والأعمال، دار وائل، عمان، 2007، ص 172.
- ⁴ مروة أحمد ونسيم برهم، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2008، ص 14.
- ⁵: محمد فتحي، صقر: واقع المشروعات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها الاقتصادية، ندوة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي: الإشكاليات وآفاق التنمية، وورشة العمل بعنوان تقييم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، القاهرة - جمهورية مصر العربية، 18-22 يناير 2004 ص 12.
- ⁶: عبد الحميد، تيمائي و مصطفى، بن نوي: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم المناخ الاستثماري، -حالة الجزائر-، ورقة عمل مقدمة للملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، محور العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف -الجزائر، يومي 17 و 18 أبريل 2007، ص 250.
- ⁷: كمال، منصوري: الدور التمويلي للأوقاف النقدية: نحو مؤسسات وقفية مانحة لتمويل المشروعات الصغيرة، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر دبي الدولي للأوقاف حول : آليات مبتكرة في دعم المشاريع الصغيرة، من تنظيم مؤسسة الأوقاف وشؤون القصر بدبي ومنظمة الأسكوا وحكومة دبي، دبي، 16-17 فيفري 2010، ص 1.
- ⁸: صالح مهدي محسن، العامري و طاهر محسن منصور، الغالي: مرجع سابق، ص 174.
- ⁹: سعد نائف، برنوطي: إدارة الأعمال الصغيرة -أبعاد الريادة-، دار وائل، عمان، 2008، ص 56-57.
- ¹⁰: عبد الرزاق، خليل و نور الدين، هناء: دور حاضنات الأعمال في دعم الإبداع لدى المؤسسات الصغيرة في الدول العربية، ورقة عمل مقدمة للملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، 17-18 أبريل 2006، ص 611.

مساهمة المؤسسات الصغيرة في تنمية الابتكار

- ¹¹: مروة أحمد ونسيم برهم، مرجع سابق، ص 84.
- ¹²: صالح مهدي محسن، العامري و طاهر محسن منصور، الغالي، مرجع سابق، ص ص 176 - 174.
- ¹³: أيمن علي، عمر: إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل بيئي مقارن، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، 323.
- ¹⁴: محمد فتحي، صقر، مرجع سابق، ص 26.
- ¹⁵: Gerald, Susman and auth: Product and Service Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises, Department of Commerce, The National Institute of Standards and Technology Manufacturing Extension Partnership, United States, 2006, p7.
- ¹⁶: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا: قدرة المشروعات الصناعية الصغيرة والمتوسطة على الابتكار في بلدان مختارة من منطقة الإسكوا، نيويورك، 2002، للمزيد من المعلومات يتم زيارة الموقع <http://www.escwa.org.lb>.
- ¹⁷: Gerald, Susman and auth: op cit, p.8
- ¹⁸: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (2002): مرجع سابق.
- ¹⁹: Moore, G: Darwin and the demon: Innovating within established enterprises, Harvard Business Review, 2004, pp86-91
- ²⁰: بلال، زويوش: السلوك الابتكاري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدوافع والمحددات - دراسة عينة من قطاع الصناعات التحويلية لولاية قسنطينة -، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، 2016/2017، ص 78.
- ²¹: بلال، زويوش: السلوك الابتكاري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدوافع والمحددات - دراسة عينة من قطاع الصناعات التحويلية لولاية قسنطينة -، المرجع نفسه، ص 72.
- ²²: Gerald, Susman and auth: op cit, p9.
- ²³: بلال، زويوش، مرجع سابق، ص 114.
- ²⁴: Lily Julienti, Abu Bakar and Hartini, Ahmad : Small Medium Enterprises' Resources and the Development of Innovation in Malaysia, Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprises, Vol 2010, 2010, p4.
- ²⁵: موساوي، زهية: نظرية الموارد والتجديد في التحليل الاستراتيجي للمنظمات - الكفاءات كعامل لتحقيق الأداء المتميز -، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، 8-9 مارس 2005، ص 173.
- ²⁶: Stephane A. Tywoniak : Le modèle des ressources et des compétences –un nouveau paradigme pour le management stratégique ?-، l'article est sur le site web : www.reference-rh.net, p5.
- ²⁷: مزهوده، عبد الملوك: التسيير الاستراتيجي للمؤسسات - مقاربات مفهومية وتحديات التنافسية -، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 04، 2006، ص 92.
- ²⁸: بلال خلف، السكارنة: المشاريع الصغيرة والريادة، 2006، للمزيد من المعلومات يتم زيارة الموقع <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=51061>، تمت الزيارة بتاريخ 2018/07/12 على الساعة 15.30.
- ²⁹: جابر، مهدي: أثر حاضنات المشروعات في تعزيز ريادة الأعمال بمدينة عنابة، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار - عنابة، الجزائر، العدد 16، 2015، بدون ذكر الصفحات.
- ³⁰: جابر، مهدي، المرجع نفسه، بدون ذكر الصفحات.