

واقع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

- حالة مؤسسات قطاع الصناعة الغذائية -

الأستاذ : أمين مزياني - جامعة الجزائر 3 -

ملخص:

أصبح الابتكار سمة مميزة في المنظمات المعاصرة حيث أنه يقدم لها حلولاً مثلى في عالم يعجّ بالتحديات التي فرضها نظام العولمة الجديد، فالتنافس الشديد بين الشركات والتغير التقني بالإضافة إلى الثورة المعلوماتية و إلغاء الحواجز التجارية، وضع المنظمات على المحك الأمر الذي استدعى توفير قدرات إبداعية قادرة على مواجهة هذه التغيرات المتسارعة، و في هذه الحالة أصبح الإبداع وظيفة أساسية في المنظمات الحديثة.

ولقد أصبح لموضوع الابتكار ضرورة ملحة خاصة في ظل هذه التحديات المتنامية التي انبثقت من ظاهرة العولمة والتغيرات التقنية المتسارعة والتطور الحاصل في ثروة المعلومات، مما جعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحديثة تنتهج عدة أساليب واستراتيجيات الابتكار إضافة إلى الدور الكبير لتكنولوجيا المعلومات في إدارة هذه العملية.

تواجه المؤسسات الجزائرية الكبيرة منها والصغيرة والمتوسطة كميّلاتها من المؤسسات في مختلف الدول نفس متغيرات بيئية مع منافسة قوية ذات الطبيعة العالمية، أحاول من خلال هذه المقالة تحليل وتقديم ما توصلت إليه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بشكل عام ومؤسسات قطاع الصناعة الغذائية بشكل خاص في مجال الابتكار.

مقدمة:

تقوم اقتصاديات المعرفة على الاستغلال الأمثل والفاعل لرأس المال الفكري البشري في الإبداع والابتكار، وفي كل المراحل المتتالية التي مرت بها الاقتصاديات المتقدمة كانت تتحقق زيادات متصاعدة أكبر في القيمة المضافة. تلك القيمة المتولدة عن تحويل المدخلات أو الموارد إلى سلع أو خدمات، وكانت أعلى هذه الزيادات في اقتصاديات تكنولوجيا المعلومات ثم اقتصاديات المعرفة على التوالي، هذه المعرفة التي اندمجت مع المهارات الإنسانية لتولد قدرات الابتكار والإبداع، وهي القدرات التي تستخدم أساساً في تصميم وتطوير منتجات قادرة على التنافس وتصميم وتطوير طرائق إنتاج فاعلة لهذه المنتجات، ناهيك عن ابتكار وإبداع سبل خفض التكاليف وتحسين الجودة والتميز باعتبارها من أهم الاستراتيجيات التنافسية، واستمرار المؤسسات.

ولاشك أن عوامل كثيرة تجعل للإبداع والابتكار أهمية خاصة، ومن هذه العوامل: ازدياد حدة المنافسة بين المؤسسات، وندرة الموارد، وكبر حجم منظمات الأعمال، وارتفاع توقعات المستهلكين، وكبر حجم العمالة وتنوعها، وازدياد طموح العاملين، والركود، التضخم، وتدهور الإنتاجية، وارتفاع تكاليف

البطالة، وارتفاع تكلفة الإدارة، والتضخم الوظيفي، وانخفاض الأجور، وانخفاض الطلب، وتزايد المخزون الراكد، وارتفاع تكلفة التمويل، و تزايد الحاجات غير المشبعة، وتزايد الطلب على أفكار جديدة لحل مشاكل قائمة، والصراع مع المشكلات الاجتماعية والسلوكية.

حيث أصبحت الدول تولي اهتمامًا بالغًا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السنوات الأخيرة ويتجلى ذلك من خلال استحداث أطر قانونية وهيئات وطنية لتطويرها، ووضع استراتيجيات لتدعيمها والاهتمام بأنشطة البحوث والتطوير، وتهيئة الظروف التنظيمية المساعدة على الإبداع والابتكار لتحقيق النمو لمثل هذه المؤسسات.

ومن أجل تحقيق ما سبق ذكره اعتمدنا على جمع المعلومات الوثائقية والإلكترونية الخاصة بالاقتصاد الوطني وبعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لقطاع الصناعة الغذائية "العسل الاصطناعي" معتمدين على المنهج التحليلي المدعم بمنهج دراسة الحالة وذلك من خلال إسقاط منهجية الابتكار على واقع مؤسسات قطاع الصناعة الغذائية وذلك بـ:

- تقديم الإطار النظري للابتكار.
- واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الصناعة الغذائية، والتحليل الاستراتيجي للقطاع.
- تحليل الابتكار المعتمد في المؤسسات المذكورة.

أولاً: الإطار النظري لمفهوم الابتكار

1. مفهوم الابتكار

قبل الوقوف على مفهوم الابتكار لابد من الوقوف على بعض المصطلحات ذات العلاقة، فعاد ما يختلط مفهوم الابتكار مع مفاهيم أخرى كالإبداع، الاختراع، التحسين.

1. الاختراع : يشير إلى فكرة جديدة مرتبطة كلياً بالتكنولوجيا و تؤثر على المؤسسات , كما إن الاختراع قد يتجسد في فكرة، أو رسم آلة أو منتج أو نظام جديد و لكن لا يعني بالضرورة إن يكون سلعة أو خدمة يمكن تسويقها .

2. الإبداع : الابتكار هو ناتج عملية الإبداع , فالإبداع يوفر حل للمشكلة اما الابتكار فيشمل الانجاز، فالإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة في حين الابتكار يعني علم تشكيل و تطوير تلك الافكار.

3. التحسين : هو ادخال تعديلات وتغييرات صغيرة أو كبيرة على العمليات أو المنتجات الحالية مما يجعلها أكثر كفاءة وتنوع.

أما **الابتكار** فهو " تطبيق تبديلات في التكنولوجيا أو توليفات التكنولوجيا التي تؤدي إلى تغييرات في المنتج، في أساليب الإنتاج، وفي التنظيم" (ck.parahalad et ms.krishnah p: 320)

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" (حسن ابراهيم بلوط، ص 358)

الابتكار هو إنتاج سلعة جديدة باعتماد طريقة عمل جديدة وإدخال هيكلية إنتاج جديدة، فتح سوق جديدة، والحصول على مورد جديد" (نجم عبود نجم، ص 16)

2. خصائص الابتكار

للابتكار خصائص أو قدرات أو عناصر وهي تتعدد وقد اقتصر البحث على الخصائص الأربعة الأولى وتتمثل في النقاط التالية: (أبو النصر مدحت، ص 23 بتصرف)

1. الطلاقة التعبيرية Expressional : وهي القدرة على إعطاء أكبر عدد ممكن من الأفكار الإبداعية، خلال فترة زمنية معينة، ويقال أن الطلاقة هي بنك القدرة الإبداعي.

2. المرونة Flexibility : ويقصد بها سهولة انتقال الفرد من فكرة إلى أخرى، وقدرة الفرد على تناول الموضوع بأكثر من زاوية مع التحرر من الأفكار النمطية وزوايا الرؤية التعليمية التقليدية الشائعة، وتختلف عن الطلاقة في أن الطلاقة تتحدد بعدد الاستجابات وسرعة صدورهما أو كليهما معاً، أما المرونة فإنها تعتمد على تنوع هذه الاستجابات أي تركز على الكيف، وهي تعتبر جوهر التفكير الابتكاري بوجه عام. وتعتبر المرونة النمط الثاني من التفكير، وهي القدرة على إنتاج استجابات مناسبة لمشكلة أو مواقف مثيرة، استجابات تتسم بالتنوع، وبمقدار زيادة

الاستجابات الفريدة الجديدة تكون زيادة المرونة التلقائية، وتدل المرونة على التغيير ومدى تقبل

الصورة الجديدة، ومدى التحرر من الصور القديمة. ولها نوعان هما:

أ - **المرونة التلقائية:** تتمثل في قدرة الفرد على الابتعاد عن التقليد، وإنتاج أفكار مناسبة لموقف ما، بحيث تتسم بالتنوعية واللامنطية، ويكون المبدع أو المبتكر تلقائياً حينما يتجه نحو إصدار أفكار متعددة ومتنوعة في مجالات متعددة ومختلفة. ويميل الفرد وفق هذه القدرة إلى المبادرة والتلقائية في المواقف ولا يكتفي بمجرد الاستجابة.

ب - **المرونة التكيفية:** وتعني تغيير الشخص لوجهته الذهنية، لمواجهة مستلزمات جديدة تفرضها المشكلات المتغيرة، مما يتطلب القدرة على إعادة بناء المشكلة، وكلما ازدادت لدى الفرد القدرة على تغيير استجاباته لكي يناسب الموقف تطورت لديه المرونة التكيفية الإبداعية، وتتحقق المرونة التكيفية كذلك إذا تطورت لدى الفرد قدرة التعديل المقصود في السلوك ليتفق مع الموقف.

3. **الأصالة Originality:** هي القدرة على إنتاج استجابات أصيلة، أي قليلة التكرار بالمعنى

الإحصائي داخل الجماعة التي ينتمي إليها الفرد. أي أنه كلما قلت درجة شيوع الفكرة زادت درجة أصالتها، وتدل الأصالة على إدراك الأشياء في صورة غير مألوفة أو العلاقات النادرة، كما تقاس عن طريق ذكر استخدامات غريبة لأشياء مألوف. بالتالي نجد أن الشخص صاحب التفكير الأصيل هو الذي يميل من استخدام الأفكار المنكررة والحلول التقليدية للمشكلات، ويتم التركيز في قدرة الأصالة عادة على قيمة تلك الأفكار ونوعيتها وجديتها.

4. **التفاصيل Details :** وتشير إلى قدرة الفرد على تقديم إضافات وتفصيل جديدة لفكرة معينة أو

موقف ما، تمثل كذلك في تناول فكرة أو عمل، وإعطاء تفصيلات، وتوسيعات، ورسم خطوات، تجعل هذه الفكرة عملية، وتستخدم مهارة التفاصيل لجعل الفكرة عملية، وتستخدم مهارة التفاصيل لجعل الفكرة أو المنتج أكثر وضوحاً، فالتفاصيل إذاً هي مهارة استكشاف البدائل، من أجل تعميق وتكامل الفكرة، كما أن إدراك التفاصيل عملية توضح وتظهر أبعاد ومظاهر المشكلة موضوع البحث، والوصول إلى تفاصيل دقيقة جداً أو شاملة.

5. **الحساسية للمشكلات Problem Sensitivity :** وهي قدرة الفرد على رؤية الكثير من

المشكلات في موقف ما في الوقت الذي لا يرى فيه شخص آخر أية مشكلات، أو قدرته على تحسس المشكلات وإدراك طبيعتها والإحساس بهذه المشكلات يحدو المبتكر للوصول لإنتاج جديد يقدم حلولاً مختلفة لهذه المشكلات.

كما تتمثل في القدرة على تحديد نقاط الضعف أو القوة في المواقف والقدرة على فتح آفاق جديدة تتعلق بذلك الموقف. وتكاد تترادف قدرة الحساسية للمشكلات ومفهوم ارتفاع الوعي بذلك يكون الفرد المبدع أكثر حساسية لبيئته من المعتاد، فهو يراقب الأشياء التي لا يراقبها غيره،

كالألوان وملمس الأشياء وأشكالها واستخداماتها، واستجابات الآخرين وبعض الفقرات في الصحف اليومية وبعض الفجوات في الأفكار الشائعة.

6. **مواصلة الاتجاه:** هو استمرار الفرد في التفكير في المشكلة لفترة زمنية طويلة نسبياً دون أن تحول المشتقات المختلفة بينه وبين التفكير في المشكلة، إلى أن يتاح له الوقوف على حل مناسب لها، لذلك فهي تتطلب ضرورة العمل الدؤوب المتواصل والنشاط، والعزم والمثابرة لتحقيق الهدف، وأن لا تنتهي عن المواصلة عوامل مثل : صعوبة المهمة، أو متغيرات بيئية، أو معوقات بشرية أو معوقات في الموقف نفسه، والفرد الذي يتصف بدرجة عالية من المرونة لا ينتهي صعوبة الهدف أو صعوبة تحقيقه، فإنه يغير الطريقة والدوافع، ويستعيد نشاطه من جديد ؛ لمواصلة العمل على الهدف من جديد ؛ حتى يتحقق له ذلك.

7. **القبول Acceptance :** إن الابتكار أو الفكرة الجديدة لا يكون لها قيمة إلا من خلال فائدتها وقبولها بين الناس، فالعملية تبدأ من الفرد وتنتهي إلى المجتمع، أي لابد للفكرة التي ولدت في ذهن المبدع أن تصل للآخرين من خلال إنتاجه الإبداعي.

3. مراحل عملية الابتكار

لقد تم تحديد مراحل أو خطوات العملية الابتكارية كالتالي: (البيسوني محمود، ص23)

1. **مرحلة الإعداد Préparation :** إذ يجمع فيها الفرد المعلومات عن التصميمات التي مرت به في الماضي، ويحاول ربطها بطرق مختلفة، ثم يقوم المبتكر بعدة محاولات، للوصول للتصميم الجديد والمطلوب.

2. **مرحلة الاحتضان Incubation:** تعتبر هذه فترة كمون لا ينتبه فيها المصمم المبتكر إلى المشكلة انتباهاً جدياً، ويبدو أنها فترة تمحيص للمعلومات، وتنظيم للأفكار، قبل مرحلة الوصول للحل.

3. **مرحلة الإشراق Illumination:** يثبت فيها الحل إلى الذهن، ويتضح ذلك فجأة فيصل المصمم إلى التصميم المبتكر بعد أن ظهر له بصور مختلفة، ثم اتضح التصميم أخيراً وفجأة.

4. **مرحلة التحقق والتعبير Vérification:** ينشط فيها الفرد ليعبر بإرادته الفنية عن هذه اللحظة التي عاشها لحظة الإشراق. وهذه المراحل ليست منفصلة عن بعضها بحيث ينتقل الفرد من مرحلة لأخرى، ولكن سبب تصويرها على هيئة مراحل ذكرت.

ثانياً: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والابتكار

1. سياسات دعم الابتكار وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة

ترتبط القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بالارتقاء من خلال البحث والتطوير والابتكار، والتطور التكنولوجي، والتحسين المستمر في المنتجات، ووجود قاعدة موارد بشرية تتمتع بالرقى وتعدد المهارات. فلم تصل استثمارات المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مجال البحث والتطوير بشكل عام إلى المستوى الأمثل لأنها لا تستطيع أن تجني بشكل كامل مردود جهودها في هذا المجال . وقد تدخلت كثير من الحكومات في الدول المتقدمة كي تصلح هذا القصور السائد في السوق وكي توفر حافزاً مالياً أكبر للاستثمارات الخاصة في مجال البحث والتطوير. فعلى سبيل المثال، يقوم برنامج بحوث الابتكار الخاص بالمنشآت الصغيرة في الولايات المتحدة Small Business Innovation Research (SBIR) Program، بنقويض من الكونجرس، بتخصيص نحو 4 % من ميزانية البحث المخصصة للمؤسسات الكبيرة لتمويل الشركات الصغيرة ذات الأفكار الجديدة والمبتكرة . واتبعت النمر الآسيوية طريقاً مشابهاً حيث قامت الحكومات باستثمارات كبيرة في مجال البحث والتطوير الذي يستهدف المشروعات الصغيرة والمتوسطة. وفي هذا الخصوص يقترح عدد من الإجراءات منها: (حسين عبد المطلب الأسرج، 2012)

1. زيادة حجم التمويل المتاح للبحث والتطوير من خلال مجموعة متنوعة من الأدوات المالية (القروض الميسرة، والمنح، وترتيبات المشاركة في التكاليف، إلخ).
2. تخصيص أجزاء من ميزانيات البحث الخاصة بالمؤسسات البحثية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة التي تعمل في أنشطة مختارة والتي يوجد لديها إمكانية لتحقيق ميزة تنافسية.
3. إلزام المؤسسات البحثية بتغطية أجزاء من تكاليفها من خلال البحوث المشتركة مع القطاع الخاص.
4. تقديم حوافز ضريبية مهمة للبحث والتطوير الذي يقوم به القطاع الخاص، لاسيما المنشآت الصغيرة والمتوسطة.
5. الحصول على مساعدة فنية ومالية من الجهات المانحة لتطوير برامج البحث والتطوير استناداً إلى أفضل الممارسات.
6. البدء في حملة توعية عامة تستهدف القطاع الخاص، خاصة المنشآت الصغيرة والمتوسطة، حول أهمية البحث والتطوير بالنسبة لقدرتها التنافسية، وكذلك بالنسبة للوسائل المتاحة.
7. وضع معايير سليمة ومتوازنة لتحديد أولويات الأنشطة المستوفية لشروط التمويل استناداً إلى قدرتها التنافسية الحالية والمحتملة.
8. البدء في برنامج قومي للتطوير المؤسسي يستهدف المؤسسات البحثية والجامعات بغية إيجاد هياكل تتمتع بدرجة عالية من الحوكمة (governance) مع وجود تمثيل للقطاع الخاص بها،

وزيادة كفاءة هذه المؤسسات، وتطوير طاقات وإمكانيات ملائمة للبحث والتطوير، وتقوية صلات هذه المؤسسات بالقطاع الخاص، لاسيما المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

9. لتعزيز كفاءة المنظمات البحثية والتعليمية وقدرتها التنافسية، يجب أن تتقدم هذه المنظمات بعطاءات للحصول على المشروعات الحكومية بدلا من توزيع هذه المشروعات البحثية على مؤسسات محددة بشكل مسبق.

10. زيادة الصلات الفعالة بين المؤسسات البحثية والأكاديمية المحلية والدولية التي يمكن من خلالها توفير المعرفة للقطاع الخاص.

11. تشجيع التعاون المشترك بين القطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية في مجالات مثل برامج البحث المشترك والتدريب في مرحلتها الدراسية الجامعية والدراسات العليا.

2. معوقات الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وتنقسم إلى: (بيتر كوك، ص 130)

1. المعوقات الداخلية:

أ. عدم ملائمة أسلوب القيادة ومن أمثلة ذلك القيادة الاستبدادية، التي لا تهتم إلا بأفكارها فقط، ولا تلقي بالاً للآخرين.

ب. افتقار السلوك المناسب، ومن أمثلته عدم الاستماع الجيد أو سلوك الشك والريبة، الذي يعرقل تطوير أكثر الأفكار إبداعاً.

ج. سياسة الترهيب، فعلى سبيل المثال من الممكن أن يكون هناك ضغوط قوية لإثناء شخص ما يعمل في إحدى شركات الحاسوب عن الإعلان عن وجود نظام يدوي أفضل من نظام الحاسوب الخاص بالمؤسسة.

د. القيم التي تشجع على نمطية التفكير فعلى سبيل المثال إذا كان يتم التشجيع على استخدام العقل والمنطق والتطبيق العملي، فإنه من الناحية الأخرى لا يتم تشجيع الحدس، والأحكام الكيفية، وروح المرح.

هـ. الجدية المفرطة، ذكر أحد المتخصصين ثلاثة أبعاد للإبداع: الإبداع الفني، والاكتشاف العلمي، والإلهام الكوميدي. فإذا تم استبعاد المزاح والدعابة من جو العمل فسيعاني الإبداع كثيراً.

و. التفكير الجماعي، وهو يسبب مشكلة للأفراد الذين لا يرغبون في أن يكونوا «أول» من يبدي آراءه في أثناء مناقشة بعض الأفكار الجديدة، وذلك خوفاً من التعرض للسخرية.

2. المعوقات الخارجية:

أ. العجز عن الحصول على التمويل اللازم لطرح الاقتراحات في السوق، ويتمثل ذلك في عدم القدرة على إقناع المساهمين في عملية تمويل المؤسسة.

ب. عدم ملائمة المنتج، ويتعلق ذلك بطرح المنتج أو الخدمة في المكان غير الملائم.

ج. الوقت غير المناسب حيث يطرح المنتج أو الخدمة في وقت مبكر للغاية، أو في وقت متأخر للغاية.

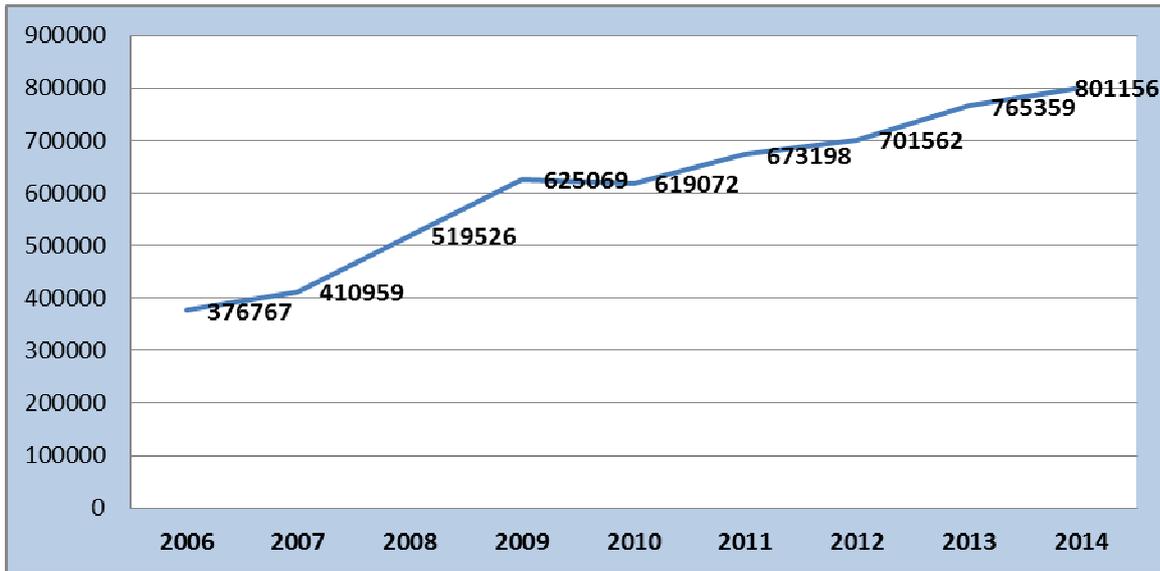
ثالثاً: الابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في قطاع الصناعة الغذائية

1. تحليل قطاع الصناعة الغذائية

لقد أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمختلف أشكالها تحتلُّ مكانة هامة في سياسة الإنعاش الاقتصادي التي انطلقت فيها الجزائر منذ مطلع التسعينات، وهذا باعتبارها قطاعاً حيويًا في السياسة الاقتصادية الجديدة المبنية على تحرير السوق، وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار، تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أهم القطاعات الاقتصادية المؤثرة لمناصب الشغل، فهي تتميز بالديناميكية وخاصة في مجال دوران مناصب العمل وامتصاص البطالة، من خلال خلق استثمارات، ومشاريع جديدة خاصة ناجحة، تعتمد بالدرجة الأولى على الإمكانيات الذاتية في مجال التسيير والتنظيم والتمويل، إن القفزة النوعية التي عرفتها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث مساهمتها في الناتج الداخلي الخام، تعبر حقاً عن إنجاز تاريخي حققه هذا القطاع، حيث ساهم في سنة 2013 بنحو % 76,23 (موقع جريدة *latribune* 2015) من الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات، كما نسجل تجاوز مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع الخاص عن تلك التي تحقّقها المؤسسات العمومية، فيما يخص إنشاء القيمة المضافة على المستوى الوطني.

لقد بلغت عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سنة 2014 (801 156 مؤسسة) (Ministère du Développement industriel, et de la Promotion de l'Investissement 2015) والجدول التالي يوضح تطور تعداد المتزايد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة منذ سنة 2006.

تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 2006-2014



Source : Ministère du Développement industriel, et de la Promotion de l'Investissement, Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes Economiques et des Statistiques, Bulletin d'information statistique de la PME, 2015

حركة فئة الأجراء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

السداسي 2013	حركة التسجيلات السداسي الأول 2013				عام 2012	قطاع النشاط
	الزيادة	إعادة إنشاء	الشطب	إنشاء		
I الفلاحة						
4458	181	25	30	186	4277	1 الفلاحة والصيد البحري
4458	181	25	30	186	4277	المجموع الجزئي 1
II المحروقات، الطاقة، المناجم والخدمات المتصلة						
117	6	2	0	4	111	2 المياه والطاقة
751	125	2	6	129	626	3 المحروقات
321	8	3	3	8	313	4 خدمات الأشغال البتروولية
1028	26	6	2	22	1002	5 المناجم والمحاجر
2217	165	13	11	163	2052	المجموع الجزئي 2
III البناء والأشغال العمومية						
147005	4783	1228	806	4361	142222	6 البناء والأشغال العمومية
147005	4783	1228	806	4361	142222	المجموع الجزئي 3
IV الصناعة التحويلية						
10875	525	86	36	475	10350	7 الحديد والصلب
9337	535	53	27	509	8802	8 مواد البناء
2989	186	23	7	170	2803	9 كيمياء-مطاط- بلاستيك
21022	824	175	110	759	20198	10 الصناعة الغذائية
5430	348	38	17	327	5082	11 صناعة النسيج
1834	70	3	5	72	1764	12 صناعة الجلد
1834	70	3	5	72	1764	13 صناعة الخشب و الورق
4196	188	31	14	171	4008	14 صناعة مختلفة
70640	3323	548	279	3054	67517	المجموع الجزئي 4

V الخدمات						
41722	2296	402	257	2151	39426	15 النقل والمواصلات
80063	4813	605	385	4593	76050	16 التجارة
23649	1059	198	113	974	22590	17 الفنادق والإطعام
34469	2987	456	355	2886	31476	18 خدمات المؤسسات
30982	1918	446	165	1637	29064	19 خدمات العائلات
1599	87	14	8	81	1512	20 مؤسسات مالية
1397	105	12	7	100	1292	21 أعمال عقارية
2769	130	15	7	122	2639	22 خدمات للمرافق الجماعية
217444	13395	2148	1297	12544	204049	المجموع الجزئي 5
441964	21847	3962	2423	20308	420117	المجموع الكلي

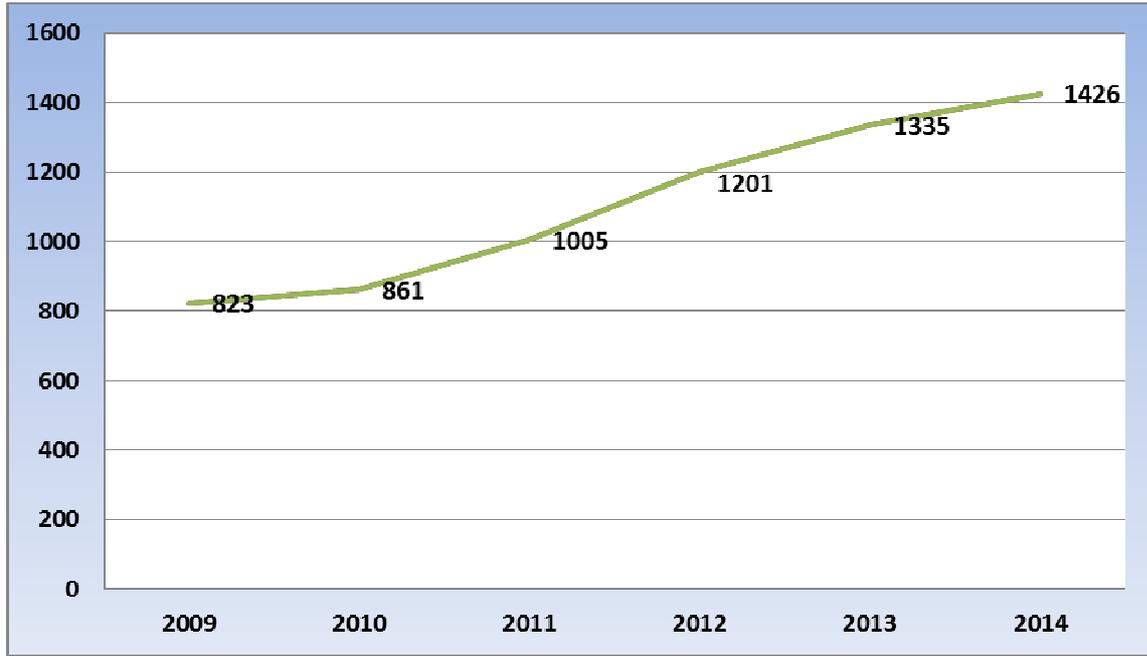
من خلال الجدول السابق ويتضح أن غالبية مؤسسات القطاع الخاص هي مؤسسات مصغرة توظف أقل من 10 عمال يتركز أساسا في قطاعات البناء والأشغال العمومية، التجارة والنقل والمواصلات والخدمات للمؤسسات والعائلات. حيث تعتبر هذه القطاعات الأكثر استقطابا للاستثمارات الخاصة وبالتالي الأكثر مساهمة في خلق مناصب الشغل والتخفيف من حدة البطالة.

وما يشد الانتباه في ترتيب مساهمة مختلف فروع الأنشطة الاقتصادية في خلق القيمة المضافة والمبينة في الجدول، هو ضعف مساهمة فروع أنشطة المؤسسة الصناعية الصغيرة والمتوسطة الخاصة على ضوء تلك التي تساهم كل من الصناعة الغذائية وصناعة الجلود... الخ، مقارنة بمساهمة الأنشطة غير الإنتاجية، كالخدمات والتجارة وغيرها. على ماذا إعتدت في تقديم هذه الملاحظة.

حيث عرف هذا القطاع التطور التالي:

تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في قطاع الصناعة الغذائية 2009-2014

واقع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية - حالة مؤسسات قطاع الصناعة الغذائية-



المصدر: مقال من مواقع : (بتصرف)

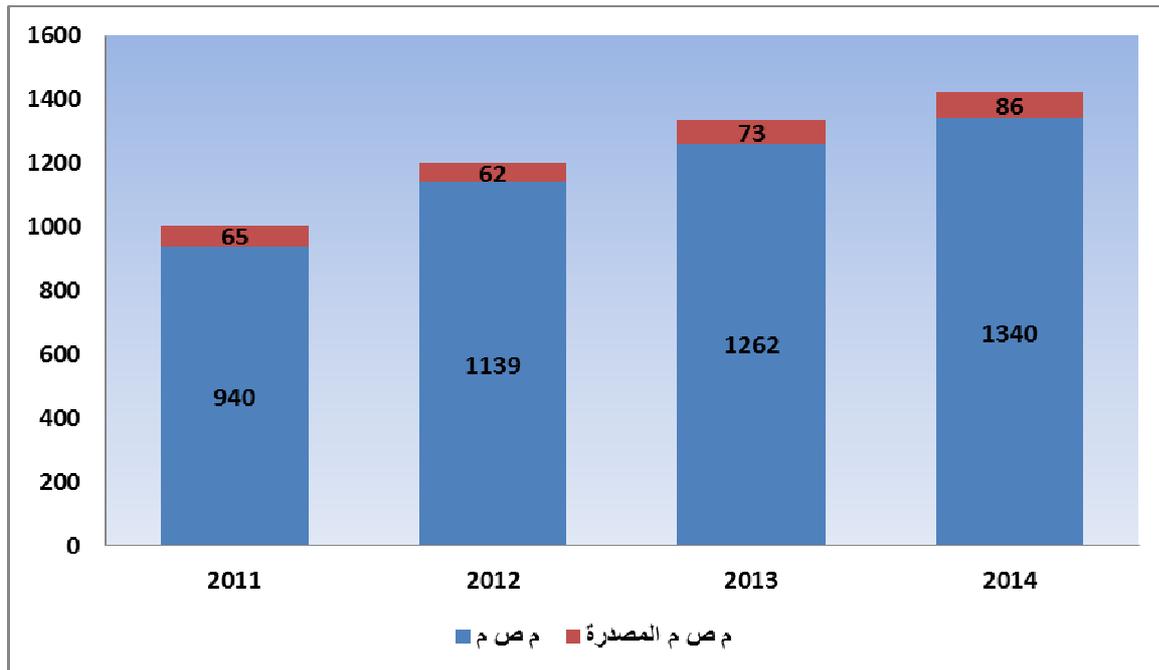
http://www.reflexiondz.net/La-filiere-agroalimentaire-en-Algerie_a21986.html vu le 01/04/2015

http://www.pme-dz.com/tag/agroalimentaire_gy650/ vu le 01/04/2015

فعلى الرغم من هذا التعداد المتزايد إلا أن مساهمة هذا القطاع تبقى ضئيلة جدا وهذا ما يتضح من

خلال الشكل التالي:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة لصناعة الغذائية المصدرة

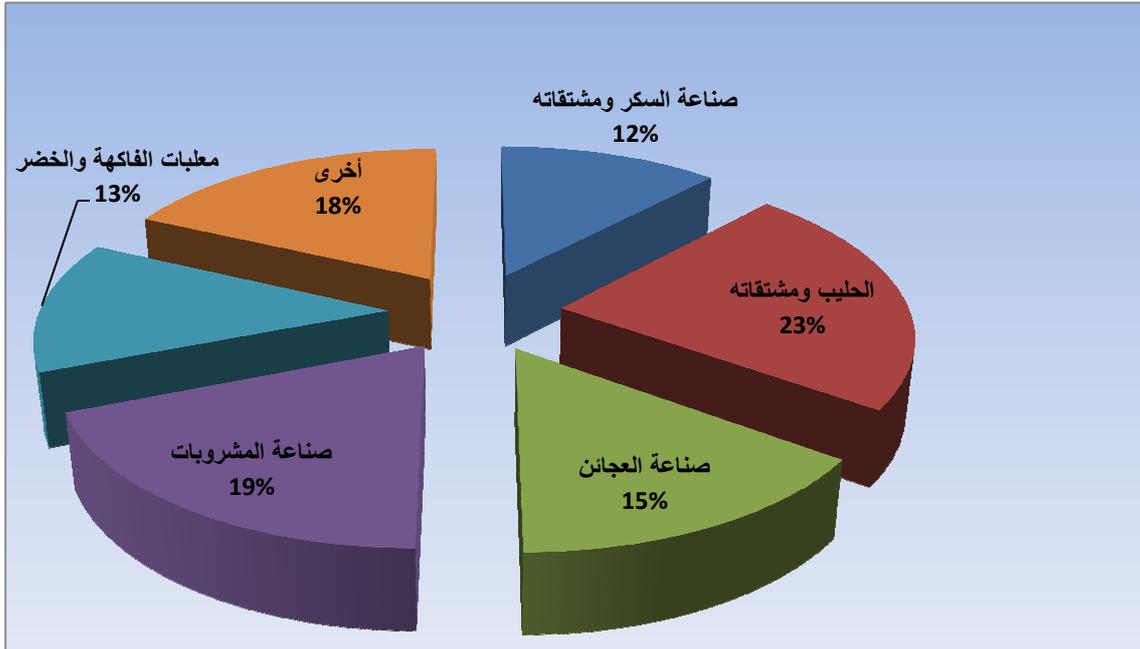


المصدر: مقال من مواقع: (بتصرف)

http://www.djazairess.com/fr/lqo/512777865_ij vu le 01/04/2015http://www.latribune-dz.com/news/article.php?id_articles=15921 vu le 01/04/2015

اعتمد الديوان الوطني للإحصائيات ONS في إعداد التصنيف الجديد للأنشطة والمنتجات (NAP 2000) على التصنيف الصناعي الدولي الموحد الذي تعتمد عليه كلا من المغرب وتونس وذلك من أجل توحيد التصنيفات على المستوى المغربي ، وتقع الصناعة الغذائية تحت رقم 15، وهي تشمل صناعة اللحوم، صناعة الأسماك، صناعة الخضر والفواكه، صناعة الزيوت، صناعة الألبان، تحويل الحبوب، تحويل الفريضة، صناعة غذائية أخرى للسكر والشاي والقهوة والشكولاتة والحلويات السكرية، وصناعة المشروبات.

توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الصناعة الغذائية

المصدر: <http://www.reflexiondz.net/La-filiere-agroalimentaire->

en-Algerie_a21986.html vu le 01/04/2015 بتصرف

تشير التقارير الصادرة عن السلطات الرسمية الجزائرية أن قطاع الصناعات الغذائية يساهم بشكل فعال في الاقتصاد الوطني، فقد كشف وزير الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار (الجريدة الإلكترونية آخر ساعة 2015) أن مخطط العمل الاستراتيجي لتطوير الصناعات الغذائية

في أفق 2018 هو محل دراسة ومناقشة، مشيرا إلى أن الصناعات الغذائية تشغل أكثر من 140 ألف عاملا، أي بنسبة 40 بالمائة من اليد العاملة في قطاع الصناعة على مستوى 17300 مؤسسة. يبين ذلك المساهمة الهامة لهذا القطاع في امتصاص البطالة الجزائر، لكن على مستوى التجارة الخارجية لهذا لقطاع يلاحظ تبعية الجزائر للسوق الدولية، حيث يبين ذات المصدر أن فاتورة الواردات من المنتجات الغذائية فقد بلغت 6.4 مليار دولار سنة 2014 في حين أن الصادرات قدرت ب 223 مليون دولار 41 ، فهذا الفارق الشاسع بين الواردات والصادرات يبين عجز الجزائر في تحقيق الاكتفاء الذاتي من المنتجات الغذائية .

وحسب وزارة التنمية الصناعية وترقية الاستثمار (الجريدة الإلكترونية آخر ساعة، 2015) تمثل الصناعة الغذائية التي تعد وسيلة لبعث القطاع الصناعي و توظف أزيد من 140.000 عامل أي 40 بالمائة من السكان النشطين بأزيد من 17.100 مؤسسة ما بين 50 و 55 بالمائة من الناتج الداخلي الخام الصناعي و ما بين 40 و 45 بالمائة من القيمة المضافة كما تتوفر على قدرة على التصدير قد تتجاوز ملياري دولار سنويا، ودفع المستوى الضعيف للصادرات خارج المحروقات السلطات العمومية إلى تسطير مسعى وطني في مجال تطوير التنمية الاقتصادية يرمي إلى تثمين الموارد الطبيعية للبلد و الحد من الواردات و تنويع المنتج الوطني إلى جانب ترقية الصادرات.

يرتبط قطاع الصناعات الغذائية بالدرجة الأولى بالقطاع الفلاحي، والنهوض بهذا القطاع يجب أن يتم عن طريق تنمية القطاع الفلاحي الذي يعرف تذبذبا بفعل الظروف المناخية، فرغم أن قطاع الصناعة الغذائية في الجزائر يشكل (الموقع الإلكتروني 2015 reflexion) % 80 من مجموع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، غير أن هذا العدد يبقى بعيدا تماما عن تحقيق الاكتفاء الذاتي، بسبب تذبذب الإنتاج فيه، وغياب المنافسة الحقيقية و النوعية، كما هو موجود لدى عدد من الدول الأوروبية وحتى المجاورة التي تعتمد على هذا القطاع إلى درجة تصدير كميات كبيرة منه، مع ملاحظة كذلك أن غياب التكامل بين مختلف القطاعات الوزارية كالفلاحة، التجارة، الصناعات الصغيرة و المتوسطة أثر سلبا على النهوض بهذا القطاع، فقطاع الصناعات الغذائية في الجزائر مشتت، و يجب التفكير جليا في تنظيمه، و الاهتمام به أكثر لتشجيع الصادرات خارج المحروقات بعد تحقيق الاكتفاء الذاتي في مجال الصناعات الغذائية أولا، بالإضافة إلى اتخاذ تدابير تحفيزية تتمثل أساسا في إعفاءات جمركية لاستيراد وسائل التصنيع وكذا الإعفاء الجبائي بالنسبة للمنتجين الحقيقيين.

أما في مجال الابتكار بالجزائر تفيد الأرقام الرسمية حسب (الشروق أونلاي، 2010) أن نسبة الباحثين الجزائريين إلى عدد السكان تمثل 0.06 % وهو رقم متواضع مقارنة بأحد أهم شركاء الجزائر التجاريين (فرنسا) حيث ترتفع النسبة إلى 0.43%، أما نسبة الإنفاق الحكومي على البحث العلمي إلى إجمالي الدخل

ضمن البرنامج الوطني فاقتربت مع بداية عام 2010 من 0.2 % وهو الآخر رقم يبتعد كثيرا عن المعدل العالمي الذي يلامس 4 %.

تشكل نفقات الابتكار في الجزائر (Gacem & Khebbache, 2009) أقل من 1% من الناتج الداخلي الخام هذه النسبة المنخفضة تشكل أحد أسباب ضعف استثمار القطاع الخاص في الابتكار حيث تقتصر جهود وأنشطة البحث على المؤسسات الكبرى فقط. كما أشارت إحصائيات ذكرت في (الشروق أونلاي، 2010) أن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي تنتمي إليه مؤسسات الصناعات الغذائية و99% من تلك المؤسسات تنتمي للقطاع الخاص الذي يعتمد خاصة على الملكية العائلية، الشيء الذي أثر سلبا على تكوينها الرأسمالي وبالتالي على حجم الابتكار بالنسبة للإنتاجية، وفي الوقت الذي تقترب نسبة مكون الابتكار إلى تطور الإنتاجية في قطاع الصناعات الرأسمالية من سقف 100% لا تكاد هذه النسبة تذكر في نسيج المؤسسات الجزائرية، مما يجعل موقعها التنافسي ضعيفا في ميزان مدفوعات الابتكار ويدفع بها إلى استيراد التكنولوجيا بدل الاستثمار في الابتكار، ومع ضعف آليات حماية الملكية الفكرية في القانون الجزائري بات من السهل تقليد المنتج الرأسمالي على تصنيع المنتج ضمن قواعد الابتكار، بل بلغ الأمر ببعض المؤسسات أن تستورد المنتج كامل الصنع في إطار التجارة الخارجية لتضع عليه علامتها التجارية حيث يعد ذلك تعدي واضح على قواعد البراءات، ولكنها حسابات الربح في غياب ثقافة المقاومة وهي كذلك حسابات الكلفة عندما يتعلق الأمر بحقوق الملكية الفكرية، ومع ضعف الرقابة على الأسواق أصبح الخاسر الأكبر في مجال المنافسة تلك المؤسسة التي تحترم قواعد المنافسة الشريفة بما فيها الامتناع عن ممارسة كل نشاط له صلة بالقرصنة أو التقليد دون إجازة من المالك الأصلي.

إلا أن آخر ترتيب عالمي للتنافسية الاقتصادي (جريدة الرائد، 2014) حلت الجزائر في المرتبة 79 وفقا لتقرير التنافسية العالمي الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2014، ووفقا لمؤشر الابتكار جاءت الجزائر في المرتبة 128 من 144 دولة شملها التقرير، حيث تم إعداد المؤشر استناداً إلى جملة من المحاور الرئيسية تضم 81 مؤشراً فرعياً، بينما قامت الفكرة الرئيسية لمؤشر العام الجاري على دور العامل البشري في الابتكار، مع التشديد في أدبيات التقرير على التوثيق الجيد لأهمية الجهود الفردية والجماعية للمبدعين والعلماء في عملية الابتكار. ويستخدم حسب (صحيفة الشعب اليومية أونلاي، 2014) المؤشر كأداة استرشادية من قبل صناعات السياسات، والرؤساء التنفيذيين للمؤسسات، وغيرهم لقياس حالة الإبداع والابتكار في العالم.

تأخذ أغلب مؤسسات قطاع الصناعة الغذائية شكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تواجه هذه الأخيرة في مجال الابتكار مجموعة من العوائق والتي يمكن تلخيصها فيما يلي (Gacem & Khebbache, 2009):

- محدودية الموارد المالية اللازمة لتمويل مجهودات البحث والتطوير والاستثمارات المرتبطة بالابتكار.

- نقص المعلومات المرتبطة بالتطورات التكنولوجية.
 - نقص التحكم في التكنولوجيات والمعارف الجديدة نتيجة نقص الكفاءات.
 - نقص الهياكل الوطنية الضرورية لترقية الابتكار بتلك المؤسسات.
 - غياب نظام وطني للابتكار خاصة بتلك المؤسسات.
- تقوم حاليا مؤسسات الصناعة الغذائية (Rachedi&Bia, 2014) بمجهودات معتبرة في مجال الابتكار حيث يمكن التمييز بها بين مختلف أنواع الابتكار، ابتكار المنتج، طرق الإنتاج، التنظيم والتسويق، إلا أنه يغلب على ذلك ابتكار تحسين المنتج أو تجديده، مع ندرة الابتكارات التسويقية، كما تدخل كلها في مجال ابتكارات التحسين فقط.

2. التحليل الاستراتيجي لقطاع العسل الصناعي بالجزائر

1.2 تحليل المنافسة بالخريطة الاستراتيجية للقطاع

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	المؤسسات
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------

تم اعتماد في هذا التحليل على معيارين أساسيين هما علاقة **سعر - جودة** للمنتج و**القدرات الإنتاجية** حيث هذه المعايير تعتبر مهمة جداً في قطاع إنتاج العسل الصناعي إذ من خلالها يمكن أن نلمح المنافسين المباشرين وغير المباشرين وكذا المجمعات الاستراتيجية كما هو موضح في الشكل الموالي :

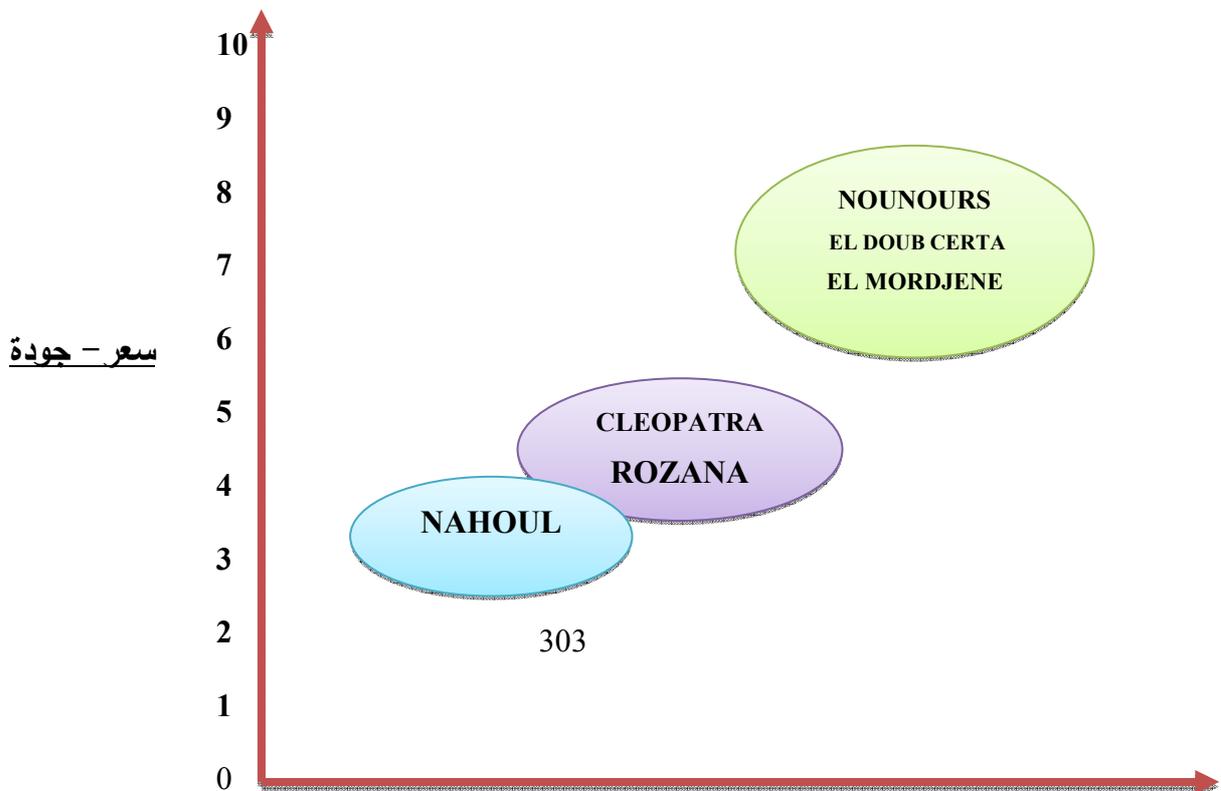
- تعبر عن القدرات الإنتاجية. * تعبر عن علاقة **سعر - جودة** للمنتج.

في الجدول التالي حددنا علامات لمؤسسات المنافسة في قطاع العسل الصناعي، حيث هذه علامات تتراوح بين 0 و 10 نقطة، والمتمثلة في معيارين: القدرات الإنتاجية التي تحدد بصفة مباشرة تواجد المنتج في كل مناطق الوطن، وسعر-جودة المنتج الذي يتحكم في مدى اقبال المستهلك لهذه السلعة.

ملاحظة: تعتبر جميع هذه المؤسسات « مؤسسات صغيرة ومتوسطة » « PME »

الخريطة الاستراتيجية للمنافسين في قطاع العسل الصناعي بالجزائر

واقع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية - حالة مؤسسات قطاع الصناعة الغذائية-

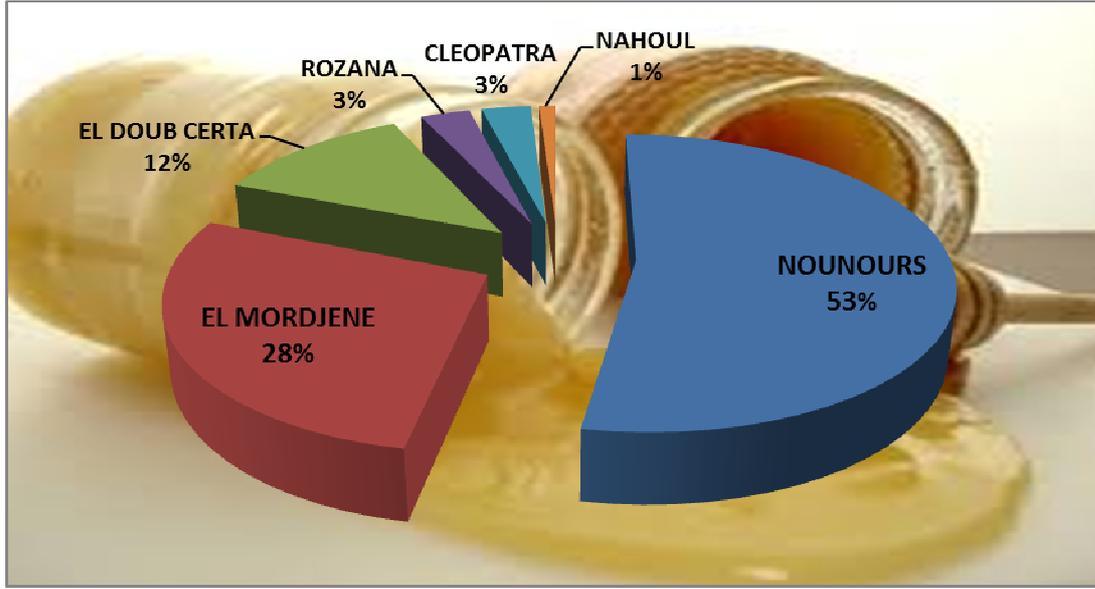


0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

التعليق : من الشكل نستنتج :

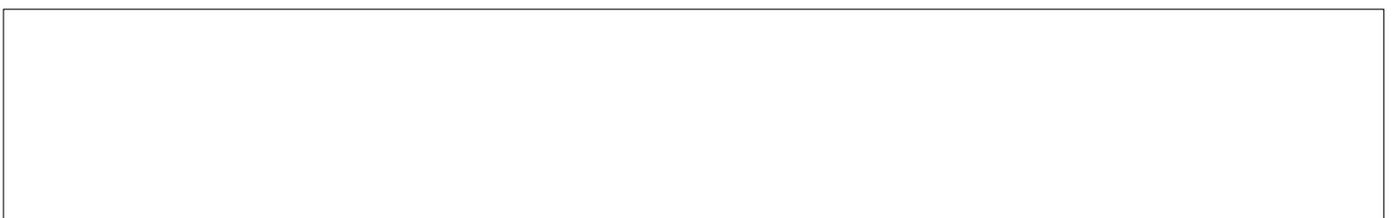
- يقسم القطاع إلى 3 مجموعات استراتيجية، الأولى: NOUNOURS و EL DOUB CERTA و EL MORDJANE (منافسة مباشرة)
- الثانية: CLEOPATRA و ROZANA (منافسة مباشرة) أما الثالثة: NAHOUL
- المجموعة الأولى: تتميز شركات الثلاثة بتحكمها في السعر والجودة وقدراتها الانتاجية المعتبرة وتواجدها في أكثر من منطقة وهذا ما يجعلهم في منافسة مباشرة ومستمرة، أما الثانية فتتميز بإمكانيات متوسطة وذات تنافسية في تطور بطيء، أما المجموعة الثالثة والأخيرة تعبر عن المؤسسات المستحوذة على جزء صغير في السوق وتواجدها محدود في منطقة واحدة لمحدوديتها في الانتاج وقنوات التوزيع.

توزيع نسب الاستحواذ على سوق العسل الصناعي



تعليق: نلاحظ أن مؤسسة NOUNOURS هي الرائدة في سوق العسل الصناعي في الجزائر بنسبة 53% من مجموع المبيعات في السوق، وهذا ما يفسر تواجدها في أكثر من منطقة سوقية (الغرب والوسط) وهذا راجع بما تتميز به من خبرة وتحكم في الإنتاج والتكاليف. ثم نجد مؤسسة EL MORDJENE في المرتبة الثانية بنسبة 28% وهي كذلك نجد منتوجاتها في الغرب والوسط، أما مؤسسة EL DOUB CERTA (12%) التي نجدها محتكرة لسوق العسل في منطقة الشرق، ثم تأتي باقي المؤسسات على الترتيب التالي: ROZANA بـ 3% و CLEOPATRA بـ 3% وأخيراً NAHOUL بـ 1%.

نموذج تحليل بورتر لقطاع العسل الصناعي





2.2 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإنتاج العسل الصناعي بين المقاومة والابتكار

- لماذا مؤسساتنا تعتمد على المقاومة ؟

تعتمد أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على استراتيجية الاستثمار وإعادة الاستثمار (المقابلة) لتوسيع نشاطها أو الدخول في أسواق جديدة، فصحیح أن المقالة هي أحد الطرق الناجعة لخلق مشاريع ناجحة، لكن في ظل منافسة دائمة وقوية يعتمد المسيرون على طرق أخرى لضمان بقائها في السوق وهي الابتكار (innovation) في نموذج عمل المؤسسة (business model) من خلال إيجاد توليفة جديدة وغير كلاسيكية في منطق الذي تتبعه المؤسسة من أجل خلق وإيصال القيمة داخل وخرج المؤسسة.

- المنافسة: غياب منافسة قوية داخل قطاع العسل الصناعي جعل من المؤسسات الناشطة داخله تتبنى منطق نبيع ما ننتجه، فجل تركيزها موجه للتحكم في التكاليف والوصول إلى قنوات توزيع جديدة.
- ثقافة الابتكار: الابتكار داخل المؤسسة هي مسؤولية الجميع ليس فقط الإدارة، فمن خلال اكتساب روح المبادرة والابتكار بين الموظفين، يجعل المؤسسة مبتكرة على عدة مستويات منها ما هو على مستوى الإنتاج وما هو على مستوى التسيير.
- علاقة سعر-الجودة: في حالة ما واجهت هذه المؤسسات منافسة وتهديدات داخل السوق، يعمل مسيروها على إيجاد حلول تحوم حول علاقة سعر-الجودة، أي خفض من سعر الوحدة مقارنة بالمنافس أو العمل على تحسين جودتها لكسب ولاء المستهلك وتلميع صورته، أي بحث عن حل كلاسيكي دون بحث عن الأفكار المتميزة والمبدعة.

● الابتكار داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإنتاج العسل الصناعي.

تقوم تارة هذه المؤسسات بابتكارات جد محدودة في مجالين كحد أقصى وهما: التغليف والإشهار، فمن خلال الأول طوّرت مؤسسة NOUNOURS مقارنة منافسيها علب نو تغليف رفيع نو ميزة خاصة ممتص حتى لا يتسلل العسل خارج العلبة ما يسبب مشكل في حملها. كما نجد ابتكار في الإشهار وترويج المنتج، فقامت مؤسسة EL MORDJENE بتحضير حلويات باستعمال عسلها على هواء الطلق في المعارض الوطنية والدولية وتوزيعها على الزوار لتعريف بمنتجاتها وكسب زبائن جدد وترسيخ العلامة في أذهان المستهلك.

انطلاقا مما سبق يمكن أن نستنتج أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لقطاع الصناعة الغذائية بالجزائر ستركز كثيرا على:

- الابتكار المدفوع عن طريق التكنولوجي على حساب الابتكار المسحوب عن طريق السوق.
- ابتكار المنتج و ابتكار الطريقة.
- الابتكار السري أكثر من الابتكار المفتوح.

- الابتكار التكنولوجي على حساب ابتكار النموذج الاقتصادي.

- المقاربة المقاولاتية للابتكار أكثر من مقاربة الابتكار.

خاتمة:

الابداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة متعلق بدرجة كبيرة بالدور الذي يقدمه المقاول المبدع من تسهيل انتقال الأفكار، تحفيز العمل الفرقي، التآزر فيما بين الشركاء من عمال، موردين، زبائن، وتواجه في تحقيق هذه الإبداعات كأكثر عائق التمويل المالي، الذي يمكن الحصول عليه من التمويل الذاتي أو اللجوء إلى المؤسسات المالية الخارجية والتي تحدد بنود يصعب في غالب الأحيان توفرها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والنتيجة من محدودية هذه المؤسسات والأخطار الناجمة عن مشاريع الإبداعية فيها، هذا التعقيد أدى إلى تدخل الدولة لتدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مالياً لتمويل الإبداع إضافة إلى تحفيزات مختلفة لتجديد التفكير الإبداعي فيها، من التكوين، تحفيز البحث والتطوير، تخفيضات وامتيازات جبائية وأخرى.

إن تحليل ما سبق من خلال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لقطاع الصناعة الغذائية بالجزائر من جانب الاعتماد على مقاربة الابتكار يسمح لنا بتقديم مجموعة من النتائج على سبيل الذكر:

تتميز بأن أغليتها هي مؤسسات:

- عائلية (تتقاسم ملكية المؤسسة بين أفراد العائلة).
- حديثة النشأة.
- لم يتم الفصل فيها بعد بين منطقي الملكية والمناجمنت.
- بدأت تولي أهمية لتجسيد ممارسات التخطيط الإستراتيجي والإدارة الإستراتيجية بها.
- تركز استراتيجيتها التنافسية في ابتكار تسويقي أكثر ما هو انتاجي.
- نتجه هذه المؤسسات إلى تطوير استراتيجياتها التنافسية على مقاربة الإبتكار.

المراجع:

1. Ansoff H. Igor, 1968, Stratégie du développement de l'entreprise, Editions Hommes et Techniques.
2. ck.parahalad et ms.krishnah, the new age of innovation,mc.grawhill edition,usa,2008.
3. D'aveni Richard, 1995, Hyper compétition, Vuibert.
4. Djazairess "les PME algériennes n'investissent pas dans la sécurité des aliments" le 28/01/2015 vu le 01/04/2015
http://www.djazairess.com/fr/lqo/512777865_ij

5. Gacem Soumia. & Kherbbache Kherbbache, 2009, Le Processus d'innovation dans les PME Algériennes, revue de l'économie & de management, FSECSG, université de Tlemcen, N°9.
6. Johnson Gerry, Scholes Kevan, Whittington Richard, Fréry Frédéric, 2011, Stratégique, Person Education France.
7. latribune "L'Algérie peine à développer l'industrie agroalimentaire" le le 28/12/2014 http://www.latribune-dz.com/news/article.php?id_articles=15921 vu le 01/04/2015
8. Learned Edmund P., Christensen C. Roland, Andrews Kenneth R., Gyth William D. 1965, Business Policy: text and cases, Richard D. Irwin .INC.
9. Lehmann-Ortega Laurence, Leroy Frédéric, Garrette Bernard, Dussauge Pierre, Durand Rodolphe, 2013, Strategor, Toute la stratégie d'entreprise, Dunod.
10. Métais Emmanuel, 2002. Vers la notion de polyvalence stratégique, revue française de gestion, vol. 28, N°138.
11. Métais Emmanuel, 1997, Intention stratégique et transformation de l'environnement concurrentiel, enjeux d'une conception de la stratégie centrée sur les ressources de l'entreprise, thèse de doctorat, Aix-en-provence.
12. Rachedi Akila & Bia Chabane, 2014, Identification des facteurs déterminant l'innovation au sein des PME algériennes, une recherche empirique (cas du secteur agroalimentaire de Bejaia). Colloque international, université Lyon 3.
13. Réflexion quotidien national d'information, 3/01/2013, La filière agroalimentaire en Algérie, vu le 07/02/2015 de http://www.reflexiondz.net/La-filiere-agroalimentaire-en-Algerie_a21396.html.
14. Saias Maurice, Métais Emmanuel, 2001, Stratégie d'entreprise : évolution de la pensée, Finance Contrôle Stratégie, vol. 4, N°1.
15. أبو النصر مدحت ، تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمنظمة ، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2004م.
16. البسيوني محمود ، العملية الابتكارية معناها . طبيعتها . مراحلها . تقويمها . آثارها التربوية ، عالم الكتب للنشر ، القاهرة ، الطبعة الثانية 1985.
17. بيتر كوك، ترجمة خالد العامري : إدارة الإبداع، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
18. جريدة الرائد، 06/09/2014، مراجعة الإطار المؤسسي للاقتصاد الوطني، عدد 744.
19. حسن ابراهيم بلوط، المبادئ والاتجاهات الحديثة في ادارة المؤسسة، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، لبنان، 2005 م.
20. حسين عبد المطلب الأسرج، آليات دعم الابتكار وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مقال نشر يوم 20 مارس 2012، موقع: <https://elasrag.wordpress.com/2012/03/20/%D>

21. الشروق اونلاي، 2010/03/17، مفارقات الاقتصاد الوطني: كلفة جديدة اسمها الإبتكار، اطلع عليه في 2014/08/23 من <http://www.echoroukonline.com>
22. صحيفة آخر ساعة الالكترونية، وزير الصناعة يعرض مخطط الفرصة الأخر تاريخ 27.02.2015 تاريخ المطالعة: <http://www.akhersaa-dz.com/watani/113566.html> 01/04/2015
23. صحيفة الشعب اليومية أونلاي، 2014/09/04، الجزائر تحسن ترتيبها العالمي بـ121 مركزا في التنافسية الاقتصادية ، أطلع عليه في 2014 /09/05 من <http://arabic.people.com>
24. نجم عبود نجم، ادارة الابتكار، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2003.