

أثر الإستراتيجية الابتكارية على استمرارية المشروعات الصغيرة والمتوسطة - دراسة ميدانية بالمشروعات الصيدلانية الجزائرية -

د/ سامية غربي
جامعة قسنطينة

Abstract :

The aim of this study to look at the impact of innovation on the activity of small and medium enterprises and, therefore, their continuity and growth, and which falls within one of the conference ax, and is the focus of the management of innovation and piloting work, in order to achieve this goal we run the theoretical framework for research and which contained two essentials approaches witch are: small and medium projects, and innovation, go after that to try to examine the impact of innovation on the activity of small and medium enterprises in the Algerian pharmaceutical production field through a sample of this kind of projects.

Keywords : Innovation, Small and medium business, pharmaceutical product, Algerian business.

المخلص :

تهدف هذه الدراسة للبحث في أثر الابتكار على نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة وبالتالي على استمراريته ونموها و الذي يندرج ضمن أحد محاور المؤتمر ألا وهو محور إدارة الابتكار و ريادة الأعمال، ولتحقيق هذا الهدف ارتأينا الانطلاق من الإطار النظري للبحث والذي احتوى على مقارنتين أساسيتين هما: المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والابتكار، لنخرج بعد ذلك لمحاولة بحث أثر الابتكار على نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في حقل الإنتاج الصيدلاني من خلال عينة في هذا النوع من المشروعات.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، المشروعات الصغيرة والمتوسطة، المنتج الصيدلاني، مشروعات جزائرية.

مقدمة

يشهد عالمنا المعاصر تغيرات عديدة زادت من أهمية المشروعات الصغيرة و المتوسطة، إذ باتت هذه المشروعات الخيار الإستراتيجي المساعد لعدد من الدولة على تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية، فجاحها مرهون بعدة شروط أهمها الاستفادة من التقدم التكنولوجي وتحرير الأسواق خصوصاً في مجال المعلومات وتطبيقات التكنولوجيا الجديدة إضافة إلى زيادة تعبئة وترشيد أوجه استغلال عوامل الإنتاج، فالعصر يشهد تطور أنشطة المشروعات وتوسعها وتنامي أنماط متنوعة تتميز بالابتكار تسعى إلى تطوير المنتجات والأسواق، فتحقق النشاط الابتكاري في المشروعات الصغيرة والمتوسطة له مزايا اقتصادية، لذا فان العديد من هذه المشروعات تفتتت إلى أهمية ودور الابتكار وتبنيه كخطوة حاسمة وأساسية ضمن إستراتيجيتها، استنادا إلى ما سبق نطرح سؤال الإشكالية على النحو التالي:

ما مدى تأثير الابتكار على نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة و بالأخص منها في حقل الصيدلة والإنتاج الدوائي؟

الأسئلة الفرعية

على ضوء هذا السؤال ندرج السؤالين الفرعيين التاليين:

1. ما علاقة الابتكار بنشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية؟
2. هل يمكن تبني الابتكار كإستراتيجية طويلة المدى بالنسبة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية؟

الفرضيات

1. يرتبط نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة و خاصة منها في حقل البحث و التطوير المتعلق بإنتاج الدواء بمدى الابتكار وتطبيقاته؛

هذه الفرضية تقودنا إلى التحليل المبني على شقين أساسيين:

ف1-0: لا توجد علاقة بين نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للدواء و عمليات الابتكار؛

ف1-1: توجد علاقة بين نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للدواء و عمليات الابتكار.

2. يمكن تبني الابتكار كإستراتيجية طويلة المدى بالنسبة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية؛

و كذلك بالنسبة للفرضية الثانية التي نرى من الأفيد أيضا تقسيمها إلى:

ف2-0: لا يمكن تبني الابتكار كإستراتيجية طويلة المدى بالنسبة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة

الصيدلانية؛

ف2-1: يمكن تبني الابتكار كإستراتيجية طويلة المدى بالنسبة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية.

أهمية الدراسة

- تكمّن أهمية هذه الورقة البحثية في نقاط عديدة أبرزها:
- ✓ تحسيس مسؤولي المشروعات الصغيرة والمتوسطة خاصة منها في القطاع الصيدلاني بأهمية الابتكار المعتمد بالدرجة الأولى على البحث والتطوير؛
- ✓ تُعدّ الدراسة موضوع بحث جديد مسير للتحوّلات الراهنة ومنها الاهتمام الكبير بقطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة على صعيد وطني و دولي،
- ✓ لفت الانتباه لإرساء الوعي بمدى التفاعل بين أهداف المؤسسة على مدى طويل من خلال إستراتيجية ابتكارية؛
- ✓ أهمية النتائج التي سننصل إليها بعد تحليل المعطيات الخاصة بعينة الدراسة، و من خلال الاقتراحات.

أهداف الدراسة

- على أساس ذلك، فإن أهمّ الجوانب التي تهدف إليها الدراسة تتمثل في:
- ✓ تقديم وعرض الأسس النظرية -مفهوماً أكاديمياً و علمياً - للمشروعات الصغيرة والمتوسطة من ناحية، و الابتكار من ناحية أخرى؛
- ✓ إبراز وتحديد الواقع الفعلي لقطاع الصيدلة القائم على البحث والتطوير وبالتالي على الابتكار و المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتعرّف على أهمّ نقاط قوتها ونقاط ضعفها لتحديد كفاءات وآليات النهوض بها؛
- ✓ إبراز العلاقة بين المشروعات الصغيرة والمتوسطة والاستراتيجيات من زاوية نوعية نشاطها بالشكل الذي يضمن استمراريتهما و تطوّرها.

منهجية الدراسة

تقنيات البحث وأدواته تم اختيارها حسب ما يخدم الموضوع، منها الأسس النظرية حول المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الجزء النظري، والاعتماد على الاستبيان والمقابلة المفتوحة وشبه الموجهة مع مسؤولي المشروعات، إضافةً إلى الأسلوب الإحصائي. يتكون مجتمع الدراسة من عدد المؤسسات المنتجة للدواء الإنساني 56 مؤسسة، تمّ اختيار منها 26 مؤسسة كدراسة حالة على مستوى ولاية قسنطينة و بعد الفرز تمّ الإجابة فقط من قبل 17 مؤسسة.

الجزء النظري: المشروعات الصغيرة والمتوسطة: المفاهيم والأسس النظرية

نتطرق الى المشروعات الصغيرة والمتوسطة من جانبها النظري.

أولاً: المشروعات الصغيرة و المتوسطة: المفهوم، الخصائص، الدور والأهمية

و يمكن البدء بتعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال:

1.1 مفهوم المشروعات الصغيرة و المتوسطة

تحمل عبارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة بطياتها مفهوم الحجم، الذي يشير عادة إلى عدد العمال، أو حجم رأس المال، أو حجم رقم الأعمال، وهي كلها معايير كمية، وعموماً يمكن تحديد وتصنيف هذا النوع من المشروعات عن غيرها استخداماً للمعايير السالفة الذكر وذلك حسب ما يلي:

أ. تعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة

وتم تعريفها كما يلي:

جدول رقم 1: تعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة

درجة الاستقلالية	نتيجة السنة (أورو)	رقم الأعمال السنوي (أورو)	عدد العمال	المؤسسة
25 % من رأس المال أو	أقل من 2 مليون	أقل من 2 مليون	1 - 9	مصغرة
من حق التصويت	أقل من 10 مليون	أقل من 10 مليون	10 - 49	صغيرة
مملوك لمؤسسة أخرى	أقل من 50 مليون	أقل من 50 مليون	50 - 249	متوسطة
	أكثر من 43 مليون	أكثر من 50 مليون	أكثر من 250	كبيرة

المصدر: القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة 2006.

و نخلص إلى أن كل المعايير المستند إليها تتجه نحو مصب واحد في الأغلب و هو عنصر عدد العمال وهذا لعدّة مزايا يحملها في طياته وهي البساطة والسهولة في التطبيق مهما اختلف الهدف؛ إضافة إلى السهولة في المقارنة.

بدور و أهمية المشروعات الصغيرة و المتوسطة

أغلب الدراسات تشير إلى الدور البارز الذي تلعبه هذه المشروعات من خلال:

✓ توفير فرص العمل و مكافحة مشكلة البطالة، وتقليل تكاليف الإنتاج؛

- ✓ تشجيع التعاون بين المشروعات الكبيرة و المشروعات الصغيرة والمتوسطة و تطوير العلاقة بينها إلى علاقات شراكة من خلال عقود المناولة،
- ✓ تشجيعها على الرفع من إنتاجها كما و نوعا من خلال استثمار و تعظيم المدخرات المحلية؛
- ✓ تعتبر أرضية واسعة ومتجددة للتدريب المهني والإداري؛
- ✓ تعتبر ملاً لفرغ الفجوة الإنتاجية باعتبارها تغذي إنتاج المشروعات الكبرى من خلال العمل الجوارى، كما تعتبر منتجات بعض هذه المشروعات مدخلات لمؤسسات أخرى.

ثانيا : الجانب المفاهيمي للابتكار وارتباطه بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة قبل تحليل خبايا الابتكار في المشروعات الصغيرة والمتوسطة لا بد من الوقوف عند بعض النقاط النظرية المهمة حول مصطلح الابتكار.

1.2. مفهوم الابتكار

تم اعتبار الابتكار و لفترة طويلة نتاج تطوير المعارف من قبل المبتكرين أو الباحثين، في حين أن النظرة الحالية اختلفت وأصبح ينظر للابتكار على أنه نتيجة لسيرورة كاملة يتوقف نجاحها على ردود الفعل و التبادل بين مختلف الأعوان ضمن علاقات ترابط¹. هذا التعريف يؤكد على كيفية التنفيذ و هذه النقطة هي الفاصلة بين ما هو نابع من الخلق و الأفكار وما هو منفذ بعد تجميع الأفكار، فالابتكار يمكن أن يتعلق بـ "منتج الأسلوب": طريقة التسويق وطريقة التنظيم بشكل جديد.

من خلال التعريف الأخير وحسب ما جاء في Manuel OSLO، فإن الابتكار يتم بـ "الاتساع" و الدقة في آن واحد، لأنه يجمع إضافة إلى المنتج، كل من الأسلوب، طريقة التسويق والتنظيم¹. حسب Schumper، فإن الابتكار يمكن أن يتخذ خمسة (05) أشكال² :

- ✓ عرض منتج جديد في السوق (في نوعية منتج متواجد)؛
- ✓ فتح منفذ أو مخرج جديد لصناعة الدولة؛
- ✓ الحصول على مصدر جديد للمواد الأولية أو المنتجات نصف مصنعة؛
- ✓ تنفيذ تنظيم جديد للسوق.

1 - LANDRY, R, (2002): Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent? Technological Forecasting And Social Change, Vol 69, p. 683.

1 - OCDE, (2005), Op.cit.

2 - CORBEL, P. (2009): Technologie, innovation, stratégie de l'innovation technologique à l'innovation stratégique, Lextenso Edition, Paris, p.17.

وهنا يجب الإشارة إلى الفروقات بين الاختراع والابتكار فالأول عبارة عن سبق تكنولوجي، تقني، أو اجتماعي، أي أن الاختراع هو سبق معرفي يثري المعارف، أما الابتكار فهو سبق موجه للصناعة والتسويق، ويمكن أن يكون سبق موجه لتحقيق ربح للمؤسسة، في حين أن تنفيذ الابتكار ينتج عنه تغيير اجتماعي سواء جذري أو على مراحل، وله استعمال حقيقي أو فعلي³.

إن مصطلح ابتكار يطلق إذن على الاختراعات التي وصلت إلى مرحلة المنتج الجديد، تم تحقيقه فعلياً و له قابلية اقتصادية ويتم إنتاج سلسلة، أو مجموعة محدودة منه¹، و لكن هذا لا يعني ضرورة أن كل ابتكار ناتج عن اختراع و أن كل اختراع يؤدي بالضرورة تطبيق صناعي و تجاري².

من زاوية أخرى يقسم الابتكار إلى قسمين: الابتكارات الفنية وتتعلق بالتكنولوجيا الإنتاجية المستخدمة والمنتجات التي تنتجها المؤسسة، ويهدف هذا الابتكار إلى تطوير الأداء الفني بالمؤسسة وذلك:

- ✓ إضافة أنشطة إلى نظم الإنتاج أو الخدمات بالمؤسسة؛
- ✓ تقديم منتجات أو خدمات جديدة لم تنتجها المؤسسة من قبل.

النوع الثاني فيتعلق بالنظام الاجتماعي بالمؤسسة هو الابتكار الإداري ويقصد به كل ما يرتبط بالعلاقات بين الأفراد الذين يتفاعلون فيما بينهم لتحقيق هدف معين. ويشمل الابتكار الإداري القواعد والأدوار والإجراءات والهيكل المتعلقة بعملية الاتصال والتبادل بين الأفراد والبيئة التي ينشطون فيها. الجزء التطبيقي: دراسة مدى تأثير الابتكار على نشاط المؤسسة وتوسيعه في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية الجزائرية

إذ تم الأخذ كعينة مكونة من 17 مؤسسة صغيرة ومتوسطة لصناعة الدواء الموجه للاستعمال البشري، وتم اعتماد استمارة استبيان كأداة بحثية رئيسية موجهة إلى مسؤولي البحث والتطوير، هدفنا هو التوصل فيما إذا كانت مؤسسات الصيدلة بالولاية قد قامت بابتكار أو على الأقل تطوير منتج جديد، كون أن الرد بالإيجاب على هذا السؤال يفتح أمامها العديد من الآفاق بل وأمام سوق الأدوية الجزائرية ككل، الرد بالإيجاب على هذا السؤال قدرت بنسبة 70.6% أي 12 مؤسسة تقوم بعمليات ونشاطات بحث وتطوير، 3 مؤسسات من بين 17 مؤسسة كانت إجابتها

3 - BASSO Olivier, (2006): Le manager entrepreneur: entre discours et réalité, dirigé en entrepreneur, Pearson Education, Paris : France, p. 11.

1 - LOEROY Frédéric, (2001) : Les stratégies de l'entreprise, 4e édition, Dunod, France, p. 48.

2 - Corbel. P, (2009), Op.cit, p.17.

سالبة أي 17.6% لا تقوم بها ، وقد امتنعت مؤسستين على الرد على هذا السؤال، و هذا ما يمثل نسبة 11.8% من مجموع مفردات العينة،

يهدف التعمق أكثر في نوع النشاط الابتكاري الذي تقوم به 13 مؤسسة: حاولنا معرفة الميزانيات المخصصة لنشاطات البحث والتطوير وعمليات التحسين التي تقوم بها المؤسسة على مستوى تحسين الآلات والمعدات الإنتاجية ثم على مستوى أساليب وطرق الإنتاج، وأخيراً على مستوى المنتجات. و حاولنا إعداد مقارنة بين ميزانيتي سنة 2013 و ما هو مخطط لسنة 2014، توصلنا كنتيجة أولى إلى أن كل المشروعات لا تقوم بنشاط ابتكاري أو تحسين أو نشاط بحث وتطوير بالنسبة للطرق و الأساليب. أما فيما يخص المبالغ المالية الموجهة سنة 2013 لكي تقوم بعمليات بحث وتطوير وتحسين على مستوى الآلات والمعدات الإنتاجية فان هذه المشروعات قد استثمرت في المتوسط ما يقارب 1800000 دج وتعتمد الاستثمار سنة 2014 في المتوسط ميزانية تقابل 4700000 دج أي أن القيمة تضاعفت بشكل معتبر ويعود سبب يعود ذلك حسب إجابات المسؤولين إلى تشجيع الدولة على الإنتاج عن طريق تسهيل استيراد الآلات المساعدة على الإنتاج، كما تسعى المشروعات المكونة لمفردات العينة إلى نشاطات البحث والتطوير وتحسين المنتجات وفي هذا الصدد خصصت كذلك ميزانيات لسنة 2013 وصلت في المتوسط بالنسبة للمؤسسات 14 ما يقارب: 2500000 دج، في حين خصصت لسنة 2014 ميزانية تقدر بـ 3500000 دج أي أنها كذلك تعتمد الاهتمام بالكيف وجودة المنتجات الصيدلانية من خلال تحسينها وإجراء عمليات للبحث و التطوير، وهذا ما أثبتته الإجابة على السؤال الذي صاحب هذه النتيجة حسب الجدول التالي:

جدول رقم: 3- تطوير منتج محدد

النسبة المئوية	التكرار	البيان
52,9	9	نعم
47,1	8	لا
100,0	17	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة استنادا إلى مخرجات SPSS17

حاولنا معرفة إن كانت عملية التطوير التي مست المنتج هل هي عميلة جديدة بالنسبة للمؤسسة في السوق الذي تنشط فيه أي معرفة فيما إذا كانت المؤسسة قد طورت المنتج وعرضته في السوق قبل المشروعات المنافسة ولكن في إطار سوق المؤسسة أم لا، وهنا توصلنا للشواهد الرقمية التالية:

جدول رقم : 4- تطوير المنتج المتوفر لدى المؤسسة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
نعم	7	41,2
لا	2	11,8
المجموع	9	52,9
System	8	47,1
المجموع	17	100,0

المصدر: من إعداد الباحثة: استنادًا إلى مخرجات SPSS17.

مؤسستين من بين 9 أي نسبة 11.8% أدخلت عمليات تحسين على المنتج وطورته ولكنه متوفر في السوق، من قبل المشروعات المنافسة، في حين باقي المشروعات أي 7 المتبقية وهي تمثل نسبة 41.2% لم تقدم منتج مطور إلى السوق، هذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم : 5- تحسين منتج المؤسسة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
نعم	2	11,8
لا	7	41,2
المجموع	9	52,9
	8	47,1
المجموع	17	100,0

المصدر: من إعداد الباحثة: استنادًا إلى مخرجات SPSS17.

إن الابتكار القائم على أساس إدخال تكنولوجيا جديدة يتحكم بدرجة كبيرة في أداء المؤسسة، ويمكن أيضا أن يكون ابتكار على أساس التسيير وطرقه، ولكن وكما سبق الإشارة إليه أن أغلب مؤسسات عينة الدراسة لا تهتم بإحداث تغييرات وتطوير يمس الوظيفة التسييرية وعليه فإن أغلب المشروعات تفضل الاحتفاظ بطرقها التسييرية مع محاولة تحسينها، أما 3 مؤسسات أي ما نسبته 17.6% فتحاول الابتكار بشكل مستمر لطرقها التسييرية.

جدول رقم: 6 - ابتكار على أساس تكنولوجيا جديدة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
ابتكار	3	17,6
طرق سابقة	14	82,4
المجموع	17	100,0

المصدر: من إعداد الباحثة استنادًا إلى مخرجات SPSS17.

رغم التأثير المباشر والبالغ الأهمية و الدور الكبير الذي تلعبه الجامعات، مراكز ومخابر البحث لتزويد المشروعات الصيدلانية بالمعلومة المناسبة والمتخصصة، إلا أن المشروعات مفردات العينة لا تعتمد عليها كليا في الحصول على معلومات تتعلق بالسوق /المنتجات و تتفق 16 مؤسسة بأن الجمعيات ومراكز البحث لا تقدم أي معلومات لها، رغم أن أهم نشاط تقوم به هذه الأطراف هو القيام بالبحث وفي الكثير من الحالات التطوير، إلا أن المشروعات ترى وجود فجوة بينهما، أما المعلومات المتعلقة بالتطور التكنولوجي الذي يمس قطاع الصيدلة فترى 8 مؤسسات من بين 16 أن الجامعات ومراكز أو مخابر البحث لها دور في إعطاء هذا النوع من المعلومات، كونها جهات تعتمد على التكنولوجيا للقيام بالأبحاث، على عكس 8 مؤسسات المتبقية التي لا تتفق مع هذا الرأي وهي نسبة 47.1 %، والتي أكد لنا المسؤولون المستجوبون بما أنه و رغم أن النشاط الأساسي لهذه الأطراف هو القيام بأبحاث علمية إلا أن اهتماماتها و تخصصاتها تبقى بعيدة عن حاجة المشروعات، هذا البعد الذي تؤكد 15 مؤسسة (88.2 %) أرادت الحصول على معلومات حول المحيط الاقتصادي والمالي بتقريرها من مراكز البحث و الجامعات و التي أكدت افتقار هذه الأخيرة لهذا النوع من المعلومات.

أما فيما يتعلق بطرق الإنتاج أو ظروف التسيير و غيرها فان ما يعادل 58.8% من المشروعات و هي نسبة تعادل 10 مؤسسات تحاول أن تلجأ لعلاقات تعاون بغرض الابتكار في حين أن نسبة 35.3% أي 6 مؤسسات ليس لها القدرة على الابتكار باعتباره مكلفاً لذا فهي تكتفي بعلاقات التعاون لأغراض أخرى، كتخفيض التكاليف، أو توسيع تشكيلة إنتاجها، أو الوصول إلى أسواق جديدة، أو زيادة قدرتها، وتسعى المشروعات إلى اعتماد تطويرها للمنتج من خلال تحسينه وذلك على مستويين الأول من خلال تحسين ورفع من مستوى نوعية الإنتاج، و الثاني تمثل في الأطراف التي تساعد على تحقيق هذا الهدف وهو المورد البشري بالمؤسسة، فتم التوصل إلى أن المشروعات توجه مخصصات مالية لتحسين الإنتاج من خلال خطط البحث والتطوير رغم ضعف نسبها، و أكدت نتائج الدراسة أن بعض المشروعات من بين مفردات العينة قد قامت بتطوير منتج / دواء على أساس البحث والتطوير، وهذا ما يؤكد الإستراتيجيات المتبعة، إضافة إلى ذلك محاولة تكوين و تدريب المورد البشري وتأهيله للمستوى المطلوب.

ثانيا: تفسير النتائج وفقا للفرضيات

أشارت الدراسة الميدانية إلى نفي الفرضية الصفرية التي تشير إلى انه لا توجد علاقة بين الابتكار ونشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية الجزائرية، وعليه تأكيد الفرضية البديلة، مما يؤكد وعي أصحاب هذه المشروعات بأهمية الابتكار على استمرارية مشاريعهم و ذلك من خلال البحث والتطوير، وتهيئة المناخ الملائم والشروط الضرورية على مستوى المحيط الداخلي والخارجي

للمؤسسة لإنجاح الابتكار وبالتالي نجاح المؤسسة.

تأكيد على وجود علاقة بين الابتكار و نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية الجزائرية، إضافة إلى تأكيد أصحاب ومسئولي هذه المشروعات على تبني الابتكار ليس كإجراء فحسب وإنما كإستراتيجية لضمان نجاح واستمرارية وتطور المشروعات، و بهذا نكون قد توصلنا إلى الإجابة على السؤال الجوهري للبحث.

ثالثا: الاقتراحات

انطلاقا من النتائج السالفة الذكر يمكن أن نقدم جملة من الاقتراحات وتتمثل في النقاط

التالية:

- ✓ الاهتمام وبشكل صحيح و تام بقطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال تشجيع إنشائها ومرافقتها ومنح كل التسهيلات المساعدة على إنجازها على المدى الطويل؛
- ✓ تشجيع الاستثمار في قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة المبتكرة في شُعب صناعية مختلفة ومحاولة إعادة ترشيد الإنفاق نحو قطاعات صناعية ومن أبرزها قطاع إنتاج الدواء؛
- ✓ تشجيع التعاون بين المشروعات الجامعية ومراكز البحث والتطوير من جهة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة الصيدلانية من جهة أخرى، للاستفادة من تجسيد أبحاثها ، وصولا إلى تقليص الفجوة بين القطاعين وتحسين أداء المشروعات بما ينعكس إيجابا على أهدافها.
- ✓ تشجيع الابتكار في قطاع الصيدلة وإنتاج الدواء للرفع من أداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة ما يحقق لها مزايا تنافسية تمكنها من تلبية حاجات السوق الوطنية غير المشبعة.

الخاتمة

هدفنا من وراء هذه الورقة البحثية ينصب في تحديد أثر الابتكار كإجراء عملي أولا ثم كإستراتيجية ثانيا على نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة واستمراريتها و تطورها، وتحديد العوامل المؤثرة والتي من شأنها الرفع والتحسين من فرص النجاح بناء على عنصر الابتكار، و تحسين المسؤولين القائمين على القطاع الصيدلاني من جهة و المشروعات الصغيرة و المتوسطة من جهة ثانية على ضرورة تبني إستراتيجية قائمة على الابتكار لحساسية القطاع الذي تنشط فيه و سعيا لبقائها في سوق لا تزال عذراء تتعرض فرص استثمارية يجب تنميتها. التوضيح الذي نقدمه حول أهم المعايير والعوامل المؤثرة على الابتكار في المشروعات الصغيرة والمتوسطة وخاصة منها المنتجة للدواء الموجه للاستعمال البشري.

الهوامش:

- 1.السكرانة بلال خلف،(2010): القيادة الادارية الفعالة، دار الميسرة للنشر والتوزيع و الطباعة: عمان، الأردن.
- 2.العبيدي محمد، الفضل مؤيد، (2010): ادارة المشاريع: منهج كمي، الطبعة الثانية، الوراق للنشر و التوزيع: الأردن.
- 3.نجم عبود نجم،(2013): مدخل الى ادارة المشروعات، الطبعة الأولى، الوراق للنشر و التوزيع: عمان، الأردن.
- .1BARRAL, P.E), 1996): Twenty years of pharmaceutical Research Results Through the world (1975 –94), Rhône – Polenc Fondation Rorer, Paris.
- .2BASSO Olivier, (2006): Le manager entrepreneur: entre discours et réalité, dirigé en entrepreneur, Pearson Education, Paris: France .
- .3BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, (2009) : Le capitalisme et ses acteurs : perspective historique, Capitalisme et entrepreneurs, La capitalisme : mutations et diversité, Cahiers français N° 349, France.
- .4CORBEL, P. (2009): Technologie, innovation, stratégie de l'innovation technologique à l'innovation stratégique, Lextenso Edition, Paris.
- .5CORBEL, P. (2009): Technologie, innovation, stratégie de l'innovation technologique à l'innovation stratégique, Lextenso Edition, Paris.
- .6LANDRY, R, (2002): Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent? Technological Forecasting And Social Change, Vol 69.
- .7LOEROY Frédéric, (2001) : Les stratégies de l'entreprise, 4e édition, Dunod, France.
- .8OCDE, (2005): OSLO Manual Guide lines for collecting and interpreting innovation Data, Paris, OCDE and EUOSTAT.

