



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



المرجع :/2022

المهيدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

النوع: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

مذكرة بعنوان:

دور الإبداع والابتكار في استمرار الشركات الناشئة - دراسة حالة شركة SARL vision intek -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص " إدارة أعمال "

إشراف الأستاذ:

- داودي حمزة

إعداد الطالب:

- مشيش أسامة

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	عديد أمينة
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	داودي حمزة
ممتحنا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	عقون شراف

الحمد لله رب العالمين

إهداء

إلى ملائكي في الحياة .. إلى بسملة الحياة وسر الوجود
إلى من كان دماؤها سر نجاحي .. إلى أغلى الناس أطال الله في عمرها
" أمي الحبيبة "

إلى الذي سقى خطواتي منذ نعومة أظفري بكلمة صدق، وبعنفوان
البساطة والتواضع، ونبل الأخلاق وأسمائها
إلى من حثني على طلب العلم وكان لي السند الأكبر والدعم القوي
"والدي رحمه الله"

إلى من يحملون معي دما مقدسا "أخي وأختي وكل عائلتي"
إلى جميع أحبتي وأصدقائي كل باسمه
إلى كل زملائي في الدفعة
إلى كل من يسعمهم قلبي ولا تسعمهم هذه الصفحة

تشكرات

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف الخلق

سيدنا محمد ﷺ وعلى آله وصحبه ومن ولاة، وبعد

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان مع فائق الاحترام والتقدير إلى الدكتور
"حمزة داودي" على قبوله الإشراف على هذا العمل المتواضع، والنصائح
والتوجيهات التي حظيت بها من بداية اختيار الموضوع

كما أتوجه بالشكر لجميع أساتذة معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير بالمركز الجامعي "عبد الحفيظ بوالصوف" ميلة، وجميع العاملين فيها
وأخيرا لا ننسى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل
المتواضع

"إلى كل هؤلاء أسمي عبارات الشكر والتقدير"

أسامة

المخلص:

إن النظرة إلى الإبداع والابتكار قد تغيرت كثيرا في وقتنا الحالي، فقد أصبح الإبداع والابتكار معيارا يحدد على ضوءهما درجة التقدم كما يعدان عاملان مهمان بالدفع بعجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية. هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الإبداع والابتكار في استمرار الشركات الناشئة ونجاحها فبعض المؤسسات لا تعطي لهذه العناصر اهتماما لدرجة أنها تقوم فقط بتقديم منتجاتها بدون أن نجد أية محاولة لترسيخ ثقافة الإبداع والابتكار لعمالها أو دفعهم نحو التنافس من أجل تنمية الأفكار الإبداعية من خلال تحفيزهم بشتى الحوافز المادية والمعنوية. ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن للإبداع والابتكار دور هام لإستمرار ونجاح الشركات الناشئة خاصة في ظل الاهتمام المتزايد نحو هذه الشركات في الآونة الأخيرة.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، الابتكار، الشركات الناشئة.

The Summary.

The view of creativity and innovation has changed a lot in our time, Creativity and innovation have become a criterion in light of which determines the degree of progress, They are also important factors in advancing social and economic development.

The study aimed to shed light on creativity and innovation in the continuity and success of startups, All kinds of material and moral incentives.

The study reached a set of results, the most prominent of which is that creativity and innovation have an important role in the continuity and success of emerging companies, especially in light of the increasing interest towards these companies in recent times.

Key words : innovation, creativity, startups.



قائمة المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
I	إهداء
II	شكر وعرفان
III	الملخص
IV	فهرس المحتويات
VI	قائمة الأشكال
VII	قائمة الجداول
أ	مقدمة
الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول: الإطار النظري حول الإبداع والابتكار	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: عموميات حول الإبداع
03	المطلب الأول: ماهية الإبداع
07	المطلب الثاني: مستويات ومراحل الإبداع والعوامل المؤثرة فيه
10	المطلب الثالث: مصادر ومعوقات الإبداع
13	المبحث الثاني: عموميات حول الابتكار
13	المطلب الأول: ماهية الابتكار
15	المطلب الثاني: أنواع ومصادر ونماذج الابتكار
21	المطلب الثالث: المعوقات والعوامل المؤثرة في الابتكار
27	المبحث الثالث: الفرق والعلاقة بين الإبداع والابتكار في المنظمة
27	المطلب الأول: العلاقة بين الإبداع والابتكار
28	المطلب الثاني: الفرق بين الإبداع والابتكار
29	المطلب الثالث: الإبداع والابتكار في المنظمات
31	خلاصة الفصل:
الفصل الثاني: الإطار النظري حول الشركات الناشئة	
33	تمهيد
34	المبحث الأول: ماهية الشركات الناشئة
34	المطلب الأول: تعريف الشركات الناشئة ودورة حياتها
37	المطلب الثاني: مميزات وخصائص الشركات الناشئة

39	المطلب الثالث: أهمية الشركات الناشئة وخطوات إنشائها
43	المطلب الرابع: أسباب نجاح الشركات الناشئة وأسباب فشلها
47	المبحث الثاني: الشركات الناشئة في الجزائر
47	المطلب الأول: هياكل دعم الشركات الناشئة
52	المطلب الثاني: أهداف تمويل الشركات الناشئة
52	المطلب الثالث: تحديات الشركات الناشئة
53	المطلب الرابع: أسباب تعثر الشركات الناشئة في الجزائر
57	خلاصة الفصل:
الجانب التطبيقي للدراسة	
الفصل الثالث: الإبداع والابتكار في شركة فيزيون ان تاك	
59	تمهيد:
60	المبحث الأول: تقديم شركة فيزيون ان تاك
60	المطلب الأول: مفاهيم حول شركة فيزيون ان تاك
60	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي وأهداف شركة فيزيون ان تاك
61	المطلب الثالث: مهام وآفاق شركة فيزيون ان تاك
64	المبحث الثاني: براءة الاختراع في الشركات
64	المطلب الأول: مفهوم براءة الاختراع
65	المطلب الثاني: أهمية براءة الاختراع وشروط منحها
69	المطلب الثالث: حقوق والتزامات حامل براءة الاختراع
71	المبحث الثالث: الإبداع والابتكار داخل شركة فيزيون ان تاك
71	المطلب الأول: الأفكار الإبداعية للشركة
72	المطلب الثاني: الفوائد والمخاوف المتعلقة بجهاز أخذ العينات
73	المطلب الثالث: أهداف هذا الجهاز في الإدارة عن بعد
74	المطلب الرابع: تأثير براءة الاختراع على أداء المؤسسة
77	خلاصة الفصل
79	خاتمة
83	قائمة الملاحق
88	قائمة المراجع



قائمة الأشغال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	أنواع الإبداع	06
02	نموذج الابتكار الخطي (مدخل دفع التكنولوجيا)	20
03	نموذج الابتكار الخطي (مدخل سحب السوق)	20
04	النموذج التفاعلي للعملية	20
05	القيادة وأسلوب الإدارة	24
06	مدخلات ومخرجات المنظمة الإبداعية	27
07	دورة حياة الشركات الناشئة	36
08	منحنى تطور القضايا المتنازع فيها	54
09	جهاز أخذ العينات	71
10	المكونات الرئيسية لجهاز أخذ العينات	72

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	بعض الأمثلة عن أنواع الابتكار	17
02	الفروقات بين الإبداع والابتكار	28
03	عدد القضايا المتنازع فيها خلال الفترة الممتدة من 2017 إلى 2019	53
04	عدد الشركات المعنية بعدم سداد القرض بدون فائدة الممنوح من طرف Ansej	53

مكة

تمهيد:

يشهد العالم اليوم تحولات اقتصادية وتطورات تكنولوجية فرضت تبني استراتيجيات جديدة في جميع المجالات، وقد فرضت الظروف الجديدة تبني مسارات جديدة في ريادة الأعمال مبنية على شركات صغيرة ناشئة غيرت من نسق سيطرة الشركات الكبرى، فبدأت الدول تشجيع هذا النمط الجديد من ريادة الأعمال وأصبح الحديث حولها لا يغيب عن أي مجلس أو حوار حول تشجيع الاستثمار وتطوير الاقتصاد، هذه الشركات الصغيرة ميزها عنصر جديد يعتبر سر قوتها وجوهر وجودها وهو الإبداع والابتكار، ويعتبر نجاح واستمرار هذه الشركات مرهون بالعديد من الشروط والمتطلبات كالتمويل ومناخ الاستثمار، والتحفيزات وغيرها، لكن التطور المتسارع في مجال التقنية والتكنولوجيا مما أدى إلى اشتداد المنافسة في عديد المجالات والقطاعات خاصة الاقتصادية منها، الأمر الذي نتج عنها الاهتمام البالغ بعنصري الإبداع والابتكار كأحد الأدوات التي تساهم بشكل كبير في استمرار الشركات الناشئة وتطورها، لذلك كان على كافة الشركات التي تسعى للتطور والتقدم وتعزيز وجودها في السوق تعتمد على الطرق الابداعية والابتكارية في تسيير شؤونها وتهتم بالعنصر البشري الذي يعتبر المصدر الأساس لهذه الطرق.

النمط الاقتصادي الآن تغير فوجد من قبل كانت الشركات الكبرى وأيضا الشركات المتعددة الجنسيات كانت تقريبا مهيمنة على كثير من النشاطات في مستوى الدول، أما الآن فبدأ يلحظ تغيير لهذا النظام وبدأت تظهر مؤسسات صغيرة تغطي جانب من الجوانب التي تحتاجها الدولة في ذلك المجال والتي أخذت الشكل الذي عرف بالشركات الناشئة، فبدل التركيز على الشركات الكبيرة الآن بدأ الإهتمام بالشركات وإعطائها فرصة وإيجاد الظروف المناخ المناسب من أجل أن هذه الشركات تتطور وتسد ثغرة من الثغرات التي يحتاجها الاقتصاد.

هذه الشركات الناشئة نجد أن الجوهر الخاص بها هو الابتكار والإبداع لأنه لا بد للشركة بأن تصبح شركة ناشئة أن تكون حاصلة على براءة اختراع في مجال معين أو انها شركة مبتكرة في مجال معين، فاستمرار هذه الشركات مرهون بعدة عوامل منها: التمويل، مناخ، الاستثمار، التحفيز التي تقدمها الحكومة ولكن هل الابتكار ضروري من أجل استمرار هذه المؤسسة في ظل توفر الشروط المفروضة.

ويلعب الإبداع والابتكار داخل الشركات الناشئة دورا كبيرا في خدمة الاقتصاد الوطني بكافة قطاعاته الإنتاجية منه والمالية، فهو يملك العديد من الوسائل والإمكانيات التي تتيح له التقدم نحو القمة لتحقيق الأهداف العديدة للشركات الناشئة.

أولاً: إشكالية الدراسة.

إن المؤسسة الناجحة هي المؤسسة القادرة على تحسين أداء أعمالها وتعزيز مركزها السوقي من خلال زيادة قدرتها التنافسية باستمرار، وفي العصر الحالي أصبحت الشركات ذات المستوى العالي في الأداء هي شركات تتميز بمنتجات فريدة ومبتكرة، وهذا ما يوضح حقيقة هامة مفادها أن قدرة الشركة على الإبداع وابتكار أساليب جديدة في الإنتاج تحدث تأثيرا مباشرا على قدرتها التنافسية وأدائها، كما أن الشركات المبدعة

والسبابة إلى الابتكار تكون لديها القدرة على تحسين أدائها وزيادة حصتها في السوق، وبالتالي وزيادة أرباحها، وفي غياب القدرة على الإبداع قد تكون مصير الشركات القائمة عن ركب المنافسة وبالتالي الانهيار والزوال.

وانطلاقاً مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي لإشكالية دراستنا كالآتي:

✓ ما هو دور الإبداع والابتكار في نجاح واستمرار شركة فيزيون ان تك الناشئة؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:

✓ ما هو مفهوم الإبداع والابتكار وماهي النماذج التي يتخذونها؟

✓ ماهي الشركات الناشئة وما هي مقومات نجاحها واستمرارها ؟

✓ ما علاقة الإبداع والابتكار بنجاح واستمرار شركة فيزيون ان تاك الناشئة؟

الفرضية العامة:

يلعب الإبداع والابتكار دوراً هاماً في نجاح واستمرار الشركات الناشئة فهو جوهر وجودها وسبب استمرارها في ظل التنافسية الكبيرة بينها.

الفرضيات الجزئية:

✓ يتلخص مفهوم الإبداع والابتكار بالقدرة التي يتمتع بها الفرد ضمن بيئة إدارية مناسبة تسمح بخلق منتجات مبتكرة محمية ببراءات الاختراع ونماذج الاعمال والعلامات التجارية وغيرها.

✓ تحتاج الشركات الناشئة الى العديد من المقومات للنجاح، كالقوانين والتشريعات والتمويل والامتيازات التحفيزية ووسائل المنافسة.

✓ للإبداع والابتكار علاقة وطيدة بمقومات نجاح واستمرار الشركات الناشئة من خلال تسهيل الحصول على التمويل وخلق منتجات جديدة وزيادة القدرة على المنافسة.

أسباب اختيار الموضوع:

كل البحوث والدراسات العلمية لها أسباب ودوافع كحسب التطلع العلمي ومعرفة الحقائق التي تشكل تساؤلات جديدة، ومما لا شك فيه أن لكل باحث أسباب تجعله يختار مشكلة من أجل دراستها ومن الأسباب والدوافع التي أدت إلى اختيار هذا الموضوع نذكر:

- الأهمية البالغة التي يكتسبها موضوع الإبداع والابتكار داخل الشركات الناشئة وما يقدمه من فوائد.
- الرغبة في تناول هذا الموضوع خاصة أنه يدخل في مجال تخصص دراستنا.
- محاولة اثراء هذا الموضوع المهم والذي يحظى بإهتمام من الدول المتقدمة.

أهمية الدراسة:

تتحلى أهمية البحث في حدثه على الساحة الاقتصادية، حيث يعتبر الإبداع والابتكار داخل الشركات الناشئة من أهم الخيارات الاستراتيجية لمواجهة التحديات داخل وخارج الشركة وتعزيز قدراتها التنافسية.

أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى:

- تسليط الضوء على هذا موضوع دور الإبداع والابتكار في استمرار الشركات الناشئة لما له من أهمية في المساهمة على التقدم.
- معرفة مختلف الأساليب التي تجعل الشركات الناشئة ناجحة.
- معرفة مختلف المشاكل التي تواجه هذه الشركات ومعرفة الحلول للخروج منها.

الدراسات السابقة الخاصة بالإبداع و الابتكار:

الدراسة الأولى:

دراسة د. رياض بن غبريد، 2020/06/14، الإبداع والابتكار كمدخل لمساهمة الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة "NCA Rouiba"، عن مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تلعبه الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية من خلال توظيفي عنصري الإبداع والابتكار، ولتحقيق هذا المسعى تم توزيع استبيان على عينة قوامها 87 إطار مسير في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات "NCA Rouiba".

وقد توصلت هذه الورقة البحثية إلى أن مساهمة التفكير الإبداعي والابتكاري للكفاءات واستدامة الميزة التنافسية يتجسد من خلال التصورات والمقترحات المقدمة التي تساعد على تطوير الأساليب التصنيعية والتسويقية، مما يؤثر على قوى التنافس والاستراتيجية التنافسية للمؤسسة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة إلى وجود علاقة ذات اتجاه إيجابي بين الإبداع والابتكار واستدامة الميزة التنافسية للمعمل الجزائري الجديد للمصبرات، باعتبار أن اقتصاد المعرفة قائم على الوفرة في مناهج واستراتيجيات الأعمال، فإنه بذلك يمثل البعد الحقيقي للنشاط الفكري الإنساني، وعلى هذا الأساس يعتبر الإبداع والابتكار الناتج الملموس للعقول البشرية عالية التميز.

هذه الدراسة لم تتطرق إلى دور الإبداع والابتكار بالنسبة للمؤسسات الناشئة فقط تطرقت على الشركات عامة.

الدراسة الثانية:

دراسة كل من بثينة بوشريط وآمنة عبلات، 2020/2019، تحت عنوان دور الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة مطاحن عمر بن عمر قالمة- مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسات.

هدف هذا البحث إلى إبراز دور الإبداع والابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية من خلال تحديد العلاقة بين الإبداع والابتكار والميزة التنافسية، وقد اختيرت مؤسسة عمر بن عمر للقيام بالدراسة الميدانية لعدة أسباب منها: قيامها المستمر بابتكار المنتجات الجديدة، ودرجة المنافسة العالية للقطاع الذي تنشط فيه من جهة أخرى.

و من أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- وجود علاقة طردية بين الإبداع والابتكار والميزة التنافسية.
- الإبداع والابتكار يؤثر على الميزة التنافسية.
- المؤسسة تشجع على الإبداع و الابتكار.
- المؤسسة تتمتع بميزة تنافسية جيدة.

هذه الدراسة لم تتطرق إلى الشركات الناشئة بل تحدثت على الشركات الاقتصادية بصقة عامة.

الدراسات السابقة الخاصة بالشركات الناشئة:

الدراسة الأولى:

دراسة علاء الدين بوضياف و زبير محمد 2020/07/28، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الإبداع لدى المؤسسات الناشئة مع الإشارة إلى تجربة الجزائر: عن مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الرئيسي الذي أصبحت تلعبه المؤسسات الناشئة المبدعة في الاقتصاديات المعاصرة، والمتطلبات المتعلقة بها من بنية تحتية تكنولوجية خصوصاً المتعلقة بالاتصال والمعلومات والمراقبة.

ولعل من أبرز النتائج المتوصل لها وجب أن تتوفر بنية تحتية متطورة من أجل توفير المناخ الملائم للإبداع، ومن أبرز هذه الآليات حاضنات الأعمال والتي تقوم بتقديم التسهيلات والمساعدات اللازمة لإنشاء شركات ناشئة قائمة على بعد تكنولوجي يؤهلها لأن تصبح لها قدرة تنافسية.

ركزت على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الإبداع بينما نهدف نحن إلى دراسة دور الإبداع والابتكار في استمرار ونجاح المؤسسة الناشئة.

الدراسة الثانية:

دراسة نور الهدى حمروش لشهر جوان 2022، المؤسسات الناشئة بين آليات الدعم والواقع في الجزائر، عن مجلة قضايا المعرفة.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أهم التدابير والإجراءات التي قامت بها الجزائر من أجل تطوير المؤسسات الناشئة وتحقيق تنوع المؤسسات الناشئة وتحقيق تنوع اقتصادي، ومعرفة واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر.

ومن أهم النتائج التي تخرج بها هذا البحث:

✓ حداثة فكرة المؤسسات الناشئة في الجزائر.

✓ لم يقدم المشرع الجزائري تعريف للمؤسسات الناشئة، إنما اعتمد على ذكر معايير تتعلق بها فقط، ودون أن ينحصر نشاط هذه المؤسسات ضمن المجال التكنولوجي والابتكاري.

✓ بعد حاضنات الأعمال عن المناطق الحضرية.

✓ التخلف التكنولوجي وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية، كالدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية...

تطرق في هذا البحث إلى آليات الدعم والواقع في الجزائر أما نحن سنتكلم عن الابداع والابتكار في استمرار هذه الشركات الناشئة ونجاحها.

الدراسة الثالثة:

دراسة مريم بورويصة، العدد الثاني لشهر جوان، المؤسسات الناشئة كدعامة أساسية لبناء وتطوير اقتصاد المعرفة في الجزائر، مجلة قضايا معرفية.

تهدف هذه الدراسة لإبراز مدى مساهمة المؤسسات الناشئة في بناء اقتصاد المعرفة في الجزائر، انطلاقاً من عرض واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر وتسلط الضوء على ضرورة تطويرها، خاصة وأنها قد أصبحت ركيزة أساسية في خلق القيمة المضافة للاقتصاديات العالمية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن للمؤسسات الناشئة دور فعال في بناء اقتصاد قائم على المعرفة في الجزائر، إذا تم تهيئة البيئة المناسبة لنشاطها وتحفيز قيام المشاريع الابتكارية من خلال التركيز على دعم نشاطات البحث والتطوير والابتكار وترقية رأس المال البشري الجزائري خاصة على مستوى القطاع التكنولوجي.

هذه الدراسة تطرقت للمؤسسة الناشئة كدعامة أساسية لبناء وتطوير اقتصاد المعرفة اما نحن فسننتظر للإبداع والابتكار في هذه المؤسسات الناشئة ودوره في استمرارها.

المنهج المتبع في الدراسة:

نستخدم في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي الملائم من أجل التغطية الشاملة لكامل الموضوع.

محتويات البحث:

قسمنا هذا البحث إلى ثلاثة فصول رئيسية:

الفصل الأول بعنوان الإطار النظري للإبداع والابتكار، ونبين فيه عموميات حول الإبداع وعموميات حول الابتكار، وأخيراً ندرس الفرق والعلاقة بين الإبداع والابتكار.

أما الفصل الثاني فتحت عنوان الإطار النظري حول الشركات الناشئة، ونبين فيه أولاً ماهية الشركات الناشئة، ثم ندرس الشركات الناشئة في الجزائر.

والفصل الأخير هو دراسة حالة مؤسسة SARL vision intek الناشئة ومعرفة سر نجاحها من خلال الإبداع والابتكار.

الفصل الأول:

الإطار النظري حول الإبداع والابتكار

تمهيد:

في ظل اشتداد المنافسة الدولية وتداخل الأسواق، وزيادة الضغوط باتت مرونة المؤسسة وقدرتها على التكيف من مستجدات بيئتها، ومدى تمكنها من التعلم وتطوير القدرات الجديدة، خصائص ضرورية لضمان استمرارها، وتجمع هذه الخصائص كلها في مفهوم الإبداع والابتكار الذي بعد حدثا استثنائيا في أنشطة المؤسسات، وغالبا ما يعتبر وظيفة من اختصاص المهندسين والتقنيين او مكاتب الدراسات دون غيرهم، لكن العديد من الشركات، أدركت الأهمية الاستراتيجية للإبداع والابتكار وصعوبة إدارته حيث تبين المجالات التقنية والمتخصصة في إدارة الأعمال باستمرار، التقدم المتسارع للتقنيات والدور الحيوي للابتكار في تنافسية الشركات واستمرارها.

فالحديث عن الإبداع والابتكار كان ولا يزال موضوعا متجددا في علوم التسيير، التي تقدمه على أنه مفتاح النجاح للمؤسسات الاقتصادية، فالإبداع والابتكار لا يقتصر على تطوير التكنولوجيا الجديدة فحسب، بل يسمح بالتحول نحو أنظمة إنتاج أكثر استدامة واستمرار مرتكزا على أفضل الإجراءات المساعدة على القرارات الأكثر فعالية وتشاركية ومراعاة كل أشكال الابتكار الذي يخدم استمرار الشركات وتنميتها.

المبحث الأول: عموميات حول الإبداع

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى عموميات حول الإبداع من ماهية ومستويات ومراحل الإبداع وكذا العوامل المثرة فيه ومصادر وعوائقه حسب بعض الباحثين في هذا المجال.

المطلب الأول: ماهية الإبداع

تتعد مفاهيم الإبداع وتتباين وجهات النظر حول تحديد ماهيته، فلا يوجد اتفاق واضح حول تعريفه ويعود ذلك لتعدد الظاهرة الإبداعية نفسها من جهة وتعدد المجالات التي انتشر فيها مفهوم الإبداع من جهة أخرى، مما أدى إلى إختلاف المنطلقات الفكرية لموضوع الإبداع، وسوف يتم في هذا المطلب إستعراض بعض التعاريف المتعلقة بالإبداع، مع إبراز دوافعه، خصائصه وأهم عناصره.

أولاً: تعريف الإبداع:

لم يتفق الباحثون على وضع مفهوم محدد لمصطلح الإبداع، حيث تتباينت وجهات النظر في ذلك نظرا لتداخل الحاجات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية وإختلاف المعايير التي تصنف المبدع من غيره، وعلى الرغم من ذلك، فقد تم وضع بعض المفاهيم الشاملة التي توضح مفهوم الإبداع، ومن أشهر هذه التعريفات¹:

-عرفه الباحث "سميث": إن العملية الإبداعية هي التعبير عن القدرة على إيجاد علاقات بين أشياء لم يسبق أن قيل أئت بينها علاقات".

-عرفه أيضا "ألكسندر روشكا" : الإبداع عبارة عن الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة من الفرد والجماعة، والإبداع بمعناه الواسع يعني إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج".

-عرفه الباحث "سمبسون" : إن الإبداع هو المبادرة التي يبديها الشخص بقدرته على الإنشقاق من السلسلة العادي في التفكير إلى مخالفة كلية".

-عرف جمال أنيس الإبداع على أنه: "عبارة عن الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة من الفرد والجماعة، والإبداع بمعناه الواسع يعني إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج".

-كما عرفه هوارى معراج بأنه: "عبارة عن مزيج من القدرات والإستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا ما وجدت في بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصلية وجديدة سواء بالنسبة لخبرات الفرد السابقة أو خبرة المؤسسة أو المجتمع أو العالم"².

¹ جمال أنيس خير الله، الإبداع الإداري، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص6.

² هوارى معراج، خليل عبد الرزاق، الإبداع في القطاع الحكومي الجزائري، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد6، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2006، ص69.

-يمكن الإستنتاج من التعاريف السابقة وغيرها بأن الإبداع عملية تتضمن النظر إلى الظواهر والأشياء والمشكلات بمنظور وعلاقات جديدة غير مألوفة، يتفاعل فيها الفرد والعمل وبيئة المنظمة والبيئة العامة، ويقوم (الفرد أو الجماعة أو المنظمة) بالبحث والإستقصاء والربط بين الأشياء بما يؤدي إلى إنتاج شيء جديد وأصيل وذو قيمة للمجتمع، وقد يتعلق هذا الشيء الجديد بسلعة أو خدمة أو أسلوب عمل جديد أو أداة جديدة أو عملية مثل أفكار جديدة في القيادة والإشراف والإستراتيجيات وإتخاذ القرارات أو الطرق جديدة في تصميم العمل أو تصميم الهيكل التنظيمي وغيرها¹.

ثانياً: عناصر الإبداع:

ينطوي مفهوم الإبداع على مجموعة من العناصر، والذي تكمن أهميته في كونه ضرورة من ضروريات الحياة، وليس فقط ولادة أفكار جوهرية ذات قيم عالية، وعليه يتشكل الإبداع من العناصر التالية²:

1-الطلاقة (fluency): أي القدرة على إنتاج أكبر عدد من الأفكار الإبداعية، ويرف النظر عن إمكانية الأخذ بها من عدمها، فيجب أن يكون لدى الفرد القدرة على تقبل أي فكرة تطرأ على ذهنه دون تقييمها، وبعد التوصل إلى أكبر عدد من الأفكار يتم إخضاعها للتصفية والتقييم، أو بمعنى آخر هي القدرة على سيولة الأفكار وسهولة توليدها، مثلاً إعطاء حجم النشاطات التسويقية في غضون فترة زمنية معينة، وقد وجد أنه في الإختبارات الكلامية وحدها توجد ثلاثة عوامل متميزة وهي:

أ-الطلاقة الفكرية (ideational fluency): هذا النوع من الطلاقة مرتبط بالقدرة العقلية للشخص، كالقدرة على التخيل والتشبيه والاستنباط وسعة الإدراك والحدس.

ب-الطلاقة الترابطية (associational fluency): وهي متعلقة بإكمال العلاقات وإعطاء التماثل أو التناقض.

ج-الطلاقة التعبيرية: فهي تتعلق بسهولة بناء الجمل.

وعلى العموم تقاس الطلاقة بأساليب مختلفة منها على سبيل المثال:

- سرعة التفكير لإعطاء كلمات في نسق محدد.
- تصنيف الأفكار وفق متطلبات معينة.

2-المرونة (flexibility): ويقصد بالمرونة هنا قدرة الشخص على النظر إلى الشيء موضع الإعتبار من أكثر من زاوية وعدم التفكير في إطار حدود معينة، بحيث يتمكن الشخص من التوصل إلى أفكار جديدة وغير تقليدية، فعلى سبيل المثال إذا طلب من شخص أن يذكر إستخدامات رباط جذا، فإن الشخص التقليدي سيجيب أنه لربط الحذاء، بينما الشخص المبتكر الذي تتوفر فيه هذه القدرة، سيذكر عدد كبير من الإستخدامات، فالشخص الذي يتمتع بمرونة التفكير (عدم الجمود أمام المشاكل) يكون أكثر قدرة على الإبداع، ولقد ميز غيلفورد نوعين من المرونة :

¹ الأستاذ الدكتور حسين حريم، إدارة المنظمات (منظور كلي)، ط2، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009، ص300.

² رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية، مصر، 2005، ص19.

أ-المرونة العفوية(spontaneous fluency): توهي بمدى مرونة تفكير الفرد.

ب-المرونة التكيفية(adaptive fluency): والتي توهي بقدرة الفرد على إجراء التغييرات المناسبة.

3-الأصالة(Originality): وهي أكثر الخصائص إرتباطا بالإبداع، وتعني الأصالة إنتاج ما هو غير مألوف، و هناك من العلماء من يقول: إن الفكرة لا تكون أصيلة وجديدة ألا إذا لم يسبق لها سابق، وكانت غير عادية وبعيدة المدى وذات إرتباطات بعيدة وذكية¹.

4-التوسيع(Elaboration): ويظهر هذا العامل مقدرة الفرد على الإضافة ذات القيمة على الفكرة أو أسلوب قدمه غيره، بحيث تكتمل الفكرة بشكل أفضل او يصبح تطبيقها أكثر فائدة وسهولة، مثل المعالجة الدقيقة والشاملة التي توضح أبعاد المسائل التسويقية.

5-الكم والكيف: إن ثمة فرضية تقول إن الكمية تولد الكيفية، حيث أنه إذا كان شخص ينتج عددا أكبر من الأفكار، فإنه لابد أن ينتج عددا أكبر من الأفكار ذات النوعية الجيدة في وقت محدود، إذا فلا بد من الكم كي نحصل على النوعية، ولكن لابد أن تتم عملية توليد الأفكار بأسلوب علمي مدروس.

6-القدرة على تحسس المشكلات: تتجسد هذه القدرة بوصفها عنصرا مهما من عناصر الإبداع، في توظيف القدرات العقلية للفرد، وما يمتلكه من معارف وخبرات ومهارات وحصر القضايا والمشكلات التي يمكن أن تكون موضع معالجة، بغرض الوصول إلى حلول مبدعة بصدها.

7-القدرة على التحليل: يمتاز الشخص المبدع بقدرته على تحليل عناصر الأشياء وفهمه للعلاقات بين العناصر، و إمتلاكه القدرة في الحصول على المعلومات وجمعها وتبويبها وتقويمها و الإحتفاظ بها عند الحاجة إليها، كما يمكنه أيضا إعادة تنظيم الأفكار الأشياء وفق أسس مدروسة، ويتمكن من خلال ذلك إحداث تغيير أو تجديد الواقع العملي، ويمكن أن يتناول فكرة بسيطة أو مخططا بسيطا لموضوع ما، ثم يقوم بتوسيعه ورسم خطواته التي تؤدي إلى كونه عمليا².

ثالثا: أنواع الإبداع:

يختلف بعض الكتاب وأصحاب الفكر في هذا المجال حول تقسيم أو تصنيف أنواع الإبداع، حيث صنف بعضهم أمثال(Taylor) الإبداع إلى خمسة أنواع حسب الشكل وفيما يلي توضيح لكل صنف على حدة³:

أ-الإبداع التعبيري: ويقصد به الطريقة التقليدية التي يتميز بها شخص عن الآخر في إتقانه لعمل شيء معين أو ممارسة أو إحتراف مهنة أو فن معين.

¹ رفعت الحليم القاعوري، مرجع سبق ذكره، ص 21.

² معراج وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 69 .

³ عاكف لطفي خصوانة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص ص54-55.

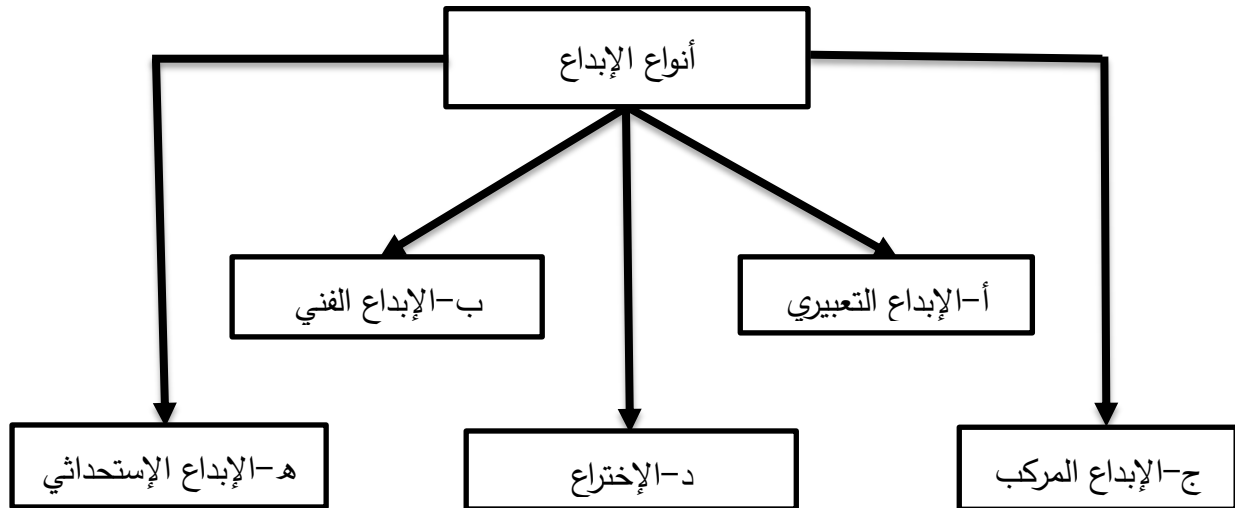
ب-الإبداع الفني: وهو الذي يمثل الجانب الجمالي الذي يطرأ أو يضاف إلى المنتجات أو الخدمات كالمظهر العام والزينة التي توضع على المنتج أو إضافة تصميم أو ديكور مختلف يتميز به المكان الذي يقدم خدمة ما.

ج-الإبداع المركب: وهو الذي يعتمد على مجتمع غير عادي بين الأشياء مثل أن يتم تجميع لأفكار مختلفة ويتم وضعها ودمجها في قالب واحد من أجل أن يتم التوصل والإتيان بمعلومة جديدة.

د-الإختراع: وهو الذي يتم من خلاله إستحداث شيء جديد لأول مرة، ولكن تكون عناصره والأجزاء المكونة منه موجودة من قبل، ولكن تتم إضافة وإدخال بعض التعديلات عليها من أجل أن تعطي مظهرا جديدا وتقوم بأداء مهمة مميزة مثل إختراع الكمبيوتر.

هـ-الإبداع الإستخدامي: ويتمثل هذا النوع من الإبداع في عملية إستخدام لشيء موجود على أرض الواقع، ولكن يتم تطبيقه في مجالات جديدة، مثل أن تتم عملية تطوير وتحسين على نظريات أو مبادئ أو أسس وضعها العلماء السابقون.

الشكل رقم (01): أنواع الإبداع



المصدر: إعداد الباحث بالاستناد إلى الصيرفي، محمد عبد الفتاح، الإدارة الرائدة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2003، ص45.

ويصنف الإبداع أيضا إلى¹:

1-الإبداع المتعلق بالإختراع والتصميم: ويتضمن كل من:

- **الإبداع العلمي:** ويكون فيه الإنتاج عبارة عن وسيط بين الحاجيات والأهداف المحددة خارجيا، وفي هذا النوع يعالج المبدع مظاهر متعلقة بالمحيط الذي يوجد فيه تحقيق نتائج أفضل، أو إقتراح حلول.
- **الإبداع الفني:** حيث يخرج ما في داخله في شكل رسومات أو نحت أو موسيقى.

¹الطبيب فنان، دور إدارة الإبداع في تعزيز تنافسية المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيلالي لبياس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2015، ص33.

- **الإبداع المتعلق بالتأليف:** مثل كتابة الشعر والرواية والقصة وغيرها...إلخ.
- 2- **الإبداع المتعلق بالتخطيط:** ويهتم بالشؤون الإدارية ووضع الخطط، البرامج، ويتمثل في:
 - الإبداع والتخطيط في إنتاج السلع و الخدمات.
 - الإبداع في عملية إنتاج.
 - الإبداع في الإتصال وهندسة العلاقات بين الناس.
- 3- **الإبداع العام والخاص:** يقصد بالعام الإبداع الجماعي مثل: الفرق البحثية العلمية، والإبداع الخاص هو الإبداع الفردي.
- 4- **الإبداع متعدد الجوانب:** حيث يكون إبداع الشخص في أكثر من مجال فيكون مثلاً: رياضياً وشاعراً في آن واحد.

المطلب الثاني: مستويات ومراحل الإبداع والعوامل المؤثرة فيه :

أولاً: مستويات الإبداع.

نجد ان الإبداع هو نشاط انساني لا يقتصر على مستوى معين من الأفراد، ولا يمكن اعتباره نشاط فردي يعتمد على الأفراد، كما انه ليس نشاط جماعي فقط، وإنما هو تبعاً للموقف الذي يقع في الإبداع، حيث قد تتم ممارسته من قبل الأفراد أو الجماعات أو المنظمات بشكل عام ومن ثمة يمكن تقسيم المجالات التي يقع فيها الإبداع إلى ثلاث مستويات¹:

أ- الإبداع على المستوى الفردي:

وهو الإبداع الذي يتم التوصل إليه من قبل أحد الأفراد المبدعين وبذلك يكون نشاطاً وجهداً فردياً فقط، يعتمد على القدرات الفردية والمهارات الذاتية للشخص المبدع.

ب- الإبداع على مستوى الجماعة:

وهو الإبداع الذي يتم التوصل إليه من قبل الجماعة، وإبداع الجماعة أكبر من المجموع الفردي لإبداع أفرادها ويتم هذا الإبداع عن طريق التعاون والتبادل والتشجيع للأفكار وتتميتها للوصول إلى أفكار أو أعمال إبداعية. وقد توصلت الدراسات إلى النتائج التالية فيما يتعلق بإبداع الجماعة:

- إن الجماعة المختلفة من حيث الجنس تنتج حلولاً أحسن جودة من الجماعة أحادية الجنس.
- إن الجماعة شديدة التنوع تنتج حلولاً أفضل، وإن الحل الإبداعي للجماعة يتطلب أن تتكون من أشخاص لهم شخصيات مختلفة.
- إن الجماعة المتماسكة أكثر استعداداً أو حماساً ونشاطاً للعمل من الجماعة الأقل تماسكاً.
- إن أفراد المنسجمة أكثر ميلاً للإبداع من الجماعة التي ليس بين أفرادها انسجام.

¹ شوهد يوم 10 جوان 2022 على الساعة 13:35. <https://dralidashti.com/creativity/creativity-levels/>

- إن الجماعة حديثة التكوين تميل إلى الإبداع أكثر من الجماعة القديمة.
- إن الإبداع يزداد مع ازدياد عدد أعضاء الجماعة حيث تتوسع القدرات والمعرفة والمهارات.

ت- الإبداع على مستوى المنظمة أو المؤسسة:

هو الذي يتم التوصل إليه من خلال الجهد الجماعي التعاوني لجميع أعضاء المؤسسة وهذا الأخير يعتبر من أهم أنواع الإبداع، بل قد يكون الترجمة الفعلية والنهائية لإبداع الأفراد والجماعات والذي ينتج عنه ابتكارات جديدة.

أو هو الإبداع الشامل المتكامل على مستوى المنظمة بحيث يصبغها ويجعلها ذات علامة فارقة متميزة في ذاتها عن غيرها، فهي منظمات متميزة في مستوى أدائها وعملها وغالباً ما يكون عمل هذه المنظمات نموذجي ومثالي للمنظمات الأخرى.

وحتى تصل المنظمات إلى الإبداع لابد من وجود إبداع فردي وجماعي، وأن الإبداع على مستوى المنظمة هو تحصيل إبداع الأفراد وصورة للإبداع المتكامل بين الفرد والجماعة والمكان.

ثانياً: مراحل الإبداع

تمر عملية الإبداع بمراحل عدة حتى تكتمل وتظهر بصورة كاملة معبرة عن الموضوعية والنضوج الذهني، وتتضمن هذه العملية النضوج العقلي للأفكار وموضوعية الأحكام التي يقدمها الشخص المبدع. وحتى يكون الإبداع قائماً على الحقيقة، فإنه لابد وأن تتم ترجمته إلى واقع عملي يمكن للآخرين الاستفادة منه بقدر المستطاع، خاصة إذا استند على أدلة تثبت حقيقته وواقعيته وصحته . وعلى الرغم من صعوبة الكتابة في هذا الموضوع إلا أن الباحثين والدارسين توصلوا إلى وضع عدة مراحل تمر بها عملية الإبداع. وهي¹:

1- المرحلة التحضيرية: أي عملية الإعداد المسبق للإبداع من حيث العمل على التنشيط والتحفيز بهدف الإستعداد من قبل الفرد أو الأفراد وحفزهم على تجميع وتطوير قابلياتهم ومشاعرهم ذات العلاقة بعملية الإبداع.

وهنا لابد من البدء بجمع المعلومات والبيانات وإدارة النقاش وتوفير المدار التي لها علاقة والتي قد يحتاج لها الفرد للعمل على ممارسة وإفراز نمط جديد من التفكير الإبداعي.

2- مرحلة الحضانة: وهي مرحلة تفاعل المعلومات والبيانات في العقل الباطن للمبدع، ونتيجة لهذا التفاعل تظهر الإبداعات، ومن ثم يقوم المبدع بإستخدام ما هو جديد في قرار إبداعي آخر.

¹ موسى اللوزي، التطوير التنظيمي أساسيات ومفاهيم حديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص ص 293-294.

3- مرحلة الإحياء والإلهام: وهنا يظهر الفكر الجديد على شكل إنارة ذات لمعان تنبه الفرد المبدع مما يجعله في حالة إكتشاف بعد إتمام عملية الإحياء، حيث يتحرك تدريجيا ليحرك حالة اليقظة والانتباه عند الفرد المبدع كي يستطيع تقديم شيء بعد مرحلة النضوج.

4- مرحلة التحقيق والمصادقية: وهنا يخضع الشيء الإبداعي المقدم من الفرد والمتضمن (فكر، سلوك، إستجابة) للاختبار للتأكد من صحته ومصادقته وصلاحيته للتطبيق كفكر جديد.

ثالثا: العوامل المؤثرة في الإبداع:

إنطلاقا من إيمان المنظمات بأهمية الإبداع كان لزاما عليها أن تبحث عن العوامل المؤثرة فيه، وقد تعددت تلك العوامل و اختلف العلماء حول تحديد ماهية تأثيرها، وفيما يلي توضيح لكل من العوامل المؤثرة في كلا الجانبين الفردي والتنظيمي.

1-العوامل المؤثرة في الإبداع الفردي:

الإبداع الفردي يتأثر بعاملين هما¹:

أ- العامل الفسيولوجي: وهو العامل الذي يعتمد على القدرات العقلية والذهنية الإبداعية للفرد وأهمها المرونة والطلاقة والأصالة والقدرة على التنبؤ.

ب- العامل النفسي أو السيكلوجي: وهو العامل الذي يعتمد على الإندفاع الذاتي للعاملين في التنظيمات إلى الإبداع وهي الحاجة لتحقيق الذات والحاجة إلى الإنجاز.

كما أن الجانب الإجتماعي للفرد يلعب دورا مؤثرا في الجانب الإبداع وتتشمل العوامل الإجتماعية على جوانب مختلفة التي تؤدي دورا فعالا في تكوين الشخصية الإبداعية كالأسر و الشركات الإجتماعية والثقافية والمجتمع المحيط.

بالإضافة إلى العوامل الخارجية المتمثلة بالمؤشرات البيئية الخارجية كالظروف الإقتصادية والمالية والثقافية والإجتماعية والسياسية مؤثرات ذات فاعلية على الإبداع الفردي كونها متغيرات تعرض الفرص والتهديدات وتحفز على إتجاه استراتيجيات ممكن من خلالها إغتنام الفرص وتجنب التهديدات أو الحد منها.

2-العوامل المؤثرة في الإبداع التنظيمي:

لكي يتحقق الإبداع في المنظمات يجب عليها أن تتبنى وتستخدم نشاطات داعمة، وتأتي به من خلال الأفراد العاملين في المنظمة أو تتميته لديهم.

هناك مجموعة من العوامل الداخلية المؤثرة في الإبداع وهي²:

- الإعتماد على مشاركة الأفراد في العمل داخل المنظمة.
- الإعتماد على إستخدام وتكوين فرق العمل لتنفيذ بعض الأعمال الخاصة بالمنظمة.
- التركيز على توجيه كافة الموارد والطاقات المختلفة في المنظمة لتحقيق رؤية وأهداف ورسالة المنظمة.

¹ عاكف لطفي، مرجع سبق ذكره، ص ص 67-68.

² نفس المرجع السابق، ص ص 74-75.

بينما كرس آخرون جهودهم لجمعوا على أن الإبداع يتأثر بعوامل أخرى رئيسية وهي:

العوامل الخارجية: وهي العوامل التي تتعلق بالقدرات المالية والبشرية في المنظمة، والثقافة التنظيمية والهيكل التنظيمي، والنمط القيادي أو الإداري المستخدم وحجم المنظمة، ودعم الإدارة العليا للإبداع والابتكار إذ تعتبر تلك الجوانب عناصر قوة وضعف والتي بناء عليها يتم تحقيق العملية الإبداعية والابتكارية في المنظمة.

المطلب الثالث: مصادر ومعوقات الإبداع

فيما يلي سنعرض أهم مصادر الإبداع ومعيقاته:

أولاً: مصادر الإبداع

تتعدد وتنوع مصادر الإبداع ونتطرق لها مثلاً في ما يلي:

- الفكر الواسع والخيال الفرد الخلاق هناك فكر جديدة وبديعة تطفو من أعماق الفكر إلى السطح.
- أغلب الناس مؤهلون لكي يكونوا من المبدعين ودوي الأفكار الخلاقة لكن بدرجات مختلفة.
- العائلة إن كانت مبدعة فإن الإبداع يمكن أن يأتي وراثياً من العائلة.
- البيئة الخارجية للفرد وما يحيط به في المجتمع.
- الاحتياج لشيء ما وقت الشدة يولد في الفرد الإبداع .
- مصادر خارجية مستمدة من المستهلكين وما إلى ذلك.
- مصادر داخلية خاصة بالمدرء والعمال داخل المصنع.

ثانياً: معوقات الإبداع

ركز العديد من الباحثين في مجال الإبداع على بحث معوقات الإبداع وتحديد العوامل التي تعيق أو تساعد على العملية الإبداعية لدى الأفراد والعاملين في المنظمات، وقد اختلف المنظرون في دراساتهم وتوصلوا إلى نتائج متباينة حول معوقات الإبداع، ولقد حدد كامبل عدداً من المعوقات التي من الممكن أن تعيق الإبداع في النقاط التالية¹:

- الخوف من الفشل والتمسك بالعادات والتقاليد المألوفة.
- التعامل مع الأمور بلامبالاة والمبالغة في مكافأة النجاح.
- التخصص الضيق.
- أما سينسبري فقد صنف معوقات الإبداع إلى ثلاث فئات رئيسية هي²:
- المعوقات المالية: وتتعلق بإمكانيات المؤسسة المادية والبشرية.
- المعوقات التنظيمية: وتتمثل في بناء وعملات المؤسسة.

¹ عبد الله بن محمد العواد، "واقع الإبداع الإداري وأساليب تطويره في جهاز قوات الأمن الخاصة" رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2005، ص22.

² عبد الله بن محمد العواد، مرجع سبق ذكره، ص ص21-32.

• المعوقات الثقافية: وتشير إلى القيم الموجودة داخل المؤسسة المتعلقة بتشجيع أو إعاقة الإبداع مثل: التحفيز، العدالة، قبول التغيير.

وبالرجوع إلى الأدبيات العربية نجد أن الباحثين العرب حاولوا حصر هذه المعوقات ودراساتها في مختلف الشركات فقد تناول لنمر في دراسته للإبداع الإداري دراسة سلوكية بعض معوقات الإبداع وقسمها إلى¹:

1. المعوقات التنظيمية الإدارية: إن مسؤولية التنظيم في الوقت الحاضر قد تعدت تقديم الأجر إلى تنمية المواهب وقدراتهم الإبداعية واستغلالها فيما يعود بالنفع على المؤسسة، حيث أوضح الباحث أن المؤسسة العربية تتسم بالقهر والتسلط والمركزية، وذلك من خلال دراسات عديدة أجريت على تلك الشركات، وقد أشارت تلك الدراسات إلى مجموعة من المعوقات الرئيسية للفعالية التنظيمية تتركز في الآتي:

• عدم وضوح الأهداف التنظيمية والمركزية في اتخاذ القرار.

• الافتقار إلى معايير واضحة الأداء.

• إنخفاض الروح المعنوية لدى العاملين.

• الافتقار إلى العمل الجماعي، والافتقار إلى القيادات الفعالة.

• غياب اساليب التحفيز والتشجيع على التفوق والإبداع.

2. المعوقات الاجتماعية والثقافية: والتي تتمثل في التعليم والأسرة والمجتمع ككل الذي يحارب التغيير، فتعود الطفل على التبعية وعدم الإستقلالية سواء في البيت أو المدرسة، وتحارب فيهم كل رغبة في التطوير والتغيير فيصبح الطفل مقلدا لأبائه ومعلميه في جميع تصرفاته في مراحل نموه المختلفة.

أما همشري فقد حصر معوقات الإبداع في المؤسسة العربية الحكومية وغير الحكومية في: مقاومة التغيير، الحوافز، الإلتزام، الإدارة، المناخ التنظيمي، الزملاء والبيئة الاجتماعية.

في حين نجد القريوتي حصر معوقات الإبداع من خلال دراسته لسلوك الإنساني الفردي والجماعي في المنظمات المختلفة في²:

• مقاومة الجهات الإدارية للتغيير.

• الإلتزام الحرفي بالقوانين والتعليمات والإجراءات والخوف من الفشل.

• تدني مستوى التدريب.

• عدم وجود نظام إتصالات فعال والتركيز على الإتصالات الرأسية من أعلى قمة الهرم الوظيفي إلى قاعدته مع إهمال الإتصالات الصاعدة والأفقية وأهميتها.

¹سعود محمد النمر، "الإبداع الإداري، دراسة سلوكية" مجلة المدير العربي، العدد 117، القاهرة، مصر، 1992، ص ص 68-70.

²د. محمد بوهزة، رفيق مرزوقي، "القيادة الإدارية وعلاقتها بالإبداع الإداري"، ملتقى دولي حول صنع القرار بالمؤسسة الاقتصادية، جامعة محمد

بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2009، ص ص 7-10.

لقد أصبح إهتمام التنظيمات الحديثة ليس فقط بإدخال تقنيات حديثة ومتطورة في أعمالها، بل أيضا في بحث الجوانب المختلفة في العملية الإبداعية من صفات شخصية المبدعين إلى معوقات الإبداع إنتهاء بالعوامل التي تنمي روح الإبداع رغبة منها في إستقطاب وتهيئة الظروف الملائمة لخلق جو من الإبداع بين أعضاء التنظيم مما ينعكس أداء هذه التنظيمات وجعلها تمتاز بجودة عالية في أدائها على مواجهة المتغيرات المحيطة بها.

المبحث الثاني: عموميات حول الابتكار

تواجه المنظمات اليوم تحديات غير مسبقة في ظل التقدم التكنولوجي والصناعي وزيادة التحديات التي تواجهها حيث أن تلك المنظمات على اختلاف أنواعها هي عماد بان المجتمع، مما يجعلها في حاجة ماسة إلى الابتكار وإيجاد حلول غير تقليدية للمشاكل التي تواجهها، وسنتعرف عليه بشكل مفصل في العناصر التالية.

المطلب الأول: ماهية الابتكار

أن هذا التحول نحو الابتكار والشركات القائمة على الابتكار يعود إلى حقيقة أن الشركات أصبحت تمتلك الموارد الكبيرة والتقنية العالية والخبرات الفنية والإدارية الخاصة بالتعامل مع الابتكار بوصفه نشاطا منظما ومتميزا من أجل الوصول إلى ما هو جديد كليا (الابتكار الجذري أو الإختراق) أو جزئيا (الابتكار التدريجي أو التحسين). والأهم هو إمتلاك هذه الشركات لرؤية إستراتيجية للابتكار تمكنها من تحقيق البيئة التنافسية من الابتكار. ومما يدل على هذا التحول هو الزيادة الكبيرة في الموارد المخصصة للبحث و التطوير. حيث أن الشركات في قطاعات أساسية في دول الأوسيد (OECD) تقوم بتخصيص موارد على (R & D) أكثر مما تخصص على المعدات والمصانع الثابتة. كما أن واحدا من العوامل الأساسية المؤدية إلى تقد اليابان تنوعا أكبر وتطورا أسرع لمنتجاتها يعود إلى أن الشركات اليابانية تتفق من مخرجاتها على أنشطة (R&D) بما يزيد عن 30% مقارنة بنظيرتها الأمريكية.

أولاً: مفهوم الابتكار

التعريف اللغوي للابتكار: يبتكر ابتكارا، فهو مبتكر إبتكر الجهاز إخترعه، إبتدعه وإستنبطه غير مسبق إليه، إبتكر طريقة جديدة، عقل مبتكر خلاق مبدع، مجدد ذو موهبة ونبوغ. تعددت كذلك تعريف الابتكار بين الكتاب، فيرى جيل فورد أن الابتكار هو تفكير تغييري، كما يذكر شتاين الابتكار بأنه هو العملية التي ينتج عنها عمل جديد مقبول أو ذو فائدة أو مرض لدى مجموعة من الناس، ويعرف روجرز الابتكار بأنه ظهور إنتاج جديد ناتج عن تفاعل بين الفرد والمادة.¹ وأما ديبورغ ماري يعرف الابتكار على أنه تطبيق تجاري للإختراع.² من خلال التعريف يتضح لنا أن النجاح التجاري هو جزء أصيل في الابتكار، كما يعرف الابتكار بأنه "المبادأة التي يبديها الفرد في قدرته على التخلص من السياق العادي للتفكير، وإتباع نمط جديد من التفكير" من كل هذا نلخص إلى تعريف الذي نقدمه للابتكار بأنه قدرة الشركة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق، هذا التعريف يعني أن تكون الشركة الابتكارية تكون هي الأولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل إلى الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد، وأو الأولى في التوصل إلى المنتج الجديد، أو الأولى في الوصول إلى السوق.

¹ صائب الألوسي، تنمية الفكر الابتكاري، دار المنهل لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص7.

² السيد خير الدين السيد، الابتكار وإدارته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2011، ص16.

ثانيا: أهمية الابتكار

في بيئة الأعمال السريعة الابتكار أصبح الابتكار جوهر من أجل البقاء لأن بقاء المنظمة هدف إستراتيجي، لذا تعد جميع الابتكارات.

لذا المنظمة التي لا تملك القدرة على الابتكار في مجال عملها ستواجه بالتأكيد تحديات كبيرة وصعبة، وذلك أن منافسيها وببساطة يقومون بالابتكار والتحسين المستمر لمنتجاتهم وعملياتهم لهذا فإن الابتكار من أولويات إهتمام المنظمة في جميع المجالات بلا إستثناء من أجل البقاء في السوق، والابتكار ذو أهمية كبيرة في تحقيق ما يلي¹:

"نموذج التركيب التراكمي: وهذه النظرية تقوم على جهود التفكير والتحليل والترابط والتحقيق من أجل التوصل إلى أفكار ومن ثم المنتجات والخدمات الجديدة وهذه تفسر التحسينات الكثيرة على المنتجات الحالية من خلال التوليفة الجديدة أو إضافة مكون جديد أو سمة جديدة.

وكذلك إن الابتكار أسلوب خاص من أساليب الحياة به يرى الفرد الجديد في القديم ويصبح كل يوم ميلاد جديد ويقبل على الحياة بمواقفها المتعددة كما لو كان يخبرها للمرة الأولى ليس هناك تكرار في الحياة، فالفرد لا يرى إلا الجديد ومن ثم إستجابته الدائمة وجديدة وأصيلة وهذا أسلوب من أساليب الحياة الغنية الفعالة، هذا هو الابتكار كأسلوب حياة.

هناك فائدة أخرى للابتكار تقع على المبتكر في حد ذاته وهي تتضح إذا كانت الظروف التربوية التعليمية أو عوامل النشأة الإجتماعية لا تساعد على ظهور إبتكارية الأفراد ونموها في هذه الحالة يضطر الفرد للتخلي عن إبتكاراته ما يترتب عليه أن تنقصه الثقة في تفكيره أثناء نموه ويكون مفهوما غير محدد عن ذاته ويصبح معتمد على الآخرين.²

ونجد أيضا من أهميات الابتكار:

- التحسين من جودة المنتجات.
- تنمية المهارات التفكير الشخصية للفرد، وذلك من خلال التفاعل الجماعي، وممارسة العصف الذهني.
- المساهمة في تعزيز صورة المؤسسة في أذهان العملاء.
- المساعدة على إيجاد روح المنافسة في الشركات.
- مساهمة في تميز المؤسسة، من خلال تقليل الفترة بين إصدار المنتجات، فتصبح المؤسسة في المنافسة.

¹حسن خيرى، إدارة الإبداع والابتكارات، دار الرؤية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص73.

²مسلم عبد الحليم، الإبداع والابتكار الإداري في النظم والنسق، دار معتز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص152.

ثالثا: أسباب الابتكار

إن الأسباب والدوافع الكامنة وراء العملية الابتكارية تكاد تكون مشتركة في جميع الشركات سواء ذات الإنتاج السلعي أو الخدمي وهي¹:

1- المنافسة الحادة في السوق: إن البيئة التي تعمل فيها الشركات على اختلاف أشكالها هي بيئة ديناميكية ومتحركة، ولا يكاد يمر يوم دون أن تكون هناك تغيرات، وعليه أصبح لزاما على الشركات اللجوء إلى الابتكار وتحمل مخاطره من أجل المحافظة على الحصة السوقية.

2- الثورة العملية التكنولوجية: بشكل عام والتي أدت إلى التطبيق الفوري تقريبا لنتائج الأبحاث والإكتشافات التي تتعلق بالإنتاج والتصميم وتحسين الجودة، وهذا ما شجع على تطوير الأبحاث والإكثار من التعاقدات مع مراكز البحث والجامعات بل وإقامة المختبرات الخاصة بالشركات نفسها وتطويرها.

3- إمكانية الإنتاج بكميات كبيرة: وهذا يعني كميات كبيرة من الأرباح وإنخفاض أكبر بالتكاليف نتيجة لتقسيم التكاليف الثابتة على عدد أكبر من الوحدات ومن ثم لإمكانية البيع بأسعار منافسة.

4- أزمة الطاقة: إن هذا العامل كان له فضل كبير في تطوير الكثير من المنتجات وتقديم عدد هائل من المنتجات الكهربائية والميكانيكية التي تساعد على الإقتصاد في إستهلاك الطاقة.

5- التسهيلات والمساعدات الحكومية: التي تقدم لدعم عمليات الابتكار سواء كانت في شكل مساعدات فنية أو مالية، حيث لا يكاد يخلو بلد من بعض المنظمات التي ترعى الشركات المبدعة خصوصا الصغيرة منها.

6- تكنولوجيا المعلومات: إن التطور الهائل في هذا النوع من الوسائل قد أدى إلى كثير من الإضافات منها ما هو بشكل سلع وخدمات، كذلك التي تقدمها الأنترنت أو في شكل تصميم سهل وسريع لمئات بل آلاف المنتجات كما هو الحال في إنتاج بطاقات المناسبات والتهاني. وهناك أسباب وعوامل أخرى تدعونا إلى الابتكار ومنها ما يلي:

أ- من الوسائل الهامة للبرقي والتطور.

ب- زيادة المنافسة ما يساعد على فتح ابواب معرفة جديدة.

ت- يساهم مساهمة كبيرة في اكتساب الرزق.

ث- أنه يبين قدرة المجتمع، وإمكانياته أمام أفراد وأمام المجتمعات الأخرى.

ج- أنه أحد عوامل التنمية والنهضة الشاملة والسريعة للأمم.

المطلب الثاني: أنواع ومصادر ونماذج الابتكار

لمعرفة الابتكار أكثر سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم أنواع الابتكار ونماذج الابتكار التي تطرق لها الباحثون .

¹ بهاز الجيلالي، خامرة الطاهر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، في الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2008، ص 135.

أولاً: أنواع الابتكار

ميز شوميتز بين خمسة أنواع للإبتكار: منتج جديد، طريقة جديدة للإنتاج أو التسويق، غزو سوق جديدة، مصدر جديد للمواد الأولية، تنظيم جديد للإنتاج.¹

ولعل التصنيف الأكثر شيوعاً هو الذي يصنف الابتكار جديري، وابتكار تحسيني (تدريجي):

1. **الإبتكار الجديري (الراديكالي):** ويتمثل في التوصل إلى المنتج الجديد أو العملية الجديدة، التي تختلف كلياً عما سبقها، وتحقق المؤسسة من خلالها قفزة إستراتيجية كبيرة في السوق، فهو بمثابة تقدم كبير مفاجئ يختلف عما قبله.²

ومن خصائص هذا النوع من الإبتكار أنه يحدث على فترات متباعدة نسبياً، خلافاً للإبتكار الجزئي الذي يتصف بالإستمرارية، وفي وقتنا الراهن أصبحت من أهم متطلباته الوسائل والمجهودات الكبرى والمركزة، إضافة إلى المعلومات الكثيرة والمعقدة وأحياناً جد حديثة، وتكمن آثاره في³:

- ظهور إنقطاعات تكنولوجية يمكن أن يكون لها آثار مذهلة على السوق.
- الحصاص النسبية من السوق يمكن أن تضطرب.
- دخول منتجين جدد يمكن أن يحتلوا مكاناً في السوق.
- وضعية المؤسسة الرائدة في السوق يمكن أن تتزعزع.
- من الممكن أن تختفي بعض الشركات.

2. **الإبتكار الجزئي (التدريجي):** يقوم الإبتكار الجزئي على إدخال تحسينات صغيرة نسبياً في المنتجات

والعمليات والإجراءات، وإن بعض هذه التحسينات قد تكون جوهرية وإن تراكمها يحقق إبتكاراً جديراً.⁴ إن الخاصية الأساسية لهذا النوع إعتماده على مجهودات بسيطة غير مكلفة، كما أنه يمكن أن يبدأ من فكرة صغيرة تتحول بعد الدراسة إلى منبع للربحية والأرباح⁵ ويمكن حصر آثاره في:

- الإبتكار الجديري ليس الوحيد آثار على التنافسية.
- الإبتكارات التدريجية منفردة لها تأثير ضعيف لكن تراكمها له تأثير مهم.

¹ فريدريك م، شرر، نظرة جديدة إلى النمو الاقتصادي وتأثيره بالابتكار التكنولوجي، ترجمة: علي أبو عمشة، ط1، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية: 2002، ص45.

² بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، الطبعة 01، دار المسيرة، الأردن، 2008، ص47.

³ محمد الطيب دويس، الإبداع التكنولوجي ودوره في التنمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة ورقلة، الجزائر، 2005، ص67.

⁴ نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ط1، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، 2007، ص184.

⁵ سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص ص113-114.

ويمكن التفرقة بين النوعين السابقين من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (01): بعض الأمثلة عن أنواع الابتكار (الجذري والجزئي)

المنتج	الابتكار الجذري	الابتكار الجزئي
العملية	إصدار نماذج أولية لمنتجات على الحاسوب	تحديث الرقائق
التنظيم	إجتماع عن بعد	تنفيذ دوائر النوعية

المصدر: نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الطبعة الأولى، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، 2007، ص182.

كما تصنف الابتكارات إلى:

3. إبتكارات العملية: والتي تعبر عن تغيير في الطريقة التكنولوجية لإنتاج وتوزيع السلع والخدمات على مستهلكيها، ومثال على ذلك الصناعات الآلية، وهي الإبتكارات الموجهة للتكنولوجيا والنظام التشغيلي.
4. إبتكارات المنتج: وتتعلق منتجات جديدة لأول مرة أو تحسين المنتجات الحالية.
- أما trot فقد أضاف أنواع أخرى للإبتكار تتمثل في¹:
5. الإبتكار في الإدارة: ويتعلق بتطوير فلسفات إدارية حديثة مثل: إدارة الجودة الشاملة، هيكلية أنشطة وعمليات المنظمة، تقديم أنظمة تصنيع حديثة ومتطورة.
6. الإبتكار في الإنتاج: يتعلق بتطوير أنظمة وسائل الإنتاج الحديثة مثل: حلقات الجودة، نظام التصنيع في الوقت الملائم، أو نظام تخطيط العمليات الإنتاجية، مثل الإبداع في نظام تخطيط الإحتياجات من المواد أو تقديم أنظمة فحص ورقابة جودة الإنتاج.
7. الإبتكار التسويقي: وهو يتعلق بتطوير طرق جديدة في تسويق المنتجات، مثل التسويق عبر الأنترنت أو تقديم تسهيلات مالية بالدفع، وطرق جديدة في المبيعات مثل التسويق المباشر لتسويق المنتجات.
8. الإبتكار في المنظمة: هذا الأخير يتعلق بإستحداث وظائف جديدة على مستوى المنظمة، مثل خلق وحدة جديدة أو تطوير نظام إتصالات داخلي جديد، أو تطوير نظم وإجراءات مالية ومحاسبية جديدة.
9. الإبتكار التقني: يعد الإبتكار تقنيا إذا هدف إلى تغيير في الشكل المادي للسلعة أو الخدمة، أو في تغيير الأداء أو في عملية التصنيع، ومثال على ذلك الإبتكارات التي ظهرت في الآونة الأخيرة في المنتجات.

وعليه فإن للإبتكار أنواعا عديدة، وهذا ينسجم بشكل جوهري مع تعريف الإبتكار الذي يركز على عنصر الشمولية، فجوهر الإبتكار هو أن يأتي على شكل تطبيق المعرفة داخل المنظمة، إذ أن تطبيق المعرفة داخل المنظمة هو الأساس الذي ترتكز عليه كافة أنواع الابتكار.

¹ حسن إبراهيم بلوط، المبادئ الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2005، ص369.

ثانيا: مصادر الابتكار

يشير بيتر دراكر Peter Drucker إلى وجود عدد من مصادر الابتكار التي توفر للمؤسسة فرصة للإبداع والابتكار، ونوجزها كالآتي¹:

1. مصادر الابتكار في البيئة العامة

وحدد بيتر دراكر Peter Drucker التي تتصل بالبيئة العامة فيما يلي:

أ- التغيرات السكانية: إن التغيرات الحاصلة في حجم وتركيب السكان تشجع المؤسسة على التفكير الإبداعي، حيث التغير سوف يحصل في حاجات وعادات السكان الشرائية، مما يجعل ما كان سائد من منتجات غير ملائم مع ما يطلبه السكان الذين طرأت عليهم تغيرات لابد من الاستجابة لها.

ب- التغيرات في الإدراك: إن المواقف، المعتقدات وغيرها يمكن أن تكون مصدر يشد همة المؤسسة نحو الابتكار، إذ أن هذه التغيرات وغيرها من الأنماط الجديدة وعادات التسوق دفعت إلى الابتكار في طرق تقديم الخدمات والمنتجات الغذائية الجاهزة، لأن الفرد أخذ يفكر بالوقت أكثر من ذي قبل.

ت- المعرفة الجديدة: التقدم في المعرفة العلمية وغير العلمية خلق منتجات جديدة وأسواق جديدة، مثال ذلك التقدم الذي حصل في مجال الحاسوب ومجال الاتصالات، حيث تسعى المنشآت لإنتاج برامج جديدة أسبوعيا أحيانا، هذا الحل خلق الحاجة إلى تحقيق ميزة التقدم التكنولوجي في معدات الحاسوب.

2. مصادر الابتكار في البيئة الخاصة

يقترح بيتر دراكر Peter Drucker عدد من المصادر ومنها:

أ- مصادر الابتكار غير المتوقعة: قد تجد المؤسسة نفسها أمام حالة غير متوقعة تدفعها إلى المبادرة في ابتكار طريقة جديدة لتسويق منتجها، ولكنها غير متأكدة من نجاح أو فشل ما أقدمت عليه من تغيير، مما يجعل فرص النجاح أو الفشل متساوية لديها.

ب- عدم الكفاية: وهذا المصدر يشير إلى التناقض إلى ما بين الحقيقة أو الواقع وما يجب أن يكون، أي ما بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، وما بين هذه وتلك يمكن خلق فرصة للابتكار.

ت- الابتكار على أساس الحاجة للعملية ذاتها: هذا المصدر يركز على أن العملية المراد القيام بها تتطلب القيام بشيء ما مفقود، وإن الناس يقومون بالدوران حول هذه الحلقة المفقودة دون أن يقوموا بأي شيء إزاءها، فإن الفرصة قد تبدو لشخص ما أو شركة قد ترغب بعرض لهذه الحلقة المفقودة، حيث تكتشف بعض الشركات هذه الفرصة وإيجادا الحلقة المفقودة وعرضها على الآخرين.

ث- التغيرات في الصناعة وهيكل السوق: المؤسسة تكون مستعدة لإبتكار السلعة، الخدمة أو المدخل للأعمال عندما تفرز الصناعة أو السوق مخرجات تجعل فرصة الابتكار متاحة، كما حصل لدى شركة "جونسون" عندما بادرت إلى تقديم مستحضر يعالج مشكلة الشعر المجعد لدى السود في أمريكا.

¹ طارق نبيل محمد الدقوسي، إدارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص ص35-

يمكن تصنيف مصادر الحصول على الأفكار الجديدة إلى¹:

أ- المصادر الداخلية: وتتمثل في الإدارة العليا، فريق تطوير المنتجات الجديدة، مديري الوحدات الإدارية في الشركات، العاملين في مختلف المستويات الإدارية، دائرة البحث والتطوير وتقارير التسويق، المالية، الإنتاج والموارد البشرية.

ب- المصادر الخارجية: وتتضمن: المستهلكين أو المستخدمين للسلع أو الخدمات، رجال البيع، تجار التجزئة والموزعين، الموردين، العلماء والأكاديميون، المنافسين، معاهد البحث العلمي والشركات المتخصصة بإيجاد الأفكار الجديدة ووسائل الإعلام المختلفة.

ثالثا: نماذج الابتكار

قسم كل من الباحثين مارينوفا وفيليمور الابتكار إلى عدت نماذج تتمثل في²:

1- نموذج الصندوق الأسود:

إن الاقتصاديين تعاملوا مع الظاهرة التكنولوجية كأحداث تحصل داخل صندوق أسود. ورغم أنهم أكدوا على أهميتها فإن الاقتصاديين الذين إهتموا بالتغيير التكنولوجي بوصف قوته الذاتية الدافعة للنمو دون الإهتمام بتفسير ما يحدث داخل صندوق عملية الابتكار وما ينتج من تطورات داخلية. إن هذا النموذج إهتم بمدخلات ومخرجات عملية الابتكار دون الإهتمام بعملية الابتكار نفسها وإعتبرها بمثابة صندوق أسود لا ندري كيف تعمل.

إن النقود تستثمر في البحث والتطوير كمدخلات للصندوق الأسود ويولد عنها وفق أسلوب تجريبي منتجات وعمليات تكنولوجية جديدة (مخرجات). ولم يكن الإقتصاديون يحتاجون لتحليل الآليات والكيفية الفعلية لتحول المدخلات إلى مخرجات في العملية الابتكارية.

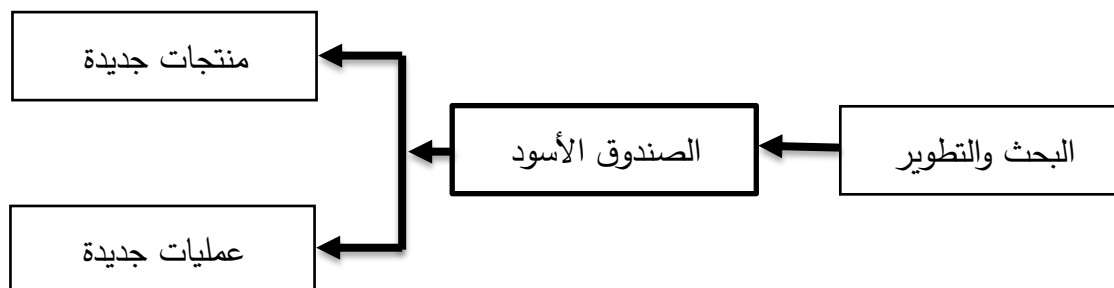
2- النماذج الخطية:

هناك نوعين من النماذج الخطية، الأول يدعى بنموذج "دفع التكنولوجيا" حيث أن العلم والبحث الأساسي يقدم الإكتشافات الجديدة التي تقود إلى تطويرات تكنولوجية تنتج تدفقات من المنتجات والعمليات الجديدة إلى الأسواق.

¹أحلام سوداني، دروس في إدارة الإبداع والابتكار لطلبة السنة الثانية ماستر إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2018، ص51.

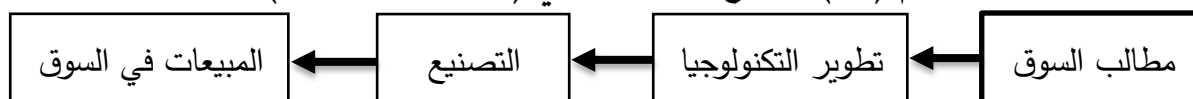
²نجم عبود نجم، القيادة وإدارة الابتكار، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص158-167.

الشكل رقم (02): نموذج الابتكار الخطي (مدخل دفع التكنولوجيا).



المصدر: نجم عبود نجم، "القيادة وإدارة الابتكار"، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ص159. أما النموذج الثاني هو نموذج سحب السوق أو سحب الحاجة الخطي، والذي يقوم على أن السوق هو الذي يسحب عملية التطور من خلال إعطاء الأهمية الأساسية لحاجاته ولمطالب الزبائن فيه.

الشكل رقم (03): نموذج الابتكار الخطي (مدخل سحب السوق).

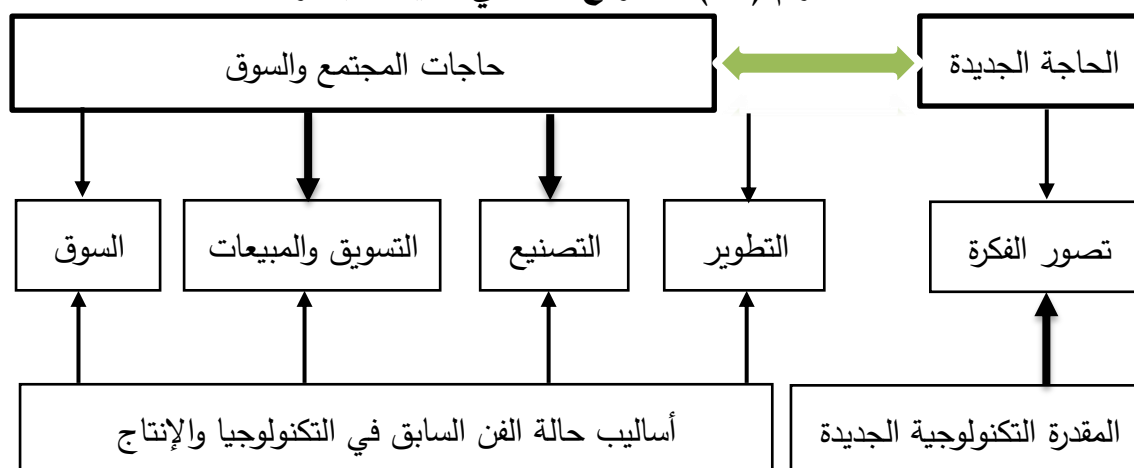


المصدر: نجم عبود نجم، "القيادة وإدارة الابتكار"، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ص160.

3- النماذج التفاعلية

إن هذا النموذج لا يشير إلى التفاعل في مرحلة معينة أو في المرحلة النهائية لتطوير المنتج وإنما يشير إليه في كل المراحل، وإن التغذية المرتدة والحلقات التي تنشأ عن هذه التفاعلات تعمل على زيادة فرص الابتكار والنتائج المحتملة الناتجة عنه، مما يعني أن القوة الأساسية في هذا النموذج تكمن في التفاعلات الضرورية بين أطراف متعددة يمكن أن يساهموا في نجاح الابتكار:

الشكل رقم (04): النموذج التفاعلي لعملية الابتكار



المصدر: نجم عبود نجم، "القيادة وإدارة الابتكار"، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص16.

4- نماذج النظم

هذه النماذج تقوم على أساس التعامل مع الابتكار كنظام بما يحقق التداوب من خلال تكامل وتفاعل جميع الوحدات التنظيمية داخل الشركة، ومن مميزاتها: الابتكار والتعلم يكونان محور ومركز النموذج، وهناك إختلافات بين النماذج لهذا ليس هناك أمثلة وحل أمثل وحيد، فهي تشمل تكنولوجيات المنتج والابتكارات التنظيمية، التأكيد على الدور المركزي للوحدات التنظيمية، قبول كل أنواع الغموض وإختلاف المفاهيم وأخيرا إنها تقدم إطارا مفاهيميا واسعا بدلا من النظريات الرسمية.

5- النماذج التطورية

إن قوة هذه النماذج تتمثل في تخطي النظرية الإقتصادية التي تركز على توازن السوق والمعلومات الكاملة، فهذا المدخل الجديد يفسر الابتكار على أنه يستلزم التغيير وأن القرارات لا تصنع على أساس السعر، وإنما هي تستلزم سياقاً تاريخياً وعلاقات بين عوامل عديدة عادة ما تفرض عدم التأكد والمعلومات غير الكاملة التي تترافق مع عملية تتعامل مع المجهول.

6- الأوساط الابتكارية

إن هذا النموذج يرى أن الابتكار بأبعاده الإقتصادية والفنية هو توليفة خلاقة لعوامل المعرفة والقدرات الخاصة والتنظيم الإقليمي. ومكوناته هي: النظام الإنتاجي للابتكار، العلاقات المكانية الفعالة، الأطراف الفعالة الإقتصادية، الإجتماعية والإقليمية، الثقافة الخاصة الداعمة للابتكار وعملية التعلم المحلي الجماعي الديناميكية، وإن القوة الأساسية للنموذج تتمثل في قدرته على تفسير نجاح الشركات المتوسطة والصغيرة التي رغم إفتقارها للموارد، إلا أنها حافظت على قدرة عالية على الابتكار والعمل على حافة التطور التكنولوجي.

7- نموذج الابتكار الرقمي

إن الشبكات الإلكترونية أنشأت بيئة كثيفة المعرفة والخبرات لا غنى عنها من قبل الشركات وفرق العمل والأفراد المعرفة، وهذه البيئة محفزة لنمط جديد من الابتكار هو "الابتكار الرقمي"، والواقع أن الابتكار الرقمي يقوم على فكرة التوالد المعرفي الذاتي، حيث أن تبادل الخبرات، المهارة والمعرفة يزيد من معرفة الجميع دون أن ينقص من معرفة أي من المشاركين.

المطلب الثالث: المعوقات والعوامل المؤثرة في الابتكار

تواجه الشركات في العصر الحالي العديد من التغيرات في بيئتها الداخلية من تكنولوجيا، وأساليب عمل، وقنوات اتصال جديدة وغيرها، لضمان تحسين الجودة والعملية الإنتاجية، تلك التغيرات التي فرضتها البيئة الخارجية نتيجة العولمة وانفتاحها على السوق العالمية، ما جعل الشركات تسعى جاهدة لمواكبة الجديد من خلال طرح الأكثر جدة، إلا أن ذلك لا يتم في كثير من الأحيان وهذا سنتطرق اليه في هذا المطلب من خلال معرفة مختلف معوقات الابتكار والعوامل المؤثرة فيه في المؤسسة.

أولاً: معوقات الابتكار

رغم أن العباقرة ليسوا هم القادرين على طرح أفكار إبداعية إلا أن الرهبة من الابتكار لاتزال تسيطر على عقول الكثيرين ومن بين هذه العوائق¹:

• **الصرامة:** غالباً الكثير من الناس ينحازون لمعايير محددة سلفاً لدرجة أنهم لا يمكنهم الأداء أو التفكير خارج الصندوق.

• **ضعف الحيلة:** بعض الناس يتقاعسون عن تجريب قدراتهم الابتكارية. وبما يتميزون بضعف البصيرة، لايمكنهم النظر وراء الأفق القريب.

• **الإدعان:** بعض الناس يفضلون الالتزام بالأداء والسلوكيات المسيرة للمعايير الاجتماعية والتقاليد والقواعد كما أنهم لا يفكرون خارجها وهذا الخوف يكبح التفكير خارج المعية وبالتالي يقضي على الابتكار.

• **الجزع:** (الاعتداد بالنفس والخوف من الرفض) بعض الناس لديهم حساسية إتجاه الذات وليس لديهم الرغبة في كشف ذاتهم بالمشاركة في عملية الابتكار.

• **النفور من الغموض:** إذا لم تكن صياغة المشكلة واضحة جداً فسوف يحجم الفرد عن مجرد المحاولة.

• **الخوف من الفشل:** وهذا ما يجعل الفرد متخاذلاً في مواجهة المخاطر والإبداع بسبب خوفه من الفشل إذ ربما يسيء ذلك لسمعته أو يعرضه للعقاب.

وهناك معوقات أخرى نذكر منها:²

• **التمويل غير الملائم:** فعدم توفير التمويل المناسب تدعم من فاعلية الابتكار.

• **تجنب المخاطرة:** فالشركات التي تجتهد في تحديد المخاطر إنما هي تقتل الابتكار لا تنميه فهو يحل المخاطر المرتبطة في كل مرحلة.

• **الصوامع الوظيفية:** إن الشركات تنشأ لتحمي الحدود وتحدد المسؤوليات وتضع قواعد ونتيجة لذلك تحرم الأفراد من ميزة العمل المشترك، فالمبتكر بطبيعته يميل لتخطي الحدود وإنشاء وضعيات جديدة هؤلاء المبتكرين الذين يستفيدون من الشركة ككل قد يواجهون صعوبة فالتخصص مما قد يقتل الابتكار.

• **الالتزام بالوقت:** الوقت نادر وهو أكثر قيمة وعمل الإدارة يتمثل في تقييم تلك الدقائق من وقت العمل وكيف يمكن أن تكون ذات مردود مناسب وهذا ما لا يمكن عمله مع الابتكار إذ من الصعب إثبات الابتكار مردود مناسب في أغلب مراحله قبل أن يصل للمنتج.

• **المقاييس غير السليمة:** تعتمد الكثير من الشركات لإستخدام مقاييس العوائد والأرباح لأنها الأسهل في التقييم من تلك اللاملموسة من سمعة ومعرفة والقيادة وغيرها من الأصول التي تساهم في صنع القيمة الحقيقية للشركة وبالتالي فإن الفرد قد يكبح قدرته الابتكارية.

¹ جوبتا، الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص ص127-128.

² حسن خيرى، مرجع سبق ذكره، ص80.

ثانيا: العوامل المؤثرة في الابتكار.

بما أن الابتكار ظاهرة معقدة فهذا يعني أن ثمة عوامل عديدة تتداخل في تكوينه وتطوره، ومن بينها:

1. مجموعة الخصائص الشخصية: تتمثل الخصائص التي تظهر على الفرد المبتكر في¹:

أ- الميل إلى التعقيد: فالمبتكرين يميلون إلى التعقيد، وذلك من خلال تفكيرهم بأشياء غير مألوفة لحل المشاكل الصعبة والمعقدة بخلاف الأفراد العاديين، فهم لا يميلون إلى الحالة القائمة التي يجدونها تمثل البيئة المألوفة والسهلة التي يستطيع كل فرد القيام بها.

ب- حالة الشك: إن المبتكر يميل إلى الشك وهو ما يقوده إلى طرح أسئلة غير مألوفة عن كل شيء، ولذا فإن هذه الحالة تجعل المبتكر دائما يطرح التساؤلات إلى أن يصل للنتيجة التي لا بد منها والمتمثلة في إيجاد حل لمشكلة معينة أو تفسيرات جديدة للظواهر القديمة أو التواصل إلى الجديد الذي لازال لم يظهر إلى في تساؤلاته: لماذا لا يكون هذا؟ ولماذا لا يكون ذلك مثلاً؟

ت- الحدس: قد يعمل المبتكر بمنهجية علمية في تحديد المشكلة وجمع المعلومات، إلى أن التعمق في تصور وتجاوز الارتباطات الظاهرة إلى الارتباطات غير الظاهرة يتطلب الحدس، والحدس هو الإستنباط الذاتي والنظر إلى الأشياء بعيدا أو خارج علاقاتها الموضوعية الصلبة.

ث- الإنجاز الذاتي: يتسم المبتكر بأنه محفز بالإنجاز الذاتي، فالمحرك الذاتي لديه هو الدافعية الذاتية وحب ما يقوم به، حيث يلعبان دور المحفز له فهو يشعر بأن ما يقوم به جزء من حياته، والتحفيز الذاتي يقترن بتحقيق الذات، وتحقيق الذات أعلى وأرقى أنواع الحاجات الإنسانية.

ج- النفور من المحددات والقيود: إن الفرد المبتكر ينفر من المحددات والقيود التي تواجهه، حيث يجد في القدرة الذهنية المركزة عمقا ومتسع ما لا يمكن أن يحدها شيء، لذلك فإن الكثير من المبتكرين لا يعترفون بالحدود الإختصاصية والمهنية التي تقيد مجالهم المعرفي

2. مجموعة العوامل التنظيمية: بما أن المؤسسة هي إطارا تنظيميا يؤثر على الابتكار، لذا لا بد من مراعاة العوامل التنظيمية. ونحدها فيما يأتي²:

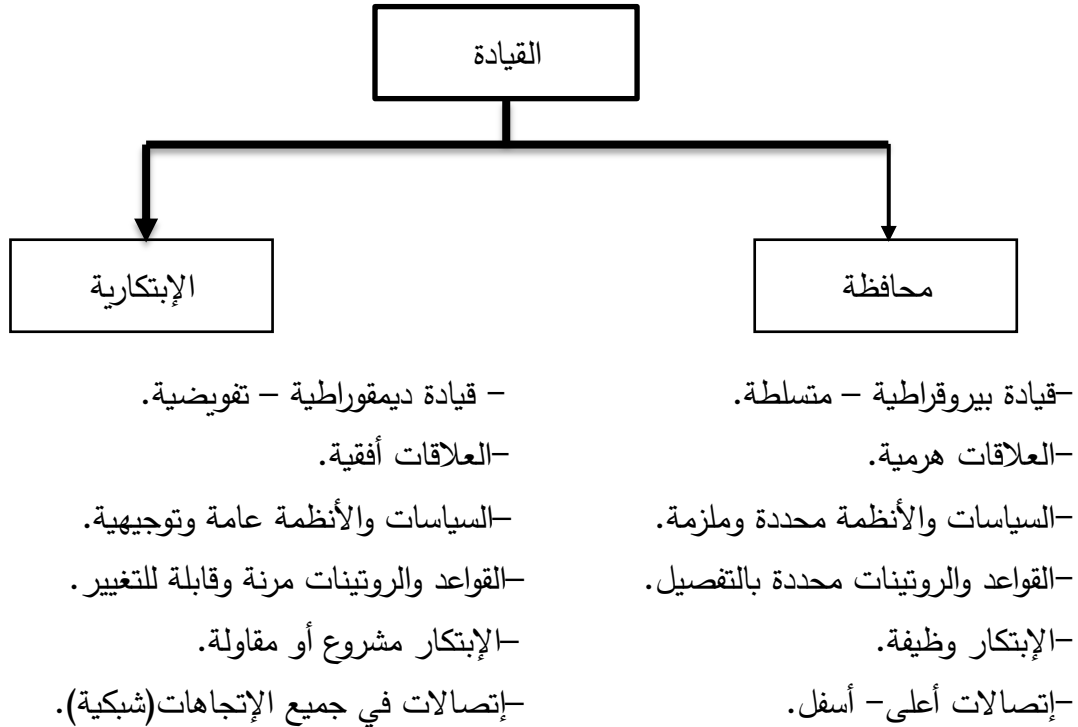
أ- إستراتيجية الشركة: إن الإستراتيجية يمكن أن تكون قائمة على الابتكار (الاستراتيجية الإستباقية)، ويمكن أن تكون موجهة نحو الحالة القائمة أي التكنولوجيا والمنتجات والخدمات الحالية، والأولى تستقطب المبتكرين وتبحث عنهم وتوجد مجالات وفرص كثيرة من أجل أن يقوموا بما عليهم في تكوين وتطوير قاعدة الشركة من الابتكارات، أما الثانية فإنها توجه النشاط الابتكاري من أجل إستمرارية النظام الحالي والميزة الحالية ومزاياها.

¹ عبد الوهاب بوبعة، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة إتصالات الجزائر للهاتف النقال-موبيليس"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري-قسنطينة، الجزائر، 2012، ص ص 41-43.

² نجم عبود نجم، "القيادة وإدارة الابتكار"، مرجع سبق ذكره، ص ص 259-263.

ب- القيادة وأسلوب الإدارة: إن القيادة تلعب دورا فعالا في تحفز أو إعاقة الابتكار، فالقيادات الابتكارية في الشركة تشجع أجواء الابتكار وتوجد الحوافز من أجل تغيير في الهياكل والسياسات (إبتكار تنظيمي)، المنتجات (إبتكار فني) وأساليب العمل في السوق (إبتكار تسويقي).... إلخ، والشكل الآتي يوضح الفرق بين القيادة المحافظة والقيادة الابتكارية:

الشكل رقم (05) : القيادة وأسلوب الإدارة



المصدر: نجم عبود نجم، "القيادة وإدارة الابتكار"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص 261.

ج- الفريق: لقد أصبحت الشركات تشجع إستخدام الفرق المدارة ذاتيا، وذلك لمعالجة خطرين، الأول: خطر التخصص الذي يمكن أن يفقد الشركة تكامل الجهود ما بين أقسامها ووظائفها، والثاني: تحرير هذه الفرق من القواعد والإجراءات المتبعة من أجل استمرار الإشاعة، فإشاعة الفرق في الشركة يمكن أن يمثل المناخ الأكثر ملائمة وتحفيزا من أجل تعزيز ودعم الابتكار وزيادة رافعة العمل الفكري والمهني للباحثين.

د- ثقافة الشركة: ثقافة الشركة هي القيم، المفاهيم والطقوس التي تكونت عبر الفترة الماضية التي تعطي للشركة تميزا معيناً في عمل الأشياء، وإن الشركات القائمة على الابتكار التي يفترض أنها ذات قدرة عالية في إبتكار العملية والمنتج، فإنها تتسم أيضا بقدرة عالية في الابتكار الثقافي الذي يدخل تغييرات مهمة على الهياكل، السياسات، المفاهيم، التقليد والطقوس الحالية لصالح التغير الثقافي، على عكس الشركات ذات النمط البيروقراطي.

هـ- **العامل المؤثر:** إن الابتكار في الشركة يتأثر عميقا بالعامل المؤثر الذي يمكن أن يحفز على الابتكار أو يعيقه، حيث أنه يؤثر تأثيرا عميقا في هذا الجانب من الشركة (كما في حجم العمالة عند إحلال الآلة محل العاملين)، لهذا لا بد من مراعاة العامل المؤثر في كل ابتكار لضمان الظروف التنظيمية الملائمة للابتكار.

و- **الاتصالات:** تعمل الاتصالات على سهولة تكوين الفرق وتقاسم المعلومات بين أعضائها وبين كل إدارات وأقسام الشركة، وهذا ما يمكن أن تقوم به الاتصالات الشبكية التي تحول الشركة إلى التفاعلات الآنية الفورية كأداة لتعجيل تبادل المعلومات والمعرفة، ومن ثم تعجيل تخصيص الموارد و اتخاذ القرارات، على عكسها في الشركات التي تكون الاتصالات جزء من الهيكل المحدد بخطوط الصلاحيات والمسؤوليات، فهي تحد من قدرة الشركة على الابتكار الذي يكون إلى في حدود تدعيم الحالة القائمة.

3. **مجموعة عوامل البيئة العامة في المجتمع:** يمكن أن نشير إليها فيما يلي¹:

أ- **الخصائص والنزعات العامة السائدة في المجتمع:** ويمكن عرضها كالآتي:

✓ **العوامل الاجتماعية والثقافية:** إن تفاعل الفرد والمجتمع من العوامل والمتغيرات التي تحدد شخصية المبتكر وسلوكه، ويبدأ هذا التفاعل على مستوى الأسرة التي تشكل البيئة الاجتماعية الأولى للفرد المبتكر، ثم يأتي بعد ذلك دور الشركات التعليمية والثقافية في تحفيز الفرد على الإهتمام بالإبداع والابتكار من خلال وسائل التربية والتوجيه الثقافي والحوافز.

✓ **العوامل السياسية:** تعد العوامل السياسية عنصرا حاسما في عملية الابتكار، وذلك أن الدعم المستمر من القيادات السياسية وإقناعها بأهمية الابتكار والإبداع في المجتمع يؤدي إلى تقجير الطاقات الابتكارية من مستوى الفرد إلى مستوى المؤسسة والمجتمع، ويكون ذلك من خلال تشجيع الشركات والبرامج البحثية في مختلف المجالات، تخصيص الحوافز المادية والمعنوية ووضع المناهج التربوية والتعليمية التي تساعد على نمو القدرات الابتكارية والإبداعية.

ب- **القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير في المجتمع:** ومن بين العوامل المؤثرة في هذه القاعدة:

✓ **مراكز البحث والتطوير والجامعات:** تلعب دورا مهما في إيجاد تقاليد رصينة للبحث الأساسي، وما يسهم به في إثراء التراث المعرفي الإنساني والبحث التطبيقي، وما يسهم به تطوير رصيد المجتمع من الابتكارات العملية (التكنولوجيا) والمنتجات، كما أنها تساهم في خلق وتعزيز المكانة للباحثين المتميزين والمبتكرين.

✓ **نظام البراءة:** تعرف براءة الاختراع بأنها: "شهادة أو وثيقة تمنحها هيئات رسمية معينة تتضمن الاعتراف بالاختراع، ما يخول لصاحبها شخصا كان أو مؤسسة حق الملكية"، وإن هذا النظام يكون ضروريا لمنع التقليد للابتكار بدون مقابل أو تعويض عادل للمبتكرين، غير أنه من جهة أخرى قد يدفع هذا النظام وما

¹ محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة دراسة حالة: ملبنة الحضنة بالمسيلة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية

العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة-المسيلة، الجزائر، 2007، ص 46-48.

يوفره من حماية قانونية إعتقاد الأفراد والشركات على هذه الحماية كضمانة لإستمرار التفوق في السوق دون مواصلة الإبتكارات كضمانة للتفوق.

✓ قنوات التقاسم والتشارك في المعلومات والمعارف والبحوث: إن مجتمع المعلومات اليوم هو المجتمع المنتظم من أجل نشر وتوزيع وتقاسم المعلومات بكفاءة، وقنوات التقاسم والتشارك هي التسهيلات والمكتبات الحديثة التي تقوم بجمع، معالجة وتوزيع المعلومات وخدماتها المختلفة المرتبطة بالنشر العلمي بكل أنواعه الكتب الدوريات والرسوم والبيانات وكذلك في ضل الثورة الرقيمة المكتبات الإلكترونية وكتاب الويب....إلخ.

ت- أجواء الحرية والتحرر من القيود الصارمة على الأفكار والمفاهيم العلمية والفنية الجديدة: حيث أن مثل هذه الأجواء هي التي توفر الضمانة في إيجاد مجتمع التفتح العلمي بكل ما يعنيه هذا التنوع من إثراء النشاط العلمي والبحثي بالمشروعات الجديدة، وحس النقاؤل الذي يمنح المبتكرين الإحساس بالقوة من أجل القيام بالكثير في خدمة التطور الإنساني عموما ومجتمعهم بشكل خاص من خلال رفده بالأفكار والمفاهيم والتكنولوجيا والمنتجات الجديدة.

المبحث الثالث: الفرق والعلاقة بين الإبداع والابتكار في المنظمة

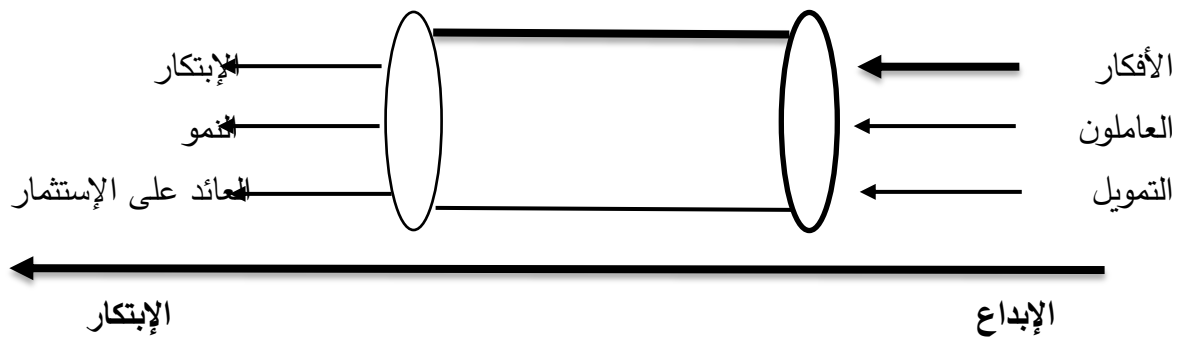
الإبداع والابتكار وجهان لعملة واحدة، ولكن في حقيقة الأمر أنهما يختلفان بشكل كبير عن بعضهما البعض، وإن لكل منهما أهمية أساسية في السير نحو طريق النجاح والتميز، والاعتماد عليهما سيوفر طريقاً ممهداً للغاية أو للهدف المأمول، وسنتعرف على هذا الفرق والعلاقة التي تربط بينهما في هذا المبحث.

المطلب الأول: العلاقة بين الإبداع والابتكار

قد تم استخدام الإبداع في الكثير من الأبحاث بشكل مرادف للإبتكار وأعتبر البعض أن التمييز بين المصطلحين يرتبط بالتعبير عنهما أكثر من الاختلاف الجوهرى بينهما، ولكن البعض الآخر من الباحثين والدارسين ميز بين الإبداع والإبتكار من زوايا معينة واعتبروها فروقا على الرغم من علاقتهما التكاملية، ونبرز فيما يلي بعض الاختلافات بينهما كما جاء بها رواد الفكر الذين كتبوا في هذا المجال:

أشار (Cook) إلى أن العلاقة بين الإبداع والإبتكار هي علاقة تكاملية كما هي مبيّنة في الشكل، حيث أن هناك مدخلات للمنظمة المبدعة تشتمل على (الأفكار والعاملين، والتمويل) تؤدي إلى الإبتكار بأفكار غير مألوفة، ومخرجات تشتمل على (الإبداع والنمو، والعائد على الإستثمار) تؤدي إلى الإبتكار من خلال التحسينات المستمرة في الإنتاج وتحقيق المكاسب المادية.¹

شكل رقم (06) : مدخلات ومخرجات المنظمة الإبداعية



التطبيق الناجح للأفكار الإبداعية

الإبتكار بأفكار جديدة

المصدر: بلال خلف السكارنه، الإبداع الإداري، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص36.
ومن وجهة نظر (amabile) فإن العلاقة ما بين الإبداع والإبتكار هي علاقة مكملية لبعضها بعضا ولكن الإبداع شيء والإبتكار شيء آخر، حيث أن الإبداع هو عملية عقلية خلاقة تأتي بأفكار مفيدة، جديدة وغير مألوفة من قبل الفرد أو المجموعة الذين يعملون سويا، بينما الإبتكار هو ناشئ ومبني على الأفكار المبدعة التي تعتبر الركيزة والأساس في العملية الإبتكارية، ثم عرجت (amabile) على الإبتكار الإداري وعرفته على أنه عبارة عن عملية التطبيق الناجح للأفكار المبدعة.

¹ بلال خلف السكارنه، الإبداع الإداري، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص36.

ومن خلال ما تقدم يتضح مدى التداخل والعلاقة ما بين الإبداع والابتكار وكثير من الدراسات والأبحاث لم تميز بين هذين المصطلحين وتم إستخدامهما كمصطلحين مترادفين أما أولئك الذين ينظرون إلى المصطلحين بأوجه مختلفة على إعتبار أن الإبداع مرحلة تسبق مرحلة الابتكار، ويتبرون أن الإبداع هو عملية توليد وإيجاد الأفكار الجديدة وغير المألوفة، أما الابتكار فهو العملية التي يكون فيها التركيز موجهاً نحو التطبيق العلمي لما يأتي به الإبداع من أفكار وآراء وطرق وأساليب بمعنى أن عملية الابتكار هي عملية تكميلية للإبداع.

المطلب الثاني: الفرق بين الإبداع والابتكار

أشار garrie lagrand إلى أن الإبداع بصفة عامة يسبق الابتكار، حيث أوضحوا أن الإبداع والابتكار، الإبداع يتعلق بإكتشاف فكرة جيدة مميزة، أما الابتكار فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو خدمة تقدمها المنظمة لزبائنها، أما من وجهة نظر دافت، فإن الإبداع هو موهبة فطرية يولدها الإنسان مع مجموعة من المهارات المكتسبة واستخدامها من خلال حل المشكلات.¹

كما أكد David أن "الابتكار ما هو إلى نتيجة للإبداع ويستخدم كوسيلة لإخراج منتج إلى السوق"، أما التعريف الأوضح هو للابتكار هو أن الابتكار هو تطبيق العلمي للأفكار المبدعة.²

الجدول رقم(02) : الفروقات بين الإبداع والابتكار

المجال	الابتكار	الإبداع
المحاولة	جماعية.	فردية.
العملية	مستمرة و طويلة.	متقطعة و لحظية.
الأثر	قابلة للقياس ومؤكد.	غير قابل للقياس و محتمل.
التكوين	إستعمال الأدوات الإستراتيجية.	إستعمال وتعلم طرق التفكير.
نوع الاجتماعات	تسيير المشاريع.	عصف الأفكار.
نوع التفكير	تقارب الأفكار والإجماع حولها.	تظاهر الأفكار.
نوع المشرف أو المسؤول	التوجه نحو التطبيق.	التوجه نحو التفكير.
أهمية في المؤسسة	الكفاءة.	مصدر.

المصدر: مسعود بن نويزة ، "الإبداع التكنولوجي لتطوير القدرة التنافسية للمؤسسة"، مذكرة ماجيستر كلية علوم إقتصادية وعلوم التسيير، الأغواط، الجزائر، 2005، ص56.

¹ محمد هلسة، مبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وأهميتها لمنظومة الأعمال المعاصرة، مجلة علوم إنسانية، العدد السادس، جامعة الاستقلال، فلسطين ، 2016، ص286.

² راوي نور الدين، الإبداع والابتكار في المنظمات الحديثة -دار تجارب عالمية-، مجلة الابتكار والتسويق، العدد الأول، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2014، ص136.

ويمكن القول أن الإبداع تصرف فردي أو شخصي مصدره عقل الفرد نفسه، بينما هو عملية جماعية يتدخل فيها عدد من المتعاملين وبذلك يفترض الإبداع أن الفكرة جديدة كلياً بالنسبة لمقترحها بينما درجة الجدة ترتبط بمجال معين في الابتكار عل اعتبار أن الأولى هي عملية إدراكية وعقلية والثانية عملية تفاعلية ومن هذا المنطلق يمكن القول أن الإبداع يسبق الابتكار.

المطلب الثالث: الإبداع والابتكار في المنظمات

وتظهر أهمية الإبداع الإداري في أنه يساعد المنظمة على العمل بصورة أفضل من خلال تحسين التنسيق والرقابة الداخلية والهيكل التنظيمي، كما يؤدي إلى تسهيل العمليات الإبداعية التي تمكن المنظمة من الإستمرار ومواصلة عملها وإيجاد الحلول الإبداعية للمشكلات التي تواجهها بكفاءة وفاعلية، وإلى إحداث تغييرات إيجابية، في بناء المنظمة وفي عملياتها الإدارية، ويساعدها على التكيف والتفاعل مع التغيرات البيئية المحيطة بها، وتحسين إنتاجاتها، والإرتقاء بمستوى أدائها وأداء العاملين فيها، وإيجاد إكتشافات ومقترحات وأفكار لوضع أنظمة ولوائح وإجراءات وأساليب عمل جديدة مبدعة وخلاقة، الأمر الذي نجم عنه بروز برامج وخدمات خارج نشاطات المنظمة الرئيسية، وتحسين جودة المنتجات والخدمات التي تقدمها للجمهور المستفيد من الخدمة وزيادة مدخلاتها المالية.¹

وأظهرت العديد من الأبحاث أن المنظمات التي تطبق الإبداعات من أجل تحسين عملياتها وتمييز منتجاتها أو خدماتها وتتفوق على منافسيها في معايير من حيث الحصة السوقية والربحية، معدل نمو المبيعات كما سلطت الضوء على الإبداع بإعتباره عاملاً ضرورياً بخلق ميزة تنافسية وتحقيق بقائها على الرغم من الإبداع في نفس الوقت نشاط في غاية الخطورة والذي يتطلب بإستمرار الموارد المالية والبشرية الهائلة، لذلك فإن مهمة المديرين تكون ضمان إستمرارية الإبداع، وإذا كانت القدرة على الإبداع والخيارات الإستراتيجية، عمليات ونماذج الإبداع ليست فقط عوامل تساهم لحد كبير في الحد من مخاطر الإستثمار في الإبداع لكنها أيضاً تؤدي لتحقيق نمو المنظمة.²

وكما جاء أيضاً أن الابتكار والإبداع يعدان قوة مواجهة تحديات البيئة تقضي إلى تهيئة فرص الترقى والإزدهار والريادة. تمتاز بهما المنظمات الواعدة تقود البيئة وتواجهها لمصلحتها من خلال تأثيرها في البيئة، فإستمرار الابتكار والإبداع يحقق للمنظمة ميزات تنافسية من خلال الإستجابة لمتطلبات التغيير، إذا فهي تخلق الفرص والسوق إلى أن تبحث عنهما، وهذا مطلب جوهري يخرج بالمنظمة من مأزق المنافسة إلى ساحة رحبة حرة الحركة والانتقال وتصبح المنظمة سيدة فلا منافس حتى تخشاه، ومن هنا يبدو واضحاً

¹ عاطف عوض، أثر تطبيق عناصر الإبداع الإداري والتطوير التنظيمي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، 2013، المجلد 29، العدد 03، جامعة دمشق، سوريا، ص 209.

² فاطمة لبوخ، محمد بوبهي، أثر الإبداع الإداري في تحقيق تميز المنظمة-دراسة حالة منظمة اتصالات الجزائر، مجلة المستقبل الاقتصادي، العدد 06، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2018، ص 232.

أن الابتكار والإبداع هو أكثر عناصر قوة المنظمة للقدرة على خلاف الميزة التنافسية تحقق لها الأهمية والزيادة في السوق.

اليوم أصبحت المنظمة التي لا تمتلك القدرة على الإبداع والابتكار في مجال عملها ستواجه بالتأكيد تحديات كبيرة وصعبة وذلك لأن منافسيها يقومون بالابتكار من أولويات إهتمام المنظمة في جميع المجالات بالاستثناء للبقاء.

ملخص الفصل الأول:

أصبح الابتكار قرارا استراتيجيا لا مفر منه، إذ أن الاستثمار في عملية الابتكار وإدخال متغير جديد إلى المؤسسة الاقتصادية ينتج عنه إستحداث أساليب وطرق جديدة تستخدمها الشركات الإبداعية في تعاملاتها مع المنافسين، الزبائن والموردين وغيرهم، وكذلك قد يتم تغيير هيكلها التنظيمي بأكمله سواء بإضافة وظائف وأقسام ووحدات جديدة أو إلغائها، فهو بطبيعة الحال يتعلق بمختلف المستويات الإدارية وجميع المجالات المرتبطة بإدارة المؤسسة (المالية، الخدمات، المنتجات، العمليات، البيئة،... إلخ).

تعد الدولة أحد أهم العناصر الفعالة في النظام الوطني للإبداع والابتكار، إذ يتمثل دورها في رسم السياسات الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية التي تدعم الإبداع والابتكار على الصعيد الوطني سواء على مستوى الشركات الخاصة أو العامة، وذلك من خلال تشجيع العلاقات أو الشراكة بين مراكز البحث العلمي والتطوير والشركات الاقتصادية، فهناك عدة عوامل تشجع الدول المتقدمة أن تكون متفوقة على غيرها من الدول منها: القدرة على توليد المعرفة وتنميتها، وخلق تكنولوجيات حديثة، وبمعنى آخر القدرة على التحكم في كل من الإبداع والابتكار، على عكس الدول النامية (منها دول الوطن العربي) فبالرغم من إمتلاكها للموارد المادية، البشرية، المالية والتكنولوجية، إلى أنها غير قادرة على توليد المعرفة، وخاصة في ضل البيئة غير المشجعة للأدمغة أو أصحاب العقول والمعارف مثلا: غياب النصوص القانونية الخاصة بالمبدع أو المخترع، وجود تعقيدات إدارية، نقص المصادر التمويلية للمشروع الابتكاري وكذا غياب البنى الأساسية لتشجيع البحث العلمي والتطوير.

الفصل الثاني:
الإطار النظري للمركبات الناعمة

تمهيد الفصل الثاني

إنصب الاهتمام في الآونة الأخيرة بالشركات الناشئة، نظرا لمساهمتها الكبيرة في تنويع الاقتصاد الوطني والنهوض به من خلال إنجاز مشاريع مبتكرة وجديدة التي لها أهمية كبيرة في النمو القوي للاقتصاد والقضاء على البطالة.

حيث تعتبر الشركات الناشئة من أهم الشركات التي لها دور هام في النشاط الاقتصادي فهي يمكن لها أن تتطور بصورة أسرع من الشركات الكبيرة لكون طبيعتها تكون أكثر قابلية للتغيير والتطوير وتقبل الأفكار المستحدثة، إلى أنها تحتاج لجهات دعم واحتضان توفر لها أسس نشأتها واستمرارها حيث زاد الاهتمام بهذه الشركات الناشئة وذلك بعد ظهور مؤسسات مختصة في ذلك وهي ما أطلق عليها حاضنات الأعمال. وقد اهتمت الجزائر في آونة الأخيرة بالشركات الناشئة نظرا إلى الأهداف التي أنشأت من أجلها ومحاور التنمية البشرية المستقبلية، وسنتناول في هذا الفصل مختلف المفاهيم الأساسية حول الشركات الناشئة من تعريف وخصائص وأهداف وغير ذلك.

المبحث الأول: ماهية الشركات الناشئة

إن الشركات الناشئة startups مصدرا رئيسيا للإبداع وخلق مناصب العمال، وقد أصبحت الطريقة لدعم التنمية في أغلب دول العالم، نظرا لأهميتها الاستثمارية والتنموية الناتجة عن تكلفة إنشائها المنخفضة ومرونتها ومشاريعها المبتكرة، وسهولة انتشارها جغرافيا، ومساهمتها في رفع معدلات النمو الاقتصادي باعتبارها القوة الاقتصادية المحركة لاقتصاديات الدول، تعتبر الأكثر كفاءة في توظيف رأس المال وتساهم في توفير فرص العمل، وبالتالي التقليل من البطالة، إلا أنه ونتيجة لتبنيها أفكار جديدة ومبتكرة إبداعية فهي تكون فائقة المخاطرة وهذا لا ينفي حاجتها للرعاية والمساندة للوقوف في وجه المنافسة وإحاطتها بعناية خاصة والتغلب على العقبات التي تقف أمام استمرارها واستدامتها.

المطلب الأول: تعريف الشركات الناشئة ودورة حياتها

يعتبر تحديد مفهوم الشركات الناشئة أمرا ضروريا لكل باحث في هذا المجال أو الموضوع في دراسته وتحليله وكذا أمام مقرري السياسات التنموية ليسهل عليهم إعادة برامج تنموية ووضع مخططات استراتيجية لتعدد مفاهيم الشركات الناشئة.

أولاً: تعريف الشركات الناشئة

الشركة الناشئة هي شركة ذات مدة تشغيلية قصيرة وغالبا ما تكون حديثة الإنشاء، وهذه الشركات تكون في طور النمو والتطور، ولم تحظى بعد بتعريف شامل موحد من قبل الباحثين حيث في هذا الفرع سنتطرق لمجموعة من التعاريف اختلفت في تعريف الشركات الناشئة.

تعرف المؤسسة الناشئة "startup" اصطلاحا حسب القاموس الإنجليزي: على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة start-up تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و"up" وهو ما يشير إلى فكرة النمو القوي، وبدأ استخدام هذا المصطلح بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك.¹

كما عرفها Paul Graham في مقاله حول النمو على أنها شركة صممت للنمو بسرعة، أي (growth=start-up) ولكونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئة في حد ذاتها.²

وبحسب الباحث باتريك فيردسن Patrick Fridenson أن تكون الشركة الناشئة لا تتعلق بالعمر ولا بالحجم ولا بالقطاع النشاط، ويجب أن تتضمن وتستوفي الشروط الأربعة التالية:³

- نمو قوي محتمل.
- استخدام تكنولوجيا حديثة.
- تحتاج لتمويل ضخم.

¹ أبو الشعور شريفة، دور حاضرات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية المجلد 4، العدد 02، جامعة 20 أوت بسكيكدة، الجزائر، 2018، ص420.

² شوه يوم 27 أبريل 2022 على الساعة 09:02. <http://www.paulgraham.com/growth.html>

³ شوه يوم 26 أبريل 2022 على الساعة 18:13. <https://wydden.com/dis-cest-quoi-une-start-up/>

- سوق جديد مع صعوبة تقييم المخاطرة.
- أما حسب التشريع الجزائري: فقد تضمنت أحكام المرسوم التنفيذي رقم 254/20 تعريف خاص بالشركات الناشئة من خلال شروطها التالية¹:
- أن تكون خاضعة للقانون الجزائري أي معيار إقليمي، وألا يتجاوز عدد عمال المؤسسة 250 عاملا، أي اعتماد المرسوم التنفيذي 254/20 على نفس معيار الشركات الصغيرة والمتوسطة.
- عدم تجاوز رقم أعمال المؤسسة للحد الذي تفرضه اللجنة المختصة، وهو نفس رقم أعمال الشركات الصغيرة والمتوسطة والمحدد ب 4 مليار دينار جزائري.
- ألا يتجاوز عمر المؤسسة 8 سنوات بداية من حصولها أول مرة على مؤسسة ناشئة - أن يكون نشاط المؤسسة منصب على إنتاج السلع أو تقديم الخدمات مهما كانت طبيعتها أو نوعها أي يتضمن فكرة مبتكرة بما يساهم في استقطاب الكفاءات والأفكار المبدعة.
- أن تكون نسبة 50% على الأقل من رأس مال المؤسسة مملوك من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق الاستثمار المعتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى تحوز على علامة مؤسسة ناشئة.
- أن يتضمن نشاط المؤسسة إمكانيات نمو كبيرة، لتسريح خروجها من فترة الاحتضان والمساهمة في بعث المشاريع ذات الكفاءة في النمو والتطور.

وبصفة عامة تطلق تسمية مؤسسة ناشئة startup على الشركات الشابة اليافعة والتي أمامها خياران إما التطور والتحول إلى مؤسسات ناجحة أو إغلاق أبوابها والخسارة، والشركات الناشئة هي مؤسسات في المرحلة الأولى من بداية عملها التشغيلي وكثيرا ما يتم تمويلها من قبل مؤسسيها الرياديين في محاولة منهم للاستفادة من تطوير منتج أو خدمة يعتقدون أنها مطلوبة نظرا للإيرادات المحدودة أو التكاليف المرتفعة فإن معظم هذه العمليات الصغيرة الحجم ليست مستديمة على المدى الطويل بدون تمويل إضافي من أصحاب رؤوس الأموال الجريئة.²

ثانيا: دورة حياة الشركة الناشئة

إن ما يميز الشركات الناشئة هو النمو المستمر، إلى أن الواقع هو غير ذلك، فهذه الشركات كثيرا ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى التالي:

¹ عبد الحميد أمين، سامية حساين، تدابير دعم بيئة المؤسسات الناشئة والابتكار في الجزائر، قراءة في أحكام المرسوم التنفيذي رقم 254/20، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، المجلد 5، العدد 2، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2020، ص 9-10.

² بختي علي، بوعويمة سليمة، المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 12، العدد 4، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، 2020، ص 537.

الشكل رقم(07): دورة حياة الشركات الناشئة.



المصدر: بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة **Startups** -دراسة حالة الجزائر-مجلة البشائر الاقتصادية، العدد02، جامعة 20 أوت بسكيكدة الجزائر، 2018، ص421. حسب الشكل أعلاه يمكن القول أن دورة حياة المؤسسة الناشئة تمر بست مراحل والمتمثلة في:

1-مرحلة قبل الانطلاق:

طرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، من طرف شخص ما، أو مجموعة من الأفراد وخلال هاته المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل، والبحث عن التمويل، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات سواء من طرف الحكومة أو من طرف الأفراد.¹

2-مرحلة الإنطلاق:

في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجهه صاحب الفكرة في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها ماديا، فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الأشخاص المستعدين للمغامرة بأموالهم عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية، في هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر، ويبدأ الإعلام بالدعاية للمنتج.²

¹ Aidin Salamzadeh, Hiroko Kawamorita Kesim, **Startup Companies: Life Cycle and Challenges**, conference paper: the 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), At Belgrade, Serbia, ResearchGate, January 2015, p p 03-05.

² نفس المرجع السابق.

3-مرحلة الحماس:

يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هاته المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكريه الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد العارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.¹

4-مرحلة الإختفاء:

حيث يستمر المنتج في التراجع حتى وصوله لالاختفاء مما قد يؤدي إلى خروجه من السوق مما يستدعي إدخال التعديلات المناسبة عليه باتباع استراتيجيات منظمة ومحاولة بعثه من جديد واكتساب الخبرة اللازمة، وهنا تكون المرحلة الثانية من المنتج حيث يتم ضبط سعره وتسويقه بشكل أسرع.²

5-مرحلة تسلق المنحدر:

يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ الشركة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.³

6-مرحلة النمو المتزايد:

هنا يكون المنتج قد تطور بشكل كبير وتجاوز مرحلة التجربة، وتباشر الشركة في النمو، كما أن المستهلكين المستهدفين اعتمدوا على الابتكار الجديد، وتبدأ مرحلة تحقيق الأرباح والإنتاج بحجم كبير.⁴

المطلب الثاني: مميزات وخصائص الشركات الناشئة

تعتبر الشركات الناشئة منشأة صغيرة لها العديد من المميزات الخصائص التي تمثل نقاط القوة لهذه الشركات ونتطرق في هذا المطلب إلى أهم هذه الخصائص والمميزات:

أولاً: مميزات الشركات الناشئة.

تمتاز الشركات الناشئة بمجموعة من المميزات التي تؤهلها إلى تحقيق الأهداف المرجو تحقيقها ومن مميزات هذه الشركات⁵:

✓ **مؤسسات حديثة العهد:** حيث يرتكب الكثير من الناس أخطاء في تصنيف الشركات الصغيرة وقولبتها على أنها شركات ناشئة.

¹ مرجع سبق ذكره، ص03. Aidin Salamzadeh, Hiroko Kawamorita Kesim

² الياس حناش، بو فغور خديجة، "المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الواقع ومتطلبات التطوير"-دراسة تحليلية- مقال منشور في اطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان "اشكالية تمويل المؤسسات الناشئة بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، جامعة جيجل، الجزائر، 2021، ص ص174-175.

³ بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة **Startups** مرجع سبق ذكره، ص422.

⁴ نفس المرجع السابق.

⁵ مصطفى بورنان، علي صولي، "الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة-حلول لإنشاء المؤسسات الناشئة-، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 11، العدد 01، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، الجزائر، 2020، ص133.

✓ مؤسسات شابة يافعة: وأمامها خياران، أما التطور والتحول إلى مؤسسات ناجحة أو إغلاق أبوابها والخسارة.

✓ مؤسسات أمامها فرصة للنمو التدريجي والامتزاج: من إحدى السمات التي تحدد معنى الشركة الناشئة startup هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيرادات أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل، فالمؤسسة الناشئة هي المؤسسة التي تتمتع بإمكانية الإرتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، كنتيجة على ذلك ينمو هامش الأرباح لديها بشكل يبعث على الدهشة وهذا يعني أن الشركات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس هي شركات قادرة على توليد أرباح كبيرة جدا.

✓ مؤسسات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها: تتميز الشركات الناشئة بأنها شركة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة إبداعية، وإشباع الحاجات السوقية بطريقة ذكية وعصرية. يعتمد مؤسسو الشركات الناشئة startups على التكنولوجيا للنمو والتقدم، والعثور على التمويل من خلال المنصات على الأنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

✓ مؤسسات تتطلب تكاليف منخفضة: يشمل معنى الشركة الناشئة على أنها شركة تتطلب تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء، ومن الأمثلة على startup نذكر amazone ، Apple ، Google ، Microsoft...إلخ.

تتميز Start up بأنها حديثة النشأة وتستمد تسميتها من حداثة وأمامها خياران إما التطور والازدهار لتصبح شركات ناجحة قائمة بذاتها تقدم منتجات تحتاجها الأسواق أو إغلاق أبوابها والقبول بالخسارة، ولها ته الشركات ميزات عديدة منها¹:

النمو التدريجي وهي إحدى المميزات الأساسية التي تقوم عليها، أي انها يمكنها النمو وتحقيق الأرباح بسرعة مقارنة ببنية تكاليفها وهذا يعني أن الشركات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على عوائد مالية أقل لأنها صغيرة، بل بالعكس هي شركات قادرة على تحقيق أرباح كبيرة.

إن الشركة الناشئة لها القدرة بأنها يمكنها الارتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف.

ثانيا: خصائص الشركات الناشئة

الشركات الناشئة عبارة عن منشآت مصغرة، صغيرة ومتوسطة تتميز بمجموعة من الخصائص بعضها يشكل نقاط قوة وآخر يشكل نقاط ضعف لها، ونذكر من بين الخصائص التي تمثل نقاط قوة لهذه الشركات²:

¹ <https://teyssir.com>.23:13 شوه 10 ماي 2022 على الساعة

² سبتي محمد، فعالية رأس المال المخاطر في تمويل المشاريع الناشئة، دراسة الحالة المالية الأوروبية للمساهمة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008-2009، ص11.

- 1- توازن هيكل النشاط الإنتاجي: نظرا لمعاناته في معظم الدول النامية من خلل في هيكل الإقتصاد بسبب غياب قاعدة قوية من صناعات صغيرة ومتوسطة يستند إليها حيث بات من الضروري تقليص الفجوة ووضع إستراتيجيات لإصلاح هذا الخلل وتوسيع هذه المنشآت الصغيرة القابلة للتطوير والإنتاج.
- 2- دعم الشركات الكبيرة: وهذا من خلال توفير المنتجات الوسيطة لنشاط الشركات الكبرى.
- 3- توفير فرص عمل حقيقية وتقليص حجم البطالة: تتميز الشركات الناشئة بقدرتها العالية على توفير مناصب شغل ما يؤدي إلى تقليص حجم البطالة.
- 4- إستثمار المدخرات المحلية الصغيرة: من خلال توظيف المدخرات نظرا لصغر رأس المال وإعادة توزيع الدخل.
- 5- المساهمة في تحقيق سياسة إحلال الواردات: تمكن الشركات الناشئة من إنتاج متطلبات السوق المحلي مما يساهم في إحلال الواردات وتنمية الصادرات وبالتالي توفير نقد أجنبي.
- 6- نشر القيم الصناعية الإيجابية: تساهم في نشر القيم الصناعية الإيجابية كإدارة الجودة والابتكار وتقييم العمل.

المطلب الثالث: أهمية الشركات الناشئة وخطوات إنشائها

الشركات الناشئة هي أحد البدائل والحلول التي يمكن للدولة الإعتماد عليها لما لها من أهمية، ومن أجل إنشاء هذه الشركات والنجاح بها لابد من إتباع العديد من الخطوات الهامة في بنائها بشكل صحيح، وسنتطرق في هذا المطلب إلى كل من أهمية هذه الشركات وخطوات إنشائها.

أولاً: أهمية الشركات الناشئة

تكتسي الشركات الناشئة خلال العقدين الأخيرين مكانة هامة في الاقتصاد العالمي ولها أهمية كبيرة لكل من أصحاب هذه الشركات بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة وتبرز أهمية هذه الشركات الناشئة في:

1- على مستوى الفرد¹:

- ✓ إشباع حاجة الفرد في إثبات الذات كشخصية مستقلة لها كيائها الخاص.
- ✓ توفر المؤسسة الناشئة لصاحبها فرصة لتحقيق رسالته وغايته الخاصة في الحياة العملية.
- ✓ إن المؤسسة الناشئة هي طريق الحرية والإبداع لدى الأفراد في الحياة العملية.

2- على مستوى المجتمع²:

- ✓ تعمل في مجال الأنشطة الإنتاجية، الخدمية، السلعية والفكرية.
- ✓ تغطي هذه الشركات جزءا كبيرا من احتياجات السوق المحلي.

¹ محمد هيكال، مهارات إدارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003، ص13.

² هالة محمد لبيب عنبه، إدارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي، الطبعة الثالثة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر،

2003، ص11.

✓ تشارك في حل مشكلة البطالة.

3- على المستوى العالمي¹:

✓ انتشار وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية على مستوى العالم التي تهتم بالشركات الناشئة في الدول المختلفة.

✓ اهتمام المنظمات الحكومية والقطاع العام والخاص والمنظمات الغير حكومية بالشركات الناشئة، إيماناً بأهمية هذه الشركات وأثرها في المجتمع.

✓ انتشار المنظمات والصناديق المعنية بدعم الشركات الناشئة على مستوى العالم.

ونجد أيضاً العديد من الأهمية التي نتطرق منها أيضاً إلى:

أ- خلق الوظائف وتخفيض مستويات البطالة: تساهم الشركات الناشئة بشكل كبير في توفير فرص العمل لأفراد المجتمع، إذ أن فرص النمو السريع التي تميز هذا النوع من الشركات تجعلها قادرة على توليد فرص التشغيل، وقد أثبتت العديد من الدراسات على المستوى العالمي هذا الدور، ففي دراسة لمؤسسة فوكمان حول أهمية الشركات الناشئة في خلق فرص العمل يمكن الباحثون من إثبات أن الشركات الناشئة خلقت 5 ملايين فرصة عمل سنوياً خلال فترة 1992-2005 وهو مستوى أعلى بأربعة أضعاف من أي فئة عمرية للشركات الأخرى.

ب- زيادة إنتاج السلع والخدمات: وفقاً لـ Ritchie و Swisher من مركزه Intercommunale de (développement économique et d'aménagement) فإن الشركات الناشئة لديها تكنولوجيا أعلى بشكل غير متناسب مع حجمها وهذا ما يؤدي إلى زيادة إنتاج السلع والخدمات، وفي تقرير صدر عام 2017 عن مركز الدراسات الاقتصادية في مكتب الإحصاء الأمريكي وجد الباحثون أن الشركات التي تتمتع بإنتاجية عالية هي الشركات الحديثة الشابة، وتقدم مساهمات غير متناسبة في نمو السلع والخدمات.²

ت- فتح أسواق جديدة: الشركات الناشئة تتميز بالنمو الكبير جداً وهي قادرة على فتح أسواق جديدة ومفيدة جداً مثلاً نجد شركة مكدونالدز التي بدأت نشاطها في مدينة كاليفورنيا الأمريكية عام 1940، التي تتخصص في خدمة التوصيل السريع للأكل أما الآن فمكدونالدز تدير 37855 مطعمًا حول العالم، ويعمل بها أكثر من 210 ألف شخص حتى نهاية عام 2018.

ث- تعزيز البحث العلمي: إن أكثر الابتكارات وأكثر الدراسات إنفاقاً في البحث العلمي هي الشركات الرائدة فمثلاً نجد أن شركة أمازون التي بدأت في كراج قبل 24 سنة الآن هي أكبر شركة إنفاقاً في العالم على

¹ خلف بلال السكرانة، المشاريع الصغيرة والريادة، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص13.

² بوزرب خير الدين، خوالد أبو بكر، تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الواقع المأمول-دراسة تحليلية- مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، جامعة جيجل، الجزائر، 2021، ص361.

عمليات البحث والتطوير، والتي بلغت ما يقرب من 43 مليار دولار في عام 2020، أي حوالي 11%، من إيراداتها، وتم منح أمازون 2244 براءة إختراع كان معظمها في التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي القائم على الصوت أو المساعد الافتراضي أو توصيلات الطائرات وما إلى ذلك، ونجد أيضا غوغل التي بدأت في 1998 كشركة خاصة مملوكة لعدد قليل من الأشخاص حيث أنفقت الشركة 27.57 مليار دولار على البحث والتطوير في عام 2020، وهو ما يعادل 15.1 من إيراداتها وتركز الشركة في أبحاثها على تطوير الأجهزة والبرمجيات التي تدعم الذكاء الاصطناعي.

ثانيا: خطوات إنشاء الشركات الناشئة

تأسيس شركة ناشئة حلم كل رائد أعمال يسعى إلى تجسيد فكرته على أرض الواقع، ليستقل بمشروعه الخاص أو ليتخلص من روتين الوظيفة التي تكبح إبداعه ومهارته، وتربطه بأوقات ومهام يومية لا يجد متعة في إنجازها، مع ذلك فإن تأسيس شركة ناشئة ليس بتلك السهولة، لذا نقدم لكم أهم الخطوات لتأسيس شركة ناشئة¹:

1-العثور على فكرة الشركة:

"رحلة الألف ميل تبدأ بخطوة واحدة"، وأول خطوة في رحلة رائد الأعمال نحو تأسيس شركة ناشئة تبدأ بإيجاد فكرة مناسبة، وأفضل طريقة لذلك تكون بالعثور على مشكلة يعاني منها المجتمع أو فئة منه ومحاولة إيجاد حل لها، قد تبدو هذه الطريقة صعبة لدى البعض أو أنها الطريقة الوحيدة.

2-دراسة السوق:

دراسة السوق هي جمع وتفسير وتحليل منهجي للبيانات والمعلومات حول السوق المستهدفة وإحتياجاتها والمنافسين، إلى جانب المستهلكين الفعليين أو المحتملين وسلوكياتهم وموقعهم الجغرافي، كل ذلك باستخدام الأساليب والمناهج التحليلية، هذه العملية تزود صانعي القرار برؤى حول إمكانات السوق، التي يمكن استخدامها في تخطيط الأعمال وتطوير المنتجات واستراتيجية التسويق.

3-حماية حقوق الملكية الفكرية:

رغم أن البعض قد يتجاهل قيمة حماية الملكية الفكرية، لاعتقادهم أن الحماية تشمل فقط براءات الاختراع، في حين يفضل البعض الآخر تأجيل العملية إلى مرحلة متقدمة، حتى تتوفر السيولة المالية الكافية، إلا أن هذا التأخير قد يعود بالضرر على الشركة إذا تم استخدام الملكية الفكرية للشركة من قبل أشخاص آخرين.

4-إختيار اسم لشركتك الناشئة:

ما يمكن أن يعده بعض رواد الأعمال أمرا بديهيا أو ليس بتلك الأهمية اللازمة هو اختيار اسم الشركة الناشئة، فعلى العكس من ذلك يعد اختيار اسم مناسب عاملا مؤثرا في مدى نجاح عملك، قد يؤدي اختيار الاسم الخطأ إلى عواقب قانونية وتجارية يصعب تجنبها.

شاهد يوم 19 أبريل 2022 على الساعة 18:58 <https://blog.mostaql.com/establish-a-startup/>¹

5-اختيار شريك مؤسس:

معظم الشركات الناشئة حول العالم، والتي عرفت نجاحا كبيرا تم تأسيسها من طرف شخصين على الأقل، اعلم أن رغبتك في تأسيس شركة ناشئة بمفردك قد يؤثر عليك سلبا في الحقيقة، بعض المستثمرين ينظرون إلى المؤسسين وفريق العمل قبل الاطلاع على الفكرة.

6-كتابة خطة العمل:

تقودك دراسة السوق بنجاح إلى مرحلة تالية لا تقل أهمية عن سابقتها عند إطلاق شركة ناشئة خاصة بك على أرض الواقع، وهي كتابة خطة العمل، تعد كتابة خطة العمل أحد أهم الخطوات التي لا بد لأي رائد أعمال القيام بها، لضمان اتباعه الطريق الصحيح في تأسيس شركة ناشئة ناجحة.

7-جمع رأس المال اللازم لتأسيس شركتك الناشئة:

أكبر عائق يواجهه رواد الأعمال في رحلة تأسيس شركة ناشئة خاصة بهم يتمثل في إيجاد رأس المال الكافي، نجد أن التمويل أحد أكبر عوامل نجاح أو فشل غالبية الشركات الناشئة في العالم، لأن قلة أو عدم توفر المال الكافي لتسيير الشركة خاصة في سنواتها الأولى يعني فشلها في أول الطريق.

8-توظيف فريق العمل:

يحتاج رائد الأعمال إلى الاهتمام بكل تفاصيله صغيرة كانت أو كبيرة متعلقة بشركته الناشئة، ومع كل المهام والأدوار التي يتوجب على مؤسس الشركة أدائها، سيحتاج في مرحلة ما إلى تفويض أشخاص للقيام بمهام معينة، وقبل الوصول لمرحلة التوظيف يتعين على رائد الأعمال في بداية عمر الشركة تعلم القيام بكل المهام لوحده أو مع شريكه المؤسس.

9-إن نموذج أولي لشركتك الناشئة:

بناء نموذج أولي لمنتجك أو خدمتك يعني أدنى وأبسط نموذج قابل للتجريب يكون عليه المنتج أو الخدمة ويتضمن الوظائف الرئيسية، يتم تقديمه للجمهور بهدف جس نبض السوق وجمع المعلومات اللازمة لمعرفة مدى قابلية العملاء المستهدفين للمنتج أو الخدمة، وآرائهم وانتقاداتهم، ودراسة احتياجاتهم وتفضيلاتهم، وتطبيقها على المنتج النهائي قبل طرحه رسميا في السوق.

10-اختر مقر للشركة:

ان كان لابد من مقر لشركتك الناشئة، فتأكد أولا من توفر ما يكفي من الأموال لفترة معينة من 6 أشهر إلى سنة كاملة، لاستخدامها في عملية التوظيف والتسويق وغيرها من المصاريف، ثم استخدام أساليب التفاوض للحصول على أفضل عقد ايجار ممكن لشركتك.¹

¹ نفس المرجع السابق.

11-تسجيل الشركة:

هي عملية قانونية تستخدم لتكوين كيان اعتباري أو شركة، هذه المرحلة مهمة جدا في إضفاء طابع الشركة الناشئة الرسمي، وشكل تقسيم الأسهم المتفق عليه بين المؤسسين، يجب على رواد الأعمال الجدد الانتباه لهذه المرحلة جيدا، والعمل على تسجيل الشركة في أسرع وقت ممكن، نظرا لإمكانية وقوع خلافات بين المؤسسين بعد العمال على بناء الشركة لسنوات وتحقيق أرباح دون تسجيل الشركة. كانت هذه أهم الخطوات التي يتحتم على أي رائد أعمال اتباعها ليتمكن من إيصال فكرته إلى مرحلة التجسيد على أرض الواقع، وتحويلها إلى شركة ناشئة تحقق الأرباح والنجاح.

المطلب الرابع: أسباب نجاح الشركات الناشئة وأسباب فشلها.

يحتاج نجاح المؤسسة الناشئة عوامل كثيرة أهمها الإبداع والابتكار الذي يعتبر عامل أساسي في قيام الشركة الذي ينافس بها بقية الشركات، لكن هذه الشركات تلقى عراقيل عديدة تعرقل تقدمها ونشاطها، حيث سنقدم في مطلبنا أهم سبل نجاح الشركات الناشئة ومختلف أسباب فشلها.

أولا: أسباب نجاح الشركات الناشئة.

السنوات الأولى من عمر المؤسسة، أكثر احتمالا للفشل، هي 50% فقط منها يمكنها البقاء والاستمرار خلال السنوات الثلاث الأولى من إطلاقها، وبناء عليه تستخدم العديد من الدراسات مؤشر البقاء والاستمرارية كمؤشر على نجاح المؤسسة المنشأة حديثا، وهو أفضل مؤشر يمكن اعتماده على الرغم من وجود العديد من تعريفات النجاح، إلى أن معظم الباحثين يتفقون على أن مؤشر البقاء على قيد الحياة واستمرارية المؤسسة هي الأفضل للدلالة على النجاح، وبما أن مرحلة نشوء واستقرار المؤسسة الناشئة يصعب جمع بيانات موثوقة كافية عن النمو والربحية، وبالتالي يظهر مفهوم البقاء كعنصر ضروري للتعبير عنه، على العكس من ذلك، فإن التوقف المبكر عن النشاط يضعنا في مواجهة مفهوم الفشل، حيث البقاء هو التحدي الأول الذي يجب أن تتجح المؤسسة فيه في بداية حياتها.¹

من الأسباب الأساسية التي تسهم في نجاح المشاريع والشركات الناشئة وعلى وجه التحديد تكمن في العناصر التالية:²

1. **الرؤية:** تعتبر الرؤية واضحة المعالم هي المهارة أو المنحة التي على كل رئيس شركة أن يمتلكها لعبور خط النهاية، حيث ستكون هذه المهارات بمثابة القوة التي تقف وراء نجاح أي رائد أعمال، لأنها تشكل البوصلة التي ترشده إلى الجانب المضيء في الأوقات الاقتصادية الصعبة.

¹ ياسين تليلي، أحمد رمزي سياغ، دراسة استكشافية للعوامل المؤثرة على نجاح وفشل المؤسسات الناشئة في الجزائر -دراسة حالة ولاية ورقلة-مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2020، ص779.

² <https://www.alkhaleej.ae/2016-03-27/7.23> شوهد يوم 03 ماي 2022 على الساعة 23:28

2. **السرعة:** إن إنجاز الأعمال والمشاريع بصورة سريعة يعد أحد الأسباب التي تساعد الشركات الناشئة على تحقيق أهدافها، كما أن مقدرة رائد الأعمال على تدشين مشروعه في الوقت المحدد أو التقدم والتطور بصورة أسرع من منافسه، تعتبر أحد معالم النجاح الدائم.

3. **كفاءة الميزانية:** تمتلك المشاريع الناجحة كفاءة في إدارة شؤونها المالية ووضع ميزانية تلائم قدراتها، لهذا لابد من وضع ميزانيات خاصة لكل الجوانب المالية المختلفة، مع تجنب النفقات غير الضرورية.

4. **المهارات الاجتماعية:** إقامة شبكة من العلاقات الاجتماعية، هو سبب آخر لنجاح الشركات الناشئة، حيث إن تمتع مؤسس إحدى الشركات الصغيرة أو المتوسطة بعلاقات جيدة مع رواد أعمال مؤثرين في السوق، يعتبر أمرا لا يقدر بثمن، ويمكن أن يفتح أبوابا أمام إقامة الشركات الاستثمار بين شركته ومؤسسات ضخمة.

5. **الانضباط:** تبدأ هذه العملية من خلال ضبط النفس الذي يعتمد على الأخلاق والمبادئ التي يتمتع بها رجل الأعمال، فمن دون الانضباط ستفشل الشركات الناشئة في تحقيق النجاح في مجال الأعمال التجارية.

6. **العزيمة والمثابرة:** تعتبر العزيمة القوية من أهم ضروريات تحقيق النجاح، ويستند أساسا على تحديد هيكل المشروع الجديد، وعدم الاستسلام خصوصا عندما تكون طريق النجاح وعرة.

7. **القدرة على التكيف مع التغيرات:** أفضل الشركات الناشئة هي تلك التي تكون على استعداد دائم وتام للتكيف مع التكنولوجيا الجديدة ومتطلبات السوق وتحدياته المتجددة.

تمتلك الشركات الناشئة الناجحة ما يكفي من الإيرادات الموجهة لتغطية تكاليفها، وهذا غير متوفر في الشركات الناشئة التي فشلت، بشكل عام تتميز الشركات الناشئة الناجحة عن الشركات الفاشلة في ¹:

• شخصية مؤسسي الشركات الناشئة: يوفر المؤسس الناجح للأسواق المنتجات المناسبة ويقود فريقا منظما جدا.

- خصائص المنتج: كلما كان الوقت أقصر لإنتاج منتج عالي الجودة، زادت احتمالية النجاح.
- القدرة على تحويل الفكرة إلى نقود من خلال تحقيق الإيرادات، مما يعني قدرة صاحب المشروع على تحقيق الإيرادات في أسرع وقت ممكن.
- القدرة على عرض وتوسيع المنتج في عدة أسواق.
- القدرة على طرح الفكرة ومناقشة المفاهيم وخطة التنفيذ.

ثانيا: المعوقات التي تواجه إنشاء ونمو الشركات الناشئة

تواجه الشركات الناشئة العديد من المعوقات، التي لا تختلف المعوقات التي تواجهها الشركات الصغيرة والمتوسطة بإعتبار أن تكون مؤسسة ناشئة هو وضع مؤقت، إما بسبب عدم تحقيق نموذج الأعمال وبالتالي فإن المؤسسة الناشئة تفشل أو تختفي، أو بسبب أنها تنجح ويتم إمتصاصها أو تحولها إلى مؤسسة كلاسيكية

¹ Kalyanasundaram, why do startups fail? a case study based empirical analysis in Bangalore. Asian journal of innovation and policy, 2018, p 79-102.

أو تقليدية تقريبا، وعليه قد تواجه المعوقات المشتركة، كصعوبة الحصول على التمويل والضمانات، وصعوبات كثيرة أخرى متعلقة بعدم ملاءمة مناخ الأعمال والقوانين والتشريعات، وتواضع البنية التحتية والمصرفية، ونقص المعلومات، وضعف الخبرات في مجال إدارة المشاريع، وعدم إنتشار ثقافة المبادرة والإبتكار، كما أن عددا كبيرا من هذه الشركات يعمل في القطاع غير الرسمي، ويستهدف الأسواق المحلية وهو بالتالي غير قادر على المنافسة إقليميا ودوليا.

يرى كل من Boyer & blazy أن مؤهلات رواد الأعمال تعتبر عاملا هاما في تحديد ما إذا كانت الشركات الناشئة ستنجح في سوق تنافسي أم لا، على سبيل المثال يؤثر رواد الأعمال ذوو الخبرة المهنية الضعيفة على أنشطة الشركات الناشئة بشكل سلبي والعكس صحيح، عادة ما تفشل الشركات الناشئة بسبب عملية تطوير الأعمال عندما تتجاهل تصميم مرحلة تطوير أعمال موثوقة وقابلة للقياس وتركز فقط على تحسين المنتج والخدمة، علاوة على ذلك ستفشل الشركات الناشئة بسبب الافتقار إلى تطوير الأعمال وامتلاك نموذج أعمال غير صحيح ونفاد النقد والإدارة غير الفعالة والمنافسة والمكانة الخاطئة في السوق.¹ وبالرغم من أن قائمة القيود ومعوقات الشركات الناشئة طويلة ويصعب حصرتها كلها أو تبويبها بطريقة واحدة، فيمكن لأغراض التحليل، وبناء على الأدبيات ذات العلاقة، تبويب هذه المعوقات في ثلاثة أقسام وهي²:

1. المعوقات المؤسسية والتنظيمية:

تتعلق هذه المعوقات باللوائح والتشريعات والقوانين والبنية التحتية التي تؤثر على بيئة وتكلفة الأعمال بشكل عام، بحيث تتمثل المعوقات التنظيمية والتشريعية في التعقيد وإجراءات إنشاء الشركات الناشئة، وصعوبة الحصول على الترخيص الرسمية لها، حيث تعاني الشركات الناشئة من مشكلة تعدد الجهات التفتيشية والرقابية (الإقتصادية، الصحية، الضمان الإجتماعي، الدوائر الضريبية والجمركية، دوائر المواصفات والمقاييس وغير ذلك)، بالإضافة إلى غياب التنسيق بين هذه الجهات وبين الجهات الناطمة للمؤسسات الناشئة في حال وجدت، إلى أن الشركات الناشئة في القطاع الرسمي تتأثر أكثر من غيرها بالمعوقات المؤسسية، نظرا إلى أن تلك الشركات لا تمتلك الإمكانيات التي تمتلكها الشركات الكبيرة لتجاوز تلك العقبات أو التعامل معها، بينما لا تلتزم الشركات العاملة في القطاع غير الرسمي بالقوانين والقواعد الرسمية السائدة.

2. المعوقات التمويلية:

تعتبر المعوقات التمويلية أهم المعوقات التي تعاني منها الشركات الناشئة، والتي "تتجلى في صعوبة فرص الحصول على التمويل الخارجي المناسب، مثل الحصول على القروض من المصارف التجارية، وذلك

¹ Giardino، c.wang، Abrahamson، why early-stage software startups Fail: a behavioral framework international conference of software business, 2014.p p27-41.

² فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، أهمية التعلم في تخفيف حدة تعثر الشركات الناشئة في الجزائر -دراسة تحليلية-، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 02 العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 2020، ص ص124-125.

لعدم ملائمة المعايير المتبعة في المصارف لطبيعة هذه المشروعات ومتطلباتها للحصول على التمويل اللازم بشروط ميسرة وملائمة، إما لجهة عدم توفر الضمانات اللازمة التي تطلبها تلك المصارف، أو لجهة صعوبة شروط التمويل من حيث الفوائد والأقساط وفترات التسديد، كذلك الصعوبات المالية الذاتية للمشروع من حيث عدم إنتظام التدفقات المالية الداخلة الذي يزيد من درجة مخاطر الائتمان الممنوح لها.

وهذا ما يجعل الشركات الناشئة أمام خيار حتمي، ألا وهو اللجوء إلى طرق التمويل التقليدية ممثلة في القروض المصرفية، بل نجد أن البنوك تتحفظ كثيرا عند تمويل هذه الشركات، والسبب في ذلك أن خطر من الإئتمان لهذا النوع من الشركات جد مرتفع، نظرا لنقص الضمانات وإنعدام تقنيات تسيير المخاطر عند هذه الشركات (مخاطر الصرف، مخاطر تغير معدلات الفائدة...) والملاحظ هنا أن البنوك تطالب بتطوير أسلوب التسيير المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ضل نظام مصرفي مختلف.

3. المعوقات المرتبطة بقدرات المؤسسة:

يتمثل ضعف القدرات الداخلية للمؤسسات الناشئة بشكل رئيسي فيما يلي:

- ✓ الخبرات المحدودة لأصحاب المشاريع.
- ✓ عدم توفر المهارات اللازمة في أسواق العمل المحلية.
- ✓ استهداف الأسواق المحلية المشبعة وضعف إمكانيات التصدير والتعامل مع الأسواق الخارجية.
- ✓ قلة الإلمام بطبيعة الأسواق الداخلية الخارجية.
- ✓ الحصار نطاق نشاطها في مجموعة صغيرة من الموردين العملاء.
- ✓ ضعف القدرة على الترويج للابتكارية الجديدة.
- ✓ ضعف قدرتها على التعامل مع محيطها الخارجي خاصة فيما يتعلق بتكوين التحالفات والشركات مع الشركات الكبرى.
- ✓ وضعف في تطبيق التشريعات واللوائح التنظيمية في مجالات تسجيل الأصول و إستصدار التراخيص والضريبة وقوانين العمل.
- ✓ فضلا عن الصعوبات التي تجدها تلك الشركات في تلبية شروط القروض، خاصة من حيث الضمانات والالتزام بشفافية المعلومات ومسك حسابات مالية منتظمة ومدققة.

المبحث الثاني: الشركات الناشئة في الجزائر.

الجزائر مثلها مثل باقي الدول سعت منذ الاستقلال إلى الدفع بعجلة التنمية، وذلك بإعطاء الأولوية للمؤسسات الكبرى في البلد، إلى أن التغيير أدى إلى إعادة النظر في أسلوب التنمية وذلك بالاهتمام بالشركات الناشئة لما لها من نفع من عدة نواحي واعتماد أغلبية الدول المتقدمة عليهم.

يحظى موضوع الشركات الناشئة والمقاولاتية عموما باهتمام متزايد مؤخرا لاسيما في السنتين الأخيرتين بالجزائر وهذا على مستوى الإعلام، البحوث الأكاديمية وكذا في الخطابات السياسية، هذا الاهتمام المتزايد يعود إلى الوعي أخيرا بأهمية الشركات الناشئة في النهوض بالاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية الاجتماعية والتطور العلمي والتكنولوجي وهذا من أجل مواكبة التغيرات الاقتصادية العالمية التي تتجه نحو ما يعرف بالثورة الصناعية الرابعة واقتصاد المعرفة، أين باءت الشركات الناشئة النموذج الاقتصادي الناجح نظرا لتمييزها بعدة خصائص عن غيرها من أنواع الشركات الأخرى التي تسمح لها الاستجابة لإحتياجات المجتمع المتغيرة و المتسارعة بشكل مستمر، وما يتطلبه ذلك من تسارع في تحقيق النتائج وتسارع في تحقيق الأرباح، وقد نجحت الكثير من الشركات الناشئة في خلق الثروة والقيمة المضافة ودعم اقتصاديات عدة دول كالولايات المتحدة الأمريكية والدول الشرق آسيوية ككوريا الجنوبية بفضل تطوير منتجات وخدمات ابتكارية سمحت بخلق فرص عمل جديدة وتقديم حلول للمجتمعات يسهل الحصول عليها بتكاليف منخفضة.

حيث إهتمت الجزائر بكل من حاضنات الأعمال والشركات الناشئة نتيجة النجاح الكبير والملموس الذي حققته حاضنات الأعمال في دعم وتطوير الشركات الناشئة، سعيها منها إلى تنمية ثقافة العمل الحر وترقية هذا القطاع من خلال سن القوانين ووضع المراسيم التي تنظمه، ففي إطار برامج الجزائر الإلكترونية تم إطلاق استراتيجية وطنية لدعم وتطوير الحظائر التكنولوجية، حيث تم إنشاء عدة حاضنات عبر الوطن على غرار الحظيرة التكنولوجية سيدي عبد الله 2010، وحاضنة ورقلة 2012، وحاضنة التكنولوجيا بوهرا 2013، حاضنة جامعة باتنة 2013، ويتشمل الهدف الأساسي لهذه الحاضنات في تقديم الدعم الكامل للمشاريع الإبداعية في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومرافقتها إلى غاية إنشاء startup، وذلك بإبرام اتفاقيات مع الوكالة الوطنية للحظائر التكنولوجية ANPT والشركات التابعة لها.¹

المطلب الأول: هياكل دعم الشركات الناشئة.

ونتطرق لأهم هياكل دعم الشركات الناشئة فيما يلي²:

¹ هشام بروال، التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، المجلد 20، العدد 03، جامعة محمد أمجد أمخج، وهران، الجزائر، 2017، ص 14.

² وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، مقدمة في مسار إنشاء مؤسسة، ص ص 07-08.

أولاً: حاضنات الأعمال.

نمت فكرة حاضنات الأعمال على نطاق واسع بحيث توفر مساعدات وتسهيلات لازمة وتقدم مختلف الخدمات لتشجيع المشاريع الواعدة والناشئة وتقديم الدعم بسبب هشاشة الشركات إلى أن تكون قادرة على الاستمرار والمنافسة الخارجية.

1- مفهوم حاضنات الأعمال:

هي مؤسسات تعمل على دعم المبادرين الذين تتوفر لهم الأفكار الطموحة والدراسة الاقتصادية السليمة، وبعض الموارد اللازمة لتحقيق طموحاتهم، بحيث توفر لهم بيئة عمل مناسبة خلال السنوات الأولى الحرجة من عمر المشروع إلى التركيز على جوهر العمال وذلك إلى لفترة محددة تتضاءل بعدها العلاقة لتتحول إلى مبادرة جديدة.¹

وبناء على ما سبق يمكن تعريف حاضنات الأعمال على أنها كيان اقتصادي وإداري ومالي وفني وتجاري داعم لرواد الأعمال أصحاب الأفكار المتميزة ويرتكز عملها على تبني واحتضان المشروعات الحديثة منذ بداية الفكرة إلى أن تصبح تلك المشروعات قادرة على المواجهة والمنافسة في سوق العمل.²

2- أنواع حاضنات الأعمال:

هنالك العديد من الحاضنات وأهمها ما يلي³:

- **الحاضنة الإقليمية:** هذا النوع من الحاضنات يخدم منطقة جغرافية معينة تهدف تنميتها، ويعمل على استخدام الموارد المحلية من الخامات والخدمات واستثمار الطاقات الشبابية العاطلة في هذه المنطقة.
- **الحاضنة الدولية:** تروج هذه الحاضنة لاستقطاب رأس المال الأجنبي مع عملية نقل التقنية مؤكدة على الجودة العالية، وتركز على التعاون الدولي المالي والتكنولوجي بهدف تأهيل الشركات القومية من خلال الشركات الدولية وتطويرها ودفعها للتوسع والاتجاه إلى الأسواق الخارجية.
- **الحاضنة الصناعية:** تقام داخل منطقة صناعية معينة بعد تحديد احتياجات هذه المنطقة من الصناعات والخدمات المساندة، حيث يتم تبادل المنافع بين المصانع الكبيرة والمشروعات الصغيرة المنتسبة للحاضنة.
- **حاضنة القطاع المحدد:** تعمل هذه الحاضنة على خدمة قطاع أو نشاط محدد مثل البرمجيات أو الصناعات الهندسية، وتدار بواسطة خبراء متخصصين بالنشاط المراد التركيز عليه.

¹ عبد الكريم مسعودي، دور حاضنات الأعمال في مرافقة وترقيت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة حالة مشتلة المؤسسات في أدرار-، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 06، العدد 01، جامعة دراية، أدرار، الجزائر، 2018، ص50.

² الرميدي بسام سمير، طلحي فاطمة الزهراء، حاضنات الأعمال، إطار مفاهيمي، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان "حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة" جامعة 20 أوت 1995، سكيكدة، 2020 الجزائر، صص 12-14.

³ محمد بن شايب، فيصل سعدي، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب "ANSEJ" فرع بومرداس، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد 06، جامعة بومرداس، الجزائر، جوان-2019، ص57.

- **الحاضنة التقنية:** وهي حاضنات تكنولوجية تهدف إلى استثمار تصميمات متقدمة لمنتجات جديدة مع امتلاكها لمعدات وأجهزة متطورة، والاستفادة من الأبحاث العلمية والابتكارات التكنولوجية وتحويلها إلى مشروعات ناجحة.
- **الحاضنة البحثية:** عادة ما تكون هذه الحاضنة داخل الجامعة أو مركز أبحاث، تعمل على تطوير الأفكار والأبحاث وتصميمات أعضاء هيئة التدريس.

3- خصائص حاضنات الأعمال:

- تتسم حاضنات الأعمال بعدة خصائص نذكر أبرزها¹:
- حاضنات الأعمال قد تكون مؤسسة عامة أو خاصة أو مختلطة.
- الحاضنة قد يكون لها مقر مكاني أو افتراضي، تقدم خدماتها من خلال شبكة الأنترنت.
- الحاضنة قد تهدف إلى تحقيق الربح وقد لا تسعى لذلك.
- بعض الحاضنات قد يوفر سكنا لاحتضان المشروع الصغير، وقد يكتفي بدعم المشروعات في موقعه.
- أنها تهدف إلى دعم المشروعات الصغيرة لاسيما التي تنطوي على قدر من الإبداع والتطوير التكنولوجي.

4- أهداف حاضنات الأعمال:

- يمكن إجمالها في النقاط التالية²:
- نشر ثقافة العمل الحر بين الأفراد.
- توفر بيئة مناسبة من شأنها استقطاب أكبر عدد ممكن من الأفكار واستغلال الإكتشافات العلمية الجديدة والمخترعات الإبداعية ونقل التكنولوجيا ونقلها إلى منشآت في دفع عجلة الاقتصاد الوطني.
- تجميع أفكار وإبداعات الشباب الواعد ومساعدته وتحويل هذه الأفكار إلى مشروعات استثمارية حقيقية.
- توفير فرص عمل ذات خصائص نوعية وكمية.
- الإسهام في توسيع الأنشطة الاقتصادية.
- إتاحة الفرص للمنشآت الصغيرة بالعمل كصناعات وخدمات مغذية ومكملة للشركات.
- تشجيع قيام الاستثمارات ذات الجدوى الاقتصادية التي تساعد الوضع الاقتصادي للدولة على النمو والتطور.

¹ سلطان كريمة، سعد قرمش، مساعدة حاضنات الأعمال في تعزيز الإبداع والابتكار بالمؤسسات الناشئة، حاضنات مركز الإبداع التكنولوجي وريادة الأعمال المصري TIEC نموذجا، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2020، ص156.

² مليكة بن علقمة، دور التمويل الاسلامي في دعم حاضنات الأعمال، مقال منشور في إطار الكتاب الجامعي الدولي بعنوان "حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة" جامعة 20 أوت 1955، الجزائر، 2020، ص58.

5- تحديات حاضنات الأعمال والشركات الناشئة في الجزائر.

بالرغم من الدور الفعال الذي لعبته حاضنات الأعمال في العالم في دعم وترقية شركات المقاولاتية الناشئة، إلا أنها لا تزال في الجزائر بعيدة عن المراحل المتقدمة التي بلغتها بعض الدول، وعموما فإن كل من حاضنات الأعمال والشركات الناشئات في الجزائر يعاني جملة من النقائص، وتواجه تحديات تقف حائلا أمام تطورها، ويعود ذلك لعدة أسباب¹:

- حداثة ومحدودية كل من فكرة حاضنات الأعمال والشركات الناشئة في الجزائر.
- ضعف المورد البشري وعدم تأهيله واقتناره لخلفية كافية حول المقاولاتية في الجزائر التي تواجه العديد من الصعوبات والتحديات خاصة فيما يتعلق بنقص الأفكار الإبداعية والمبتكرة.
- ضعف التمويل ونقص رأس المال المغامر للاستثمار.
- الإجراءات البيروقراطية وعدم مواكبة التشريعات والقوانين.
- تخلف الإنتاجية وعدم مطابقة المعايير الدولية مما يجعل من المنتج الجزائري عاجزا عن دخول أسواق كبرى نظرا لضعف تنافسيته.
- ضعف الإنفاق الحكومي على البحث العلمي وإنفصال الجامعة ومراكز البحث العلمي عن أرض الواقع.
- التخلف التقني وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية (الدفع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية...).
- بالنسبة لحاضنات الأعمال العامة تعاني من مشكلة بعدها عن المناطق الحضرية وعدم مطابقتها لنماذج الحاضنات المعمول بها في العالم مثل ارتفاع إيجارات البنى التحتية التي توفرها لرواد الأعمال.

ثانيا: دار المقاولاتية.

من أجل تطوير ترقية وتطوير النظام المقاولاتي، قامت الجزائر بتطبيق جملة من الإصلاحات واستحداث مجموعة من الآليات المتخصصة في المرافقة المقاولاتية بهدف تهيئة الأرضية الملائمة لنشاط المقاولين.

1- تعريف المقاولاتية:

إن المقاولاتية هي حركة إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة.

2- نشاطات دار المقاولاتية:

- تنظيم أيام إعلامية وتحسيسية.
- تنظيم أيام دراسية على مستوى مختلف المعاهد.
- تنظيم دورات تدريبية في مجال خلق وتسيير المؤسسة.
- تنظيم مسابقة "مسابقة نجوم المقاولاتية" بالشراكة مع الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب.

¹ شريفة بوالشعور، دور حاضنات الأعمال في دعم تنمية المؤسسات الناشئة startups، مرجع سبق ذكره، ص 429.

3- مهام دار المقاولاتية:

- تتمثل مهمة دار المقاولاتية في تعميم عملية تحسيس الطلبة بالمقاولاتية وبروز جيل جديد من المتخرجين المقاولين من خلال:
- إرساء ثقافة المقاولاتية في صفوف الطلبة.
 - تدريب الطلاب على روح المبادرة.
 - إدراج مقياس إنشاء المؤسسة على مستوى أغلبية التخصصات في الليسانس والماستر.

ثالثا: مشاتل الشركات.

وفقا للمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 03-78 المؤرخ في 24 ذي الحجة 1423 الموافق ل 25 فيفري 2003، تعتبر مشاتل المؤسسات مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتدعى في صلب النص المشاتل، تخضع لإشراف الوزير المكلف بالشركات الصغيرة والمتوسطة، تكون المشاتل في أحد الأشكال التالية¹:

-**المحضنة:** هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع في قطاع الخدمات.

-**ورشة الربط:** هيكل الدعم يتكفل بحاملي المشاريع في قطاع الصناعة الصغيرة.

-**نزل المؤسسات:** هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع المنتمين إلى ميدان البحث.

وتنشأ هذه المشاتل بموجب مرسوم تنفيذي وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالشركات الصغيرة والمتوسطة.

رابعا: الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والتنمية التكنولوجية.

تم إنشاء الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والتنمية التكنولوجية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-137 المؤرخ في 3 ماي 1998، تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وتعد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، مكلفة بدعم المبتكرين منذ ولادة الفكرة إلى غاية إنشاء الشركة.

خامسا: الوكالة الوطنية وتطوير الحظائر التكنولوجية.

تم إنشاء الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-91 المؤرخ 24 مارس 2004، تحت وصاية وزارة البريد لمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، وتعد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، يقع مقرها في سيدي عبد الله.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، الصادرة ب 26 فبراير 2003، ص 14.

المطلب الثاني: أهداف تمويل الشركات الناشئة.

- لتمويل الشركات بصفة عامة والشركات الناشئة بصفة خاصة عدة أهداف، وتتجلى من خلالها أهمية ودور التمويل المصغر في بعث حركة التنمية الإقتصادية والاجتماعية، وتتمثل فيما يلي¹:
- توفير السيولة الضرورية للمشروع الاستثماري بالإمداد بالتجهيزات اللازمة.
 - تسهيل مختلف التدفقات النقدية والمالية بين مختلف الأعوان الإقتصادية بضمان توظيف الموارد خاصة فيما بين الهيئات المالية، والأعوان الإقتصادية الأخرى.
 - تغطية جزء من تكاليف المشروع الاستثماري.
 - تستلزم الصناعة للتمويل التجاري وجود أطراف تنظم المخاطر (البنوك) وبضبطها (وكلاء التأمين ضد العجز عند السداد وضمان الحسابات).
 - يتعاون هؤلاء الأطراف مع القطاع المصرفي التجاري والشركات المالية الأخرى لتوفير منتجات التجارة الدولية.
 - تحريك عجلة الإقتصاد وتحسين الإنتاج والرفع من الإنتاجية والإرتقاء إلى مستوى العالمية.
 - التنوع في النشاطات المصرفية والاستجابة بصورة أفضل وأسرع لطلبات الزبائن.
 - رفع القدرات التصديرية للمؤسسات عن طريق دعم هذه الشركات وتمويلها.
 - تفعيل نظام المشاركة عن طريق التمويل الإسلامي.
 - يساعد التمويل على التوسع وفتح وحدات أو خطوط إنتاج جديدة لهذه الشركات وزيادة حجم أنشطتها ومنه زيادة العمالة.

المطلب الثالث: تحديات الشركات الناشئة.

- بالنظر لأهمية الشركات الناشئة وسرعة تطورها إلى أنها تواجه عديد التحديات في طريق نموها من أهم هذه التحديات²:
- التحديات المالية: يعد التمويل جزءا لا يتجزأ من عملية بدأ التشغيل، ويعتبر من أبرز التحديات التي تعيق النمو والتقدم، حيث تحتاج الشركات الناشئة إلى أموال لتمويل استثمارات العملية الانتاجية، والعملية التجارية... الخ.
 - الموارد البشرية: تبدأ المؤسسة عادة بمؤسس واحد او عدة المؤسسين المشاركين، مع مرور الوقت يحتاج المؤسس إلى المزيد من الخبراء لتطوير النموذج الأولي، فلا بد من التفاوض مع ناس وتكوين فريق وتوظيف موظفين أكفاء، فهذه العملية حاسمة ومن التحديات المهمة.
 - التحديات التسويقية: إن انخفاض الإمكانيات المادية للمشاريع الناشئة يؤدي إلى ضعف كفاءتها التسويقية، إضافة إلى ضعف مهاراتها التسويقية، وعندها يفضل المستهلك منتجات الشركات الكبرى.

¹ مصطفى بورنان، علي صولي، الاستراتيجيات المستحدثة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة، مرجع سبق ذكره، ص134.

² Aidin salamzadeh and Hirohokawamorita , Startup companies:life cycle and challenges, p8-9 مرجع سبق ذكره.

- **العناصر البيئية:** وأخيرا وليس آخرا، تأثير العناصر البيئية، العديد من الشركات الناشئة تفشل بسبب عدم الاهتمام بالعناصر البيئية، مثل الاتجاهات الحالية، والقيود في الأسواق، والمسائل القانونية، وما إلى ذلك في حين أن البيئة الداعمة تسهل نجاح الشركات الناشئة.

المطلب الرابع: أسباب تعثر الشركات الناشئة في الجزائر.

وبالرغم من تلك الأهمية المتزايدة والكبيرة للمشروعات الناشئة إلا أن تطورها ونموها تعترضه مجموعة من المشاكل والمعوقات والتي حالت دون أن تصل إلى مستويات على مما عليه اليوم إذا ما قارنا ذلك بالاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية الموجهة لتدعيمها.

تحظى الشركات الناشئة في الجزائر باهتمام واسع النطاق من طرف الدولة، حيث تسعى دائما لتشجيعها ودعمها بشتى الطرق لإنجاحها والإستفادة من خدماتها لك بالرغم من ذلك تشهد صعوبات جمة تحول بينها وبين الإستمرار والاستدامة ونقدم في هذا المطلب أهم أسباب تعثر الشركات الناشئة في الجزائر والتي أهمها ما يلي¹:

أولاً: القضايا والنزاعات.

الجدول رقم (03): عدد القضايا المتنازع فيها خلال الفترة الممتدة من 2017 إلى 2019

2019	2018	2017	السنة / نوع النزاع
149	631	692	منازعات (مدني تجاري)
88	139	41	منازعات (جزائي)
237	770	733	المجموع
1740			المجموع الكلي

المصدر: مصلحة التحصيل، المنازعات والشؤون القانونية، بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية الشلف.

الجدول رقم (04): عدد الشركات المعنية بعدم سداد القرض بدون فائدة الممنوح من طرف Ansej.

2019	2018	2017	السنة
770	851	898	عدد الشركات

المصدر: مصلحة التحصيل، المنازعات والشؤون القانونية بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية الشلف.

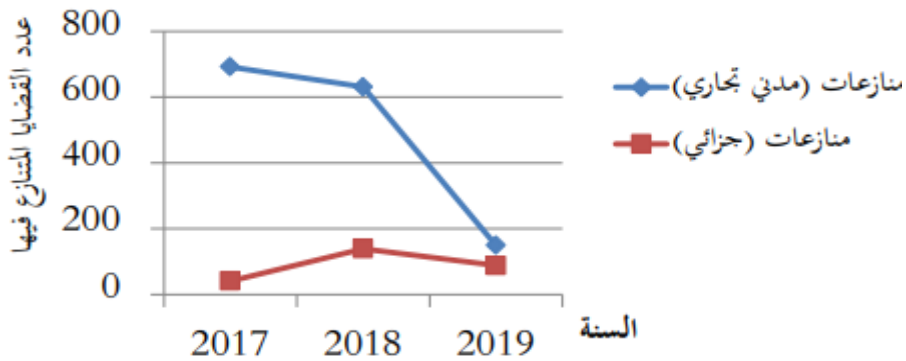
¹فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، أهمية التعلم في تخفيف حدة تعثر الشركات الناشئة startups في الجزائر، دراسة تحليلية، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 02، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر 2020، ص ص125-131.

التعليق:

من خلال الجدولين رقم 03 و 04: يظهر لنا أن العدد الإجمالي للقضايا المتنازع فيها خلال الفترة الممتدة من سنة 2017 إلى 2019 بلغ 1740 قضية بنوعيتها المدني التجاري والجزائي، حيث تعود أسباب المنازعات التابعة للقسم المدني التجاري إلى عدم احترام دفتر الشروط، التصريحات الكاذبة، وعدم احترام آجال الدفع، وبلغ عدد الشركات المعنية بعدم سداد القرض بدون فائدة الممنوح من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ 2519 شركة خلال نفس الفترة، أما المنازعات الجزائية فتتعلق بتبديد الأموال المرهونة وخيانة الأمانة.

وترتبط خلفيات هذه الأسباب حسب تصريحات مدير مصلحة التحصيل والمنازعات والشؤون القانونية بنقص الخبرة لدى أصحاب المشاريع، غياب الرؤية الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، محدودية الهدف، سوء اختيار موقع الشركة المراد تأسيسها، عدم كفاءة الموارد البشرية والطاقت الإدارية، التمويه، سوء تسيير الميزانية، والتأخر في تغطية التكاليف وهذا ما أدى إلى تماطل أصحاب المشاريع عن الالتزام بمسؤولياتهم، والتعاس عن تسديد ما عليهم من قروض وتناقلهم عن ذلك.

الشكل رقم (08): منحى تطور القضايا المتنازع فيها.



المصدر: مخرجات برنامج Excel

التعليق:

يوضح الشكل منحى القضايا المتنازع فيها، والذي يظهر انخفاض في عدد المنازعات المدنية التجارية، وتذبذب منحى المنازعات الجزائية، وتعود الأسباب في تسوية وضعية فئة من الشركات، وتصفية الأخرى، وظهور قضايا جديدة بظهور المشاريع الجديدة التي واجهت صعوبات وتعثرت بعد فترة قصيرة من نشأتها، حيث بلغت الزيادة من سنة 2017 إلى 2018 فيما يخض القضايا الجزائية 98 قضية، وتجدر الإشارة إلى أن تعثر هاته الشركات غالبا ما ينحصر بين بداية المشروع، تحقيق الربح، وتسديد الديون، أو توفير السيولة وهذا الأمر يمثل توليفة صعبة في العديد من الأحيان على الشركات في الوصول إلى الهيكل التمويلي الأمثل الذي يجنبها التصفية أو الدخول في إجراءات قضائية.

ثانيا: دور الموارد المالية والقدرات الفنية والحجم في تعثر الشركات.

أشارت نتائج دراسة كل من التي هدفت إلى تحليل أسباب فشل المقاولات المصغرة-من خلال دراسة عينة تتكون من 150 مفردة على أصحاب المقاولات المصغرة الناشطة في ولاية الشلف - أن أسباب تعثر هاته الفئة يرتبط بالتعثر المالي للمشروع لعدم القدرة على سداد القروض وفوائدها للبنوك، إضافة إلى صعوبة الحصول على تمويل رسمي من الجهات الحكومية المعنية بالشركات الناشئة لزيادة رأس المال، وأخيرا عدم القدرة على زيادة رأسمال الحالي بطرق غير رسمية أو بالطرق الشخصية لعسر الحال.¹

وجاءت الأسباب المتعلقة بالمهارات الإدارية والتسويقية في المرتبة الثانية، حيث تعاني المقاولات المبحوثة من عدم توافر المهارات الإدارية لدى العاملين بالمشروع، ونقص في الخبرات التسويقية لمنتجاتها في السوق التنافسية، إضافة إلى شدة المنافسة في السوق وارتفاع أسعار المواد الخام ومستلزمات الإنتاج، وزيادة تكاليف النقل والمناولة.²

ومعيار الحجم له تأثير على احتمالية فشل الشركات الناشئة، حيث كلما قل حجم الشركة كلما كان احتمال فشلها أكبر والعكس صحيح، إذ تنخفض احتمالية الفشل في الشركات ذا الحجم الكبير، ولعل أهم سبب يتمثل في قدرة هذا النوع من الشركات على امتلاك إمكانيات أكبر في اللجوء إلى الأسواق المالية وتستطيع الاقتراض بشروط أيسر من تلك التي أقل منها حجما.³

ثالثا: مراحل تعثر الشركات الناشئة.

وتمر مراحل تعثر الشركات الناشئة بأربع مراحل أساسية قبل الوصول إلى المرحلة التي يتوجب عليها التوقف الإجباري عن ممارسة النشاط بحكم قضائي يعلن إفلاسها إما بصفة نهائية إذا كان القرار يتضمن الإقرار بتصفيتها، أو بصفة مؤقتة إذا كان من الأفضل إجراء التسوية القضائية بمنحها فرصة أخرى لمواصلة النشاط إذا كانت القرائن الثبوتية تقرر بذلك، وعليه يمكن: تشخيص المراحل التي تسبق إحدى هذين الإجرائين كما يلي:⁴

1. مرحلة ظهور بوادر الفشل: ترتبط هذه المرحلة بالعديد من الظواهر السلبية والتي تتمثل أهمها في نقص الطلب على منتجات الشركة، ضعف كفاءة أساليب الإنتاج، ضعف الموقف التنافسي للشركة، والزيادة الكبيرة في تكلفة التشغيل، انخفاض معدل دوران الأصول، إقرار توسعات استثمارية بدون توافر رأس المال الكافي لمواجهتها، إنعدام التسهيلات المصرفية الكافية، بالإضافة إلى هذا هناك عدة مظاهر تعتبر مقدمات لمرحلة الفشل.

¹ محمد فلاق، إسحاق خرشي، سميرة أحلام حدو، تحليل العلاقة السببية بين مدى توافر المهارات التسييرية وفشل المقاولات المصغرة-دراسة حالة المقاولات العامة في ولاية الشلف، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 03، جامعة المسيلة، الجزائر، 2018، ص 348.

² نفس المرجع السابق، ص 349.

³ فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، أهمية التعلم في تخفيف حدة تعثر الشركات الناشئة startups في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 128.

⁴ مصطفى طويطي، مصطفى بلمقدم، سيناريوهات فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وآليات علاجها، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 5، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2014، ص 73-75.

2. مرحلة العسر المالي المؤقت (الارتباك المالي): في هذه المرحلة تكون الشركة ذات أصول تفوق في قيمتها مجموع التزاماتها، ولكن توزيع هذه الأصول يكون بشكل لا يمكنها من الحصول على عوامل الإنتاج ومقابلة التزاماتها الجارية لضعف مركزها النقدي وبالتالي فهي تحد نتيجة لعدم كفاية السيولة، وهذه الحالة عادة ما تكون مؤقتة لأن التدهور مازال في بدايته، لدى تسمى هذه المرحلة بالعسر المؤقت.

3. مرحلة العسر المالي الفني: كما سبق الإشارة إليه بأنه يشير إلى عدم قدرة الشركة على الوفاء بالتزاماتها قصيرة الأجل والتي تنشأ من الانخفاض الجوهرى في الرصيد النقدي المتاح واللازم لدفع التزاماتها المستحقة، وبالتالي فحالة فقدان السيولة تحدث بالرغم أن الأصول تغطي الالتزامات ولكنها متوفرة في شكل يصعب تحويله لنقدية في الوقت المناسب، مما يعني أن المشكلة في الموقف النقدي وليس في الموقف المالي، ولهذا فإن الشركة تكون في حالة عسر مالي إذا كانت أصولها المتداولة أو قيمة استثماراتها الموجهة لرأس المال العامل غير كافية لمواجهة التزاماتها الجارية بكامل قيمتها بالإضافة إلى عدم قدرتها على توفير القيمة المناسبة.

وبالنظر إلى ما سبق، وبالتعمق في تحليل النتائج المتوصل إليها نجد أن أصحاب المقاولات لا يولون أهمية للتعليم والبحث والتحري عن مصادر النجاح ودراسة المتغيرات التي تؤثر فيهم ولها علاقة مع شركاتهم أو بالأحرى بفكرة مشروعهم قبل البدء فيه، ولا يملكون الاستعداد الكافي للاستمرار والبقاء في قطاع الأعمال، وبالرغم من وضوح المخاطر عموماً.

ملخص الفصل الثاني:

تعتبر الشركات الناشئة مؤسسات حديثة التأسيس في عالم الأعمال وهو ما يؤكد اللفظ باللغة الأجنبية startup، وتعتبر من أساسيات كل دولة حيث أن أهميتها ودورها يتزايد باستمرار لذا تحتاج لدراساتها دراسة معمقة ومتابعة نشاطها لمعرفة كل الجوانب المساهمة في تأسيسها ونموها وضمان استمراريتها واحتلال مكانة في الأسواق المحلية والعالمية حيث أصبح التوجه إلى المؤسسات الناشئة ضرورة لا بد منها نظرا للنتائج الكبيرة المحققة.

الجزائر كبقية الدول تهتم بموضوع الشركات الناشئة بشكل كبير في الآونة الأخيرة نظرا لأهميتها في الترقية الاقتصادية واعتبارها أهم البدائل التي يمكن الإعتماد عليها مستقبلا في تنويع الاقتصاد غير أنها لازالت في بدايتها ودون مستوى التطلعات وبعيدة عن مفهومها مقارنة بالدول المتقدمة وذلك بحكم بعدها عن المجال التكنولوجي وغياب وعي المستثمرين وتأخرها عن الإهتمام بتأسيس حاضنات الأعمال التي تبقى جد محدودة وهو ما يغيب دورها كأداة دعم وعامل إنمائي للمؤسسات الناشئة مما جعلها تواجه تحديات نظرا لحدائتها وصعوبة تمويلها.

الفصل الثالث:

الإبداع والابتكار في شركة فيزيون إن تيك

تمهيد :

بعد ما توصلنا اليه في الفصل السابق حول الدور الكبير الذي يقوم به الإبداع والابتكار في تدعيم الشركات الناشئة وفعاليتها في تقوية أسباب نجاحها واستمرارها من الجانب النظري، وما قد يؤديه الإبداع والابتكار من خلال ذلك في ترقية المجتمع وتطور الاقتصاد، سنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء أكثر على هذا الدور من الناحية التطبيقية، والوقوف ميدانيا على دور الإبداع والابتكار في استمرار ونجاح الشركات الناشئة من خلال دراسة حالة شركة فيزيون ان تاك، وهذه الشركة التي ظهرت منذ عدت سنوات على المستوى الوطني وتنشط محليا ودوليا، وتعد من بين 700 شركة ناشئة يراهن عليها الآن المسؤولون والاقتصاد ، وهي شركة ناشئة تنشط في ولاية المسيلة، وحائزة على علامة شركة ناشئة، وسنتطرق الى تفاصيل الابتكار والابداع على مستواها.

المبحث الأول: تقديم شركة فيزيون ان تاك.

تعتبر شركة فيزيون ان تاك إحدى الشركات الناشئة الخاصة في مجال الكهرباء والصناعات الكبرى، خدماتها تتضمن الصيانة الكهربائية الصناعية وهي واحدة من أكثر العمليات الصيانة شيوعا اليوم حيث يتم استخدام التقنيات مثل: تشكيل المعدات الكهربائية، توليد الحرارة، لتشغيل التركيبات الكهربائية الأساسية، والتركيبات الكهربائية المنزلية أو حتى التركيبات الكهربائية الصناعية خاصة في ما يخص المحاجر وفي هذا المبحث سنتطرق إلى مفهوم المؤسسة مع ذكر أهميتها وأهدافها وهيكلها التنظيمي.

المطلب الأول: مفاهيم حول شركة فيزيون ان تاك

أولاً: نشأة شركة فيزيون ان تاك.

أنشأت شركة فيزيون ان تاك (SARL vision intek) سنة 2018 من طرف شريكين بحصة 50% لكل واحد منهما. ولقد أنشأت شركة فيزيون ان تاك في 13/ديسمبر/2018 تحت رقم التعريف الجبائي: (NIF) 001828056459719، برأس مال قدره 1000000 دينار جزائري سنة نشأتها الأولى. بدأت شركة فيزيون ان تاك نشاطها ابتداءً من 2018 بهدف تطوير مجال الكهرباء وحل عديد المشاكل.

تمتلك المؤسسة وحدة واحدة وهي: وحدة المسيلة.

ثانياً: تعريف شركة فيزيون ان تاك.

تمنح علامة "مؤسسة ناشئة" صالحة لمدة أربع (04) سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة، طبقاً للمادة الرابعة عشر (14) من المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 إلى المؤسسة: SARL vision intek.

شركة فيزيون ان تاك تقع في طريق درع الحاجة، قطعة 02، حي 275 بلدية المسيلة ولاية المسيلة، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة تعمل في مجال التركيب وصيانة الكهرباء المتقدمة للصناعات الكبرى والتي تعتمد على التكنولوجيات الحديثة والمتقدمة.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي وأهداف شركة فيزيون ان تاك.

لكل مؤسسة أهداف تسعى لها ومن أجل تحقيق هذه الأهداف فلا بد من أن هذه المؤسسة يكون لها هيكل تنظيمي لتسيير المؤسسة في هذا المطلب سنتطرق إلى أهم هذه الأهداف والهيكل التنظيمي للمؤسسة.

أولاً: الهيكل التنظيمي لمؤسسة فيزيون ان تاك

يتخلف الهيكل التنظيمي لمؤسسة فيزيون ان تاك عن الهيكل التنظيمي للمؤسسات الكلاسيكية إذ أن هذه المؤسسة الناشئة لديها جانبين أساسيين في هيكلها التنظيمي.

جانب تقني:

يحتوي هذا الجانب على الشخص المسؤول عن الأعمال التقنية في المشروع، سواء كان مصدر خارجي مثل التعاقد مع شركة أخرى لتقوم بتلك الأعمال او تعيين موظفين في الشركة لأداء تلك المهام اذا كان حجم التقنيات أكبر قليلاً، ويقوم عليهم الشريك الاول.

جانب إداري:

يحتوي هذا الجانب على جميع المصالح ذات الطابع الإداري كالوسائل العامة والمالية والحاسبة والموارد البشرية والعلاقات العامة، مثل تخفيض تكلفة العمليات الانتاجية وتحسين مستويات الأسعار التي يقوم بها الشريك الآخر.

ثانياً: أهداف شركة فيزيون ان تاك.

بالنسبة لأهداف هذه المؤسسة فأهم أهدافها يتمثل في:

- تهدف إلى التوسع والانتشار أكثر في مجال عملها والإبداع والابتكار في مجال الصناعات الكهربائية.
- تحقيق الفعالية وهي مدى تحقيق الاهداف.
- الوصول إلى الكفاءة هي تحقيق الاهداف في اقل فترة زمنية ممكنة وبأقل تكلفة والحفاظ على الجودة والنوعية مع عقلانية استعمال المواد الأولية.
- إطالة العمر الإنتاجي للمعدات.
- الحفاظ على مستودع قطع الغيار محدثاً لتقليل وقت الانتظار لإصلاح كبير.
- صنف المرافق المختلفة وفقاً لنوع عملها لتكييف فحوصات الصيانة على أفضل وجه ممكن.
- تقليل التوقفات بسبب الأعطال غير المتوقعة للمرافق.
- التقليل من الإسراف في استهلاك الكهرباء.

المطلب الثالث: مهام و آفاق شركة فيزيون ان تاك.

لهذه المؤسسة الناشئة العديد من المهام والآفاق التي تسعى للوصول إليها حيث سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم هذه المهام والآفاق المسطرة.

أولاً: مهام شركة فيزيون ان تاك.

تتمثل مهام هذه المؤسسة في¹:

¹ من مؤسسة فيزيون ان تاك.

- المؤسسة تسعى دوما لإيجاد حلول للمشاكل في إطار الابتكار والإبداع من اجل تصنيع و ابتكار معدات او اجهزة او آلات تخص الجانب الصناعي والالكتروني التي يعتمد على التكنولوجيات الحديثة والدقيقة لاسيما ما يسمى اليوم بالرقمنة سواء في مجال الصناعات الكبرى أو في مجال المرافق العمومية .

ولها أيضا عدة مهام أخرى أهمها:

1- الربط الصحيح للأسلاك الكهربائية:

تتمثل إحدى وظائفه الأخرى في القدرة على إجراء تشابك صحيح وربط كل من الكابلات والقنوات دون مشاكل.

2- تحديد جميع أنواع العيوب:

من بين الوظائف الرئيسية أيضا وجب عن الخطأ ثم عزله، من الشائع حدوث هذا النوع من الحالات في الأنظمة الكهربائية والإلكترونية.

3- التأكد من التشغيل السليم:

يجب على المتخصص في هذا المجال التحقق من أن المعدات والعناصر الإلكترونية المختلفة تعمل بالجهد الصحيح (لهذا يستخدم الفولتميتر)، سيساعد هذا الإجراء في منع جميع أنواع الفشل. مع وضع كل هذه الوظائف الأساسية في الاعتبار دعونا الآن نتعمق أكثر في المهام، ماذا يفعل في كهرباء الصيانة الصناعية لإعتبارها مهنة ذات أهمية حيوية.

4- صيانة شاملة لمصنع الإنتاج:

ستتألف مهمتك من القيام بجميع أنواع الأنشطة المجدولة مسبقا للصيانة الوقائية للمعدات، سيتعين عليك الدراسة وتقديم توصية عامة بشأن الإصلاح والصيانة. إنه أحد أفضل التدابير المناسبة لمساعدة الأنظمة الكهربائية على العمل بشكل صحيح والبقاء في حالة مستقرة.

بالإضافة إلى ذلك يعني هذا الإجراء نفسه أن الكهربائي الصناعي سيضمن التنظيف المستمر لجهات الاتصال مثل لوحات الدوائر، وهذا يضمن عدم تراكم الغبار وتكوين دوائر قصيرة نموذجية.

5- إجراء الاختبارات المختلفة:

الأنظمة والأجهزة الكهربائية إلى الخضوع لإختبارات مختلفة ومن هناك لمعرفة ما إذا كانت تتمتع بالظروف المثلى أم لا.

سيحدد كل إختبار ما إذا كان يلزم إجراء إصلاحات أو تحديد المعدات التي تتطلب ترقية فورية. تتضمن هذه الاختبارات المختلفة أيضا إجراءات عملية مثل تحديد الإمكانيات العالية ورؤية القطبية وتيار الإثارة وتحليل الاهتزازات من بين جوانب أخرى من شأنها أن تعطي تشخيصا كاملا للنظام الكهربائي الصناعي.

6- إجراء عمليات تفتيش مستمرة:

تقوم الشركة إضافة لما سبق بإجراء فحوصات روتينية للأنظمة الكهربائية المختلفة، لمختلف الشركات بطلب منها.

-كما يوجد في الملحق أدناه عملية تركيب لمؤسسة فيزيون ان تاك للجهاز الأوتوماتكي لمنظمة (Climent SPA CILAS (lafrage souakri في بسكرة.

ثانيا: آفاق وتطلعات الشركة.

بالنسبة لآفاق هذه الشركة فهي تحمل في طياتها طموحات واعدة تماشيا مع السياسات الحديثة سواء للدول المتقدمة أو المتعاملين الاقتصاديين الذين يعتمدون في اعمالهم على التكنولوجيات الحديثة والإبداع والابتكار وجلب كل ما من شأنه أن يقدم خدمات في لبها حلول لمشاكل يعاني منها المجتمع سواء منذ أزمنة قديمة أو في العصر الحديث تماشيا مع متطلبات المجتمع.

ومن هنا تسعى الشركة دوما لأن تكون في مصاف الشركات المتقدمة التي تعتمد في نشاطاتها على عناصر من مزيج التسويق المتعددة والمختلفة سواء تلك العناصر الأربعة المتمثلة في:

- المنتج (product).
- السعر (price).
- الترويج (promotion).
- المكان (place).

وأيضا عناصر المزيج التسويقي السبعة الذي هي عبارة عن خطط وأدوات وسياسات وخدمات واستراتيجيات، يقوم بتأديتها فريق التسويق المتخصص من أجل الخلط بين العوامل المتنوعة للتسويق، وتتمثل في:

- المنتج (product).
- السعر (price).
- الترويج (promotion).
- المكان أو المنطقة الجغرافية (place).
- العملية (process).
- الدليل المادي (physical evidence).
- الموظفين (people).

لا يوجد فرق بين 4ps و 7ps لأنهما في الأساس نفس الشيء حيث تم تأسيس 4ps في وقت كانت فيه الشركات التجارية أكثر عرضة لبيع المنتجات، ومع مرور الوقت، أضاف كل من بوومز وبيتتر ثلاثة عناصر أخرى إلى المزيج وبهذا تحولت من 4ps إلى 7ps.

المبحث الثاني: براءة الاختراع في الشركات.

إن ابتكار الشيء اختراعا تأتي من كون الاختراع فيه معنى الإبداع ومعناه الاتيان بشيء جديد، وعملية خلق أو تطوير أو تحسين فكرة في جميع جوانب الحياة، وإن اختلاف مسميات التي سميت بها براءة الاختراع لا يغير من حقيقة أنها تنتج من الإبداع والابتكار داخل المؤسسة.

المطلب الأول: مفهوم براءة الاختراع.

نتطرق في هذا المبحث إلى كل من تعريف براءة الاختراع والخصائص الخاصة بها والمتمثلة في التالي:

أولاً: تعريف براءة الاختراع.

عرف المشرع الجزائري براءة الاختراع بموجب المادة الثانية في فقرتها الثانية من الأمر 07/03 المتعلقة ببراءة الاختراع: "البراءة أو براءة الاختراع وثيقة تسلم لحماية الاختراع"، حيث إن الجهة المختصة بمنح هذه البراءة هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.¹

نلاحظ أن المشرع الجزائري ربط تعريف البراءة بالاختراع حيث عرف هذا الأخير على أنه: "فكرة تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية".²

كما عرفها البعض الآخر بأنها: "شهادة تمنحها الدولة للمخترع فتثبت له حق احتكار استغلال اختراعه ماليا لمدة محدودة وبأوضاع معينة، ويكون موضوعها ابتكارات محلها منتجات صناعية جديدة أو استعمال طرق صناعية جديدة"³

في الأخير يمكن أن نستنتج من هذه التعريفات أن براءة الاختراع هي الشهادة التي تمنحها الدولة للمخترع بواسطة هيئة مختصة ما دامت قد استوفت الشروط القانونية اللازمة، كي يثبت له حق احتكار استغلال اختراعه.

ثانياً: خصائص براءة الاختراع.

يتصف قرار منح براءة الاختراع بأنه قرار إداري يصدر من جانب واحد بعد استكمال الشروط الشكلية المحددة في القانون فهناك خصائص ومميزات خاصة متعلقة بقرار منح براءة الاختراع والمتمثلة بأبرز هذه الخصائص هي:

- إن براءة الاختراع كاشفة لحق المخترع، فمن الشروط الواجب توافرها لمنح براءة الاختراع يجب على صاحب الاختراع أن يقدم طلب لاختراع واحد يراعى فيه وصف تفصيلي للاختراع وطريقة استغلاله على

¹المادة الثانية من الفقرة الثالثة من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع تنص على: "المصلحة المختصة لبراءة الاختراع هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

²المادة الثانية، الفقرة الأولى من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع.

³رحال علي، الحماية الجنائية لبراءة الاختراع(دراسة قانونية)، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2011، 01/2012، ص32.

وجه قابل للتنفيذ ويشمل الوصف للعناصر الجديدة التي يطلب صاحب الشأن حمايتها بطريقة واضحة ويرفق بالطلب رسم الاختراع والنماذج تبعا لمقتضيات الحالة، وهذا مانصت عليه المادة 02/16 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.

• إن قرار براءة الاختراع منشئ لحق المخترع في احتكار واستغلال اختراعه، لذا يجب أن نفرق بين حق الاستغلال وحق الاحتكار، فالبراءة هي منشئة للحق وذلك لأن الحق في استغلال هذا الاختراع لا ينشئ إلا إذا منحت هذه البراءة، ومن دونها لا يصبح الابتكار حقا مطلقا لصاحبه وحده وإنما يكون للمجتمع بأسره حق استغلاله، وقبل الحصول على البراءة لا يعتبر المخترع صاحب ملكية صناعية وإنما مجرد صاحب سر اختراع طالما أنه يحتفظ به لنفسه.

• إن قرار منح البراءة يعتبر عقدا يبرم ما بين الإدارة والمخترع، وبمقتضاه يقدم المخترع طلبا يكشف عن سر اختراعه إلى الإدارة المتمثلة بالمجتمع حتى يتمكن المجتمع الاستفادة منه صناعيا عند انقضاء مدة البراءة وبالمقابل تمنح الإدارة المخترع حق استغلال اختراعه طيلة الحماية القانونية.

• إن قرار منح البراءة هو عمل قانوني يصدر من جانب واحد متمثل بالإدارة يتضمن منح براءة الاختراع إلى طالبيها متى ما توافرت في الاختراع شروط محددة قانونا ذلك لأن القانون يوجب على الإدارة منح البراءة إذا توافرت فيها الشروط القانونية اللازمة لذلك.

المطلب الثاني: أهمية براءة الاختراع وشروط منحها.

في هذا المطلب سنتطرق إلى كل من الأهمية التي تحضى بها براءة الاختراع وشروط منحها ونقدمهم كما يلي:

أولا: أهمية براءة الاختراع.

لبراءة الاختراع العديد من الفوائد والتي يمكن تلخيصها فيما يلي¹:

- فهي تمكن من معرفة نشاط الاختراع والإبداع التكنولوجي بفضل المعلومات الزمنية والجغرافية، القطاعية، والتكنولوجية التي توفرها.
- تعتبر مؤشرا جيدا للتنافس في المجال التكنولوجي، كونها ثمرة للإجراء الطويل لعملية الاختراع، الهدف منها تحقيق المردودية التجارية.
- تسمح بتحديد التوجه القطاعي من خلال الإحصائيات المتوفرة لفترات زمنية طويلة، والمبوبة حسب مجالات تكنولوجية.
- تعتبر مصدرا ماليا من خلال استرجاع عل الأقل جزء من المداخل الناتجة عن الإبداع التكنولوجي.
- تعتبر مرجعا لكشف خصائص الإبداع التكنولوجي وهو الشرط الأساسي لتحويلها إلى سلعة لكن بضمان حماية، إذا براءة الاختراع تسمح بنشر الإبداع التكنولوجي.

¹دويس ابراهيم، بختي محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لتنافسية الاقتصاديات الجزائر والدول العربية، مجلة الباحث(04)، الجزائر، 2006، ص149-150.

- في نفس الوقت تنشأ حقوق منقولة، وهي تمثل وسيلة لكشف القيمة المستقبلية للجهد التكنولوجي.

ثانيا: شروط منح براءة الاختراع.

نص المشرع الجزائري على جملة من الشروط لحصول المخترع على البراءة نظمها بموجب المواد من 03 إلى 35 من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع، منها ما يتعلق بالاختراع في حد ذاته وهي ما اصطلح عليه بالشروط الموضوعية أولا، ومنها ما يتعلق بما يقوم به المخترع من إجراءات طلب الحصول على براءة الاختراع والمتمثلة في الشروط الشكلية ثانيا والتي سيرد ذكرها فيما يلي:

1- الشروط الموضوعية:

تعتبر الشروط الموضوعية الركيزة الأساسية لإعتبار الاختراع محلا للبراءة، فهذه الشروط تخص الاختراع في حد ذاته¹.

حيث تستخلص هذه الشروط من المادة الثالثة من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع وهي على النحو التالي:

أ- أن يكون الاختراع موجودا :

إن الأساس التي تقوم عليه حماية حق المخترع والذي يمنح بمقتضاه للمخترع البراءة هو وجود اختراع، ولولا وجود الاختراع لما استحق المخترع الحماية².

إن لا بد من ابتكار شيء جديد لم يكن موجودا من قبل يحدث معه طفرة نوعية في مجال الصناعة، وأن لا يشكل صورة من صور الاستخدام العادي للمهارة الفنية أو الخبرة أو التجارب العلمية لتحسين الإنتاج³.

وقد عالج المشرع الجزائري هذا الشرط من خلال المادة 03 من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع، والتي تنص على أنه: "يمكن أن تحمي بواسطة براءة الاختراع، الاختراعات الجديدة والناجمة عن نشاط اختراعي والقابلة للتطبيق الصناعي".

ب- أن يكون الاختراع جديدا:

يكون الاختراع جديدا إذا لم يكن معروفا في السابق قبل تصريح المخترع به، أي عدم علم الغير بسر الاختراع قبل إيداع طلب التسجيل، كما يشترط لمنح البراءة أن يكون الاختراع جديدا لم يسبق نشره أو استعماله أو سبق منح براءة عنه باعتبار أن البراءة تمنح لصاحبها احتكار استغلال الفكرة مقابل الفكرة

¹فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري(الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2001، ص56.

²جامع مليكة، الحماية القانونية لبراءة الاختراع، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 04، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي صالح أحمد، النعامة، 2018، 112.

³عامر محمود الكسواني، القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية (دراسة مقارنة)، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص194.

مقابل الكشف عنها للجمهور، أما إذا كانت معروفة من قبل انتفى مبرر إصدار البراءة. وتأخذ الجدة عدة أشكال فتكون اختراع منتج جديد أو طريقة جديدة أو تركيب جديد، فحتى يكون الاختراع محميا ببراءة يجب أن يضيف الجديد إلى التراث المعرفي والتقني للمجتمع.¹

أما المشرع الفرنسي فعرف شرط الجدة فيما يلي: "يعتبر الاختراع حاصلًا على صفة الجدة إذا لم يكن موجودًا في الحالة التقنية السابقة

ج- أن يكون الاختراع ناتجا عن نشاط اختراعي:

يعني هذا الشرط عدم بداهة الاختراع في المجال أو القطاع الذي يكون فيه سواء كان منتجًا أو طريقة صنع للمنتج، وألا تكون فكرة بديهية بل يلزم أن ينطوي هذا الاختراع على فكرة ابتكارية أصلية تؤدي إلى إحداث تقدم صناعي مألوف من قبل.²

حيث نص على هذا الشرط المشرع الجزائري في المادة الخامسة من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع، وأوضح أن النشاط الاختراعي هو الذي لم يكن ناجما بداهة عن الحالة التقنية، أي عدم وصول المعلومة إلى الجمهور وذلك قبل تاريخ إيداع طلب الحماية أو تاريخ المطالبة بالأولوية. فالمعايير التي وضعت للنشاط حتى يكون ابتكاريا هي:

-حالة التقنية: يجب أن تحتوي على كافة المعلومات السابقة، وتكون هذه المعلومات في متناول الجمهور وكفيلة بصنع نفس الاختراع، كما تكون مبسطة وسهلة في غالبيتها، بالإضافة إلى ذلك أن تكون في متناول العامة قبل تاريخ إيداع طلب البراءة ومن المعلومات التي يجوز نشرها وتداولها بشكل عادي.³

-رجل المهنة العادي: هو رجل الفن المعترف له بالقدرة العلمية والإبداعية، وأنه يعلم بالمعرفة التقنية موضوع البحث، ويكون بمقدوره وبمقتضى معلوماته المهنية أن يبدي رأيا صحيحا.⁴

د- أن يكون الاختراع قابلا للتطبيق الصناعي:

يعتبر هذا الشرط عنصرا جوهريا في الاختراع لأنه يخرج الاختراع من عالم التفكير المجرد إلى عالم التنفيذ، بصورة يمكن معها الاستفادة منه عمليا عن طريق استعماله أو استغلاله أو استثماره في أي مجال من المجالات الصناعية المتعددة، كما أن البراءة لا تمنح في هذه الحالة إلا إذا ترتب عن ذات الاختراع واستعماله نتيجة صناعية تصلح للاستغلال في مجال الصناعة كاختراع آلة أو جهاز أو أي شيء ملموس.⁵

¹ منى جمال الدين محمد محمود، الحماية الدولية لبراءات الاختراع في ضوء اتفاقية تريبس والقانون المصري رقم 82 لسنة 2002، دار أبو المجد للطباعة، مصر، ص 255.

² ونوغي نبيل، النظام القانوني لبراءة الاختراع وفق التشريع الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الأمين دباغين، سطيف، الجزائر، 2016، ص 208.

³ نفس المرجع السابق، ص 209.

⁴ نعيم مغيب، براءة الاختراع (ملكية صناعية وتجارية)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الاردن، الطبعة الأولى، 2003، ص 53.

⁵ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية (براءات الاختراع-الرسوم الصناعية- النماذج الصناعية العلامات التجارية- الأسماء التجارية- العناوين التجارية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 40.

هـ- أن يكون الاختراع مشروعاً:

نص المشرع الجزائري في المادة الثامنة الفقرة الثانية من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع على أنه لا يمكن الحصول على البراءة إذا كان الاختراع مخالفا للنظام العام والآداب العامة، وكذلك إذا كان تطبيقه على الإقليم الجزائري فقط.

حيث يشترط المشرع أن يكون موضوع استغلال الاختراع مشروعاً لا يؤدي إلى الإضرار بالمصلحة العامة سواء من الناحية الصحية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، ومن أمثلة الاختراعات غير المشروعة: آلة لتزوير النقود، فحتى لو كان الاختراع جديداً ونتاجاً عن خطوة ابتكارية وقابلاً للتطبيق الصناعي، لكن لا يمكن الحصول على براءة الاختراع إذا كان غير مشروع.

نستخلص مما سبق أنه إذا توفرت في الاختراع كل هذه الشروط الموضوعية هنا يجوز لصاحب الاختراع أن يتقدم بطلب تسجيل اختراعه لدى الهيئة المختصة، قصد الحصول على الحماية وهذا ما يؤدي بنا للتطرق إلى الشروط الشكلية.

1- الشروط الشكلية.

إن توفر الشروط الموضوعية بحد ذاتها في الاختراع لا تكفي بمفردها لحفظ وصون صاحب الاختراع، بل لابد من المبادرة بترجمة هذا الاختراع إلى وثيقة رسمية تصدر من جهة رسمية مختة، والتي تعتبر بمثابة شهادة ميلاد الاختراع وانتسابه رسمياً باسم المخترع، فيجب أن تتوفر شروط شكلية من أجل استصدار البراءة والتي نص عليها المشرع الجزائري في المواد من 20 إلى 35 من الأمر 07/03 تتمثل فيما يلي:

أ- إيداع طلب براءة الاختراع:

يعتبر الطلب وسيلة إجبارية لاكتساب حق شرعي على الاختراع، مما يفرض على صاحب الاختراع تكوين ملف وإيداعه لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية.¹

وهذا بقيام صاحب الاختراع بتقديم طلب كتابي للحصول على البراءة طبقاً لنص المادة 20 من الأمر 07/03 وأيضاً وفقاً لنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي 275/05 لدى المصلحة المختصة، وتجدر الإشارة أنه يتم تقديم الطلب من طرف المخترع أو خلفه، كما يتم تقديمه من طرف كل شخص طبيعي أو معنوي، وطنياً كان أو أجنبياً، ويجب أن يتوفر في الطلب المقدم الشروط المحددة في المادة 22 من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع.²

¹ المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، ج. ر. ، عدد 11 لسنة 1998، ص 21.

² رقيق ليندة، براءة الاختراع في القانون الجزائري واتفاقية تريبس، مذكرة ماجستير، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014-2015، ص 29.

ثالثا: فحص براءة الاختراع وإصدارها.

بعد تقديم طلب البراءة وقد استوفى البيانات اللازمة تبدأ الجهة المختصة بفحصه، لكن تختلف درجة الفحص التي تقوم بها هذه الجهة باختلاف النظم التي تأخذ بها التشريعات، حيث يوجد ثلاثة أنظمة لفحص مدى تحقق شروط البراءة من أجل منحها وهي نظام الفحص المسبق: حيث لا تمنح فيه براءة الاختراع إلا بعد التأكد من توافر جميع الشروط الموضوعية والشكلية لصدور البراءة، أما نظام عدم الفحص المسبق، فيقوم على حرية منح براءة الاختراع بمجرد تقديم الطلب متى توافرت فيه الشروط الشكلية فقط، وأخيرا نظام الإيداع المقيد حيث تلتزم الإدارة بفحص الطلب فحصا مقيدا، مع فتح باب المعارضة للغير قبل منح البراءة، ولا تتدخل منذ مرحلة الفحص إلا في مسألة قابلية الاختراع للاستغلال الصناعي من عدمه، فهذا النظام رغم أنه يعطي الغير حق الاعتراض على تسجيل الاختراع خلال مدة معينة يحددها القانون، إلا أنه يبقى على الفحص الشكلي لطلب تسجيل الاختراع ذاته لذلك أطلق عليه مظام الإيداع المقيد.¹

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أكد من خلال المادة 31 من الأمر 07/03 على الأخذ بنظام الفحص غير المسبق بالقول "دون فحص مسبق وتحت مسؤولية الطالبين"، كما تضمنت الفقرة الأولى من المادة 27 من الأمر 07/03 أنه بعد إيداع صاحب الاختراع لطلبه على مستوى الهيئة المختصة، تقوم هذه الأخيرة بفحص الطلب والتأكد من أنه مستوف لكافة الشروط الشكلية.

المطلب الثالث: حقوق والتزامات حامل براءة الاختراع.

سوف نحاول نبين كيف يمكن أن تشكل حقوق والتزامات مالك البراءة عاملا لتشجيع الإبداع بشتى أنواعه في جميع المجالات والصعود بجميع القطاعات.

أولا: حقوق حامل براءة الاختراع: يترتب على الحصول على براءة الاختراع أثاران هاما يمثل أولهما في الاعتراف لصاحبها بحق استشاري عليها، وثانيهما حق التصرف فيها والمتمثلة في²:

• **الحق الاستشاري لحامل البراءة:** للحائز على البراءة وحده الحق في استغلال الاختراع والاستئثار به ومنح الغير من استغلاله إلى بموافقته.

فإذا كان موضوع الاختراع منتجا، يمنع الغير من القيام بصناعته أو استعماله أو بيعه أو عرضه للبيع أو استيراده لهذه الأغراض دون رضا صاحب البراءة، ونفس الشيء إذا كان موضوع الاختراع طريقة صنع، فإنه يمنع الغير من استعمالها واستعمال المنتج الناتج عنها مباشرة أو بيعه أو عرضه للبيع أو استيراده لهذه الأغراض دون رضا حامل البراءة وهذا ما أفادة به المادة 11 من الأمر السابق.

• **حق التصرف في البراءة:** أي لدى صاحب البراءة الحق في التنازل عنها وقد يكون ذلك إما بمقابل فيكون على شكل عقد بيع أو مقايضة أو بدون مقابل على شكل عقد هبة، والتنازل قد يكون كلياً

¹حساني علي، براءة اختراع (اكتسابها وحمايتها القانونية بين القانون الجزائري والقانون المقارن)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، ص147.

²عبد الله حسين الخرموش، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص ص94-98.

أو جزئياً، هذا الأخير يعني التنازل عن بعض الحقوق فقط كالتنازل عن حق الإنتاج وحده أو حق البيع وحده أو حق الاستغلال لمدة معينة.

إضافة إلى حق التنازل هناك حق آخر لمالك البراءة يتمثل في تحويل البراءة عن طريق الإرث أو إبرام عقود تراخيص.

والفقرة الثانية من المادة 11 تقر بوجود هذه الحقوق.

ثانياً: التزامات حامل براءة الاختراع: بغرض الإستفادة من الحقوق المخولة لحامل البراءة يقع عليه أمرين¹:

- **الالتزام بدفع الرسوم المقررة:** يلتزم المخترع بدفع الرسوم القانونية عند تقديمه لطلب الحصول على البراءة، ولقد فرض المشرع الجزائري هذا الالتزام في المادة 9 من الأمر السابق، ونشير هنا إلى أن هذه الرسوم هي مقابل الحماية التي توفرها الدولة للاختراع والابداع التكنولوجي وبالتالي يظهر لنا جلياً أن حماية هي أثر البراءة على الإبداع التكنولوجي.
- **الالتزام باستغلال البراءة:** لقد قلنا فيما سبق أن قابلية الاستغلال الصناعي هي أهم شروط منح البراءة لذا فإن استغلال الاختراع هو واجب، فإن لم يتمكن المخترع من استغلال الاختراع بنفسه وجب ترخيصه للغير إما تعاقدياً أو إجبارياً، وبالتالي يشكل هذا الالتزام دافعاً للمخترع الأصلي باستغلاله واستثمار الاستفادة منه لنفسه.

ثالثاً: أهمية حماية براءة الاختراع.

إن الحماية التي توفرها البراءة ناتجة عن التسجيل لدى المصلحة المختصة والمتمثلة في الجزائر في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وبهذا الشكل سيكون صعباً على المنافسين المحتملين الإقدام على تقليد الاختراع لأن هذا التصرف سيكلفهم عاجلاً أم آجلاً دفع تعويضات مالية للمنتج الأصلي على الخسائر التي مني بها جراء انتهاك حقوقه، أما إذا كان الاختراع غير مبرراً إذا تم تقليده فلن تكون هناك سلطة رادعة.

وتحصلت المؤسسة على براءة اختراع سنة 2021 والتي تحصلت بسببها على علامة مؤسسة ناشئة ولكل براءة اختراع طلب بحماية هذا الاختراع فقدمت المؤسسة الطلب لحماية هذا المنتج.

وتقدمت بطلبها لحماية براءة الاختراع لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في سنة 2020.

¹ نفس المرجع السابق.

المبحث الثالث: الإبداع والابتكار داخل شركة فيزيون ان تاك.

بعد التعرض لتعريف الشركة بما في ذلك إحاطة بمختلف الجوانب المتعلقة بالمؤسسة، حان الوقت لتسليط الضوء إلى الجانب الخاص بالإبداع والابتكار التي وضعت هذه المؤسسة في مصاف الشركات الناشئة المستمرة والناجحة.

المطلب الأول: الأفكار الإبداعية للشركة.

لدى شركة فيزيون ان تاك العديد من الأفكار الابتكارية التي تحتوي على حلول لمشاكل تعرقل المؤسسة وما إلى ذلك فالفكرة الأولى والتي تم تجسيدها كنموذج حقيقي، تم من خلالها الحصول على علامة شركة ناشئة بتاريخ 14/جانفي/2021.

أولاً: التعريف بجهاز أخذ العينات.

هذا الجهاز يتمثل في جهاز آلي أوتوماتيكي، رقمي لنقل وفرز وتعيين جميع المواد الأولية المكونة لمدة الإسمنت بصفة آلية، من أجل تحليلها ورقابة مراحل تصنيعها.

ويتمثل في الشكل التالي جهاز أخذ العينات¹:

الشكل(09): جهاز أخذ العينات.



جهاز أخذ العينات الأوتوماتيكي



¹ من شركة فيزيون ان تاك.

ثانيا: مكونات جهاز أخذ العينات.

ويوضح الشكل التالي المكونات الرئيسية لجهاز أخذ العينات¹:

الشكل رقم(10): المكونات الرئيسية لجهاز أخذ العينات.



المكونات الرئيسية للجهاز



مقدمة شرح المنتج:

كنوع من أنواع الإبداع والابتكار داخل مؤسسة فيزيون ان تاك فإن هذه المؤسسة كجزء من الإبداع وابتكار قدمت براءة اختراع والمتمثلة في جهاز أخذ العينات التلقائي للتحكم في جودة الإسمنت وتحقيق الأداء الجيد والسيطرة على تشغيل وحدات إنتاج الإسمنت، نذكر من بين أمور أخرى: فرن، كسارة، كسارات...

المطلب الثاني: الفوائد والمخاوف المتعلقة بجهاز أخذ العينات.

لهذا الجهاز العديد من الخصائص والفوائد التي تساعد المؤسسة على تسيير أعمالها كما أن لهذا الجهاز مخاوف عديدة تسعى المؤسسة لتجنبها فنقدم في هذا المطلب هذه الفوائد والمخاوف المتمثلة في:

أولاً: الفوائد المتعلقة بالجهاز.

لهذا الجهاز العديد من الفوائد نتطرق منها إلى²:

1. تم تصميم جهاز أخذ العينات التلقائي المعني للتحقق من عملية إنتاج الأسمنت وتحسين الجودة وتجانس أخذ العينات.
2. هذا النظام قادر على أخذ العينة على الفور أو دورية.
3. الغرض من جهاز أخذ العينات هذا هو حماية جودة المنتج.
4. تم تصميم جهاز أخذ العينات هذا لضمان سلامة المرافق والموظفين التقنيين.
5. يهدف جهاز أخذ العينات إلى ضمان أداء آلات الإنتاج.
6. تم تصميم أداة أخذ العينات أيضا لتمثيل مكونات الأسمنت (جميع الخامات بنسبة 100%).

¹من شركة فيزيون ان تاك.

²نفس المرجع السابق.

7. يتطلب جهاز أخذ العينات هذا أهمية قصوى في الأرشفة الرقمية لجميع عمليات أخذ العينات المنفذة خلال دورات الإنتاج.
8. تم رسم تصميم جهاز أخذ العينات الخاص بنا من قبل مخترعونا (ملك للشركة).
9. مكونات الإنتاج لاختراعنا وهي: الميكانيكية والكهربائية يتم اتباعها وصنعها من قبل مخترعينا المحليين 100% جزائريين.
10. نسبة التكامل فيها 90%.

ثانيا: المخاوف المتعلقة بهذا الجهاز.

للجهاز عديد المخاوف ونقدم منها:

1. معلومة: نقص المعلومات.
2. الإنذارات: الإنذارات الخاصة بالجهاز في حالة العطل.
3. إشارة الخطأ: إشارة إلى أنه هناك خطأ في الجهاز.
4. التشخيص: خطأ عند تشخيص المشكل الخاصة بالجهاز.
5. تسيير: سوء تسيير الجهاز.
6. أمر: عدم اعطاء الجهاز الأمر الصحيح.

المطلب الثالث: أهداف هذا الجهاز في الإدارة عن بعد.

للجهاز العديد من الأهداف التي تسعى لمساعدة الشركة في التقدم ونجد منها¹:

- تقليل تكلفة الإدارة اليدوية لمواقع الاستخدام المشترك عن بعد.
- تحقيق التحكم عن بعد في المواقع التي يتعذر الوصول إليها مؤقتا.
- تجنب الإفراط في الملاء والتفريغ للخرانات التي تتزايد في المناطق الحضرية.
- كشف أي شذوذ.
- التدخل في أسرع وقت ممكن.
- ضمان جودة إمدادات المياه عن طريق الحد قدر الإمكان من أي خطر لانقطاع الخدمة.
- تحديد مصاريف الإنتاج والتجهيز والتوزيع حسب الاستفادة، على وجه الخصوص إلى الحد الأقصى، من التيار الكهربائي في الليل والذي يكلف أرخص.

حيث قدمت المؤسسة نموذجا لطريقة عمل الإدارة عن بعد والموضحة في الملحق رقم(06).

¹ من شركة فيزيون ان تاك.

المطلب الرابع: تأثير براءة الاختراع على أداء المؤسسة

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى التأثير الذي تقدمه براءة الاختراع التي تمثل من الإبداع والابتكار على المؤسسة المقصودة فنجد العديد من مجالات التأثير وأهمها¹:

أولاً: في المجال التنظيمي.

تأسست المؤسسة سنة 2018 من تمويل ذاتي، وقامت بالابتكار وتصنيع النموذج الابتكاري وتطوير هو تشغيله بعد عدة تجارب، بتمويل ذاتي كذلك والتي تحصلت إثر ذلك على علامة شركة ناشئة في جانفي 2021 ولغاية اليوم هي تنشط بتمويل ذاتي.

فعدم الحصول على التمويل، هو أن الابتكار الاساسي للشركة يدخل في مجال وميدان الصناعات الكبرى والذكية والعمل على تصنيعه يحتاج إلى استثمار معتبر، وهذا ما لم يتوافق مع حدود وسقوف التمويل الذي يمنحه صندوق تمويل الشركات الناشئة، ونحن نبحث عن آليات وطرق أخرى لتمويل وتجسيد هذا الاستثمار.

بالنسبة لعدد العمال الزيادة فيه كانت بعدد 02 عامل بصفة مباشرة كما كانت زيادة غير مباشرة لمن يقومون معها بأعمال المناولة لبعض الخدمات المكملة لنشاطات الشركة الأساسية.

ثانياً: في المجال التسويقي.

قيمة الشركة زادت في السوق، وخاصة أنها تقدم خدمات متخصصة في قطاع صناعة الإسمنت، خاصة وأن الأجهزة التي يتم تركيبها أو صيانتها تعود ملكيتها لمصانع ومتعاملين إقتصاديين أجانب، وهذا ما يعمل على تثمين وتقييم الرأسمال الفكري المحلي.

بطبيعة الحال فإن عواد الشركة تزيد بزيادة الحصة السوقية، وعدد سندات الطلب الخدمات التي تقدم وقدمت على المستويين المحلي والدولي، وكذلك على المستوى المحلي باسم متعاملين دوليين، طبقاً لعقود التمثيل الأجنبي هنا في الجزائر.

ثالثاً: في مجال العلاقات.

بعدما تحصلت المؤسسة على علامة شركة ناشئة، لدينا وبجهد ذاتي عقدي شراكة مع متعاملين إقتصاديين أجانب، تماشياً مع طبيعة نشاطات الشركة الناشئة.

عقود الشراكة مع كل من الشركات التالية:

¹ من شركة فيزيون ان تاك.

● شركة Buker:

بروكر هي شركة ألمانية تملك عديد الفروع منها فروع في فرنسا والامارات تنشط منذ 55 سنة.

تعمل شركة بروكر على تمكين العلماء من تحقيق اكتشافات خارقة وتطوير تطبيقات جديدة تعمل على تحسين جودة حياة الإنسان، تتيح أدوات بروكر العملية عالية الأداء والحلول التحليلية والتشخيصية عالية القيمة للعلماء استكشاف الحياة والمواد على المستويات الجزيئية والخلوية والميكروسكوبية، تتيح بروكر أيضا الابتكار وتحسين الإنتاجية ونجاح العملاء في البحث الجزيئي لعلوم الحياة، والتطبيقات التطبيقية والدوائية، والمجهر .

اليوم يعمل أكثر من 6900 موظف حول العالم على هذا التحدي الدائم في أكثر من 90 موقعا في جميع القارات، تواصل بروكر البناء على مجموعتها الواسعة من المنتجات والحلول، وقاعدتها العريضة من الأنظمة المثبتة وسمعتها القوية بين عملائها، نظرا لكونها واحدة من شركات الأجهزة التحليلية الرائدة في العالم، فإن بروكر ملتزمة بشدة بمواصلة تلبية احتياجات عملائها بشكل كامل بالإضافة إلى الاستمرار في تطوير أحدث التقنيات والحلول المبتكرة.

● شركة FLUXANA:

[illegible]

ولها عقد شراكة مع شركة فيزيون ان تاك وتتعامل مع الشركة الأم في ألمانيا.

● شركة E2ME:

وهي شركة فرنسية تتشط منذ عام 2009 في مجال تصنيع الآلات، تقوم باختيار وتصميم منتجات عالية الأداء بأفضل تكلفة لتجهيز مختبراتك بالمواد وتتمثل أولويات هذه الشركة على تمكين الزبائن من تطوير وإنتاج ومراقبة الجودة والمواد عالية الأداء والمربحة، وتقديم الخدمات التالية:

- ✓ بيع المعامل الجاهزة.
- ✓ بيع المعدات والاكسسورات.
- ✓ التركيب والتشغيل.
- ✓ تدريب المستخدم.
- ✓ المعايرة والتدقيق المسبق للشهادة.
- ✓ الصيانة الوقائية السنوية.

✓ تحديث آلات الاختبار الخاصة بك.

وهي شركة تتعامل شركة فيزيون ان تاك مع الشركة الأم مباشرة.

• **شركة thermo-fisher:**

هي شركة أمريكية تشغل شركة فيزيون ان تاك مع فرع دبي، وهي شركة الرائدة عالميا في خدمة العلوم، بإيرادات سنوية تقارب 40 مليار دولار، مهمتها هي تمكين عملائنا من جعل العالم أكثر صحة ونظافة وأمانا، سواء كان عملاؤنا يقومون بتسريع أبحاث علوم الحياة، أو حل التحديات التحليلية المعقدة، أو زيادة الإنتاجية في مختبراتهم، أو تحسين صحة المرضى من خلال التشخيص أو تطوير وتصنيع العلاجات المتغيرة للحياة.

ومن بين آفاق الشركة كذلك هي انشاء شركات ناشئة أخرى فرعية من خلال الابتكارات التي ستتجز وتنبثق من نشاطات الشركة الناشئة الأساسية والأم.

رابعا: في مجال الأعمال:

لأن الشركة تعمل مع الكثير من المحاجر على المستوى الوطني إضافة إلى المنتج المتعلق بأخذ العينات التي تقوم بتوزيع وتشرف على محطة توزيع المياه في ولاية ورقلة.

تقوم بصيانة المحاجر على مستوى الوطن، ولديها مشاريع عمل في دولة تونس الشقيقة منذ أكثر من

سنتين.

خلاصة الفصل الثالث:

تعرفنا من خلال هذا الفصل على نشأة مؤسسة فيزيون ان تاك وكذا الهيكلية الإدارية التي تدير وفقها هذه المؤسسة، وهدفنا من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة على إشكالية بحثنا المتمثلة في "ما هو دور الإبداع والابتكار في استمرار ونجاح الشركات الناشئة" ، وبعدها قمنا بالتطرق إلى نوع من أنواع الإبداع والابتكار التي قامت بها مؤسسة فيزيون ان تاك التي جعلتها تستمر وتنجح في عديد المجالات التي تطرقنا لها في هذا الفصل.

خاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع "دور الإبداع والابتكار في استمرار الشركات الناشئة -دراسة حالة شركة فيزيون ان تاك-" يمكن القول أن الشركات الناشئة الناجحة والمستمرة تعتمد بشكل أساسي على مدى تطبيقها لإستراتيجية الإبداع والابتكار خاصة لما له من أثر إيجابي على نجاح هذه الشركات الناشئة، فالمؤسسة الناجحة هي المبدعة المبتكرة لحلول المشكلات التي تواجهها والتي قد تنجم عن العوامل المتغيرة.

فهي تسمح للحصول على فرصة للتمويل من الصندوق المستحدث الوطني لتمويل الشركات الناشئة والذي من بين 700 شركة ناشئة مول حوالي 70 شركة اي حوالي 10%، وهذه النسبة هي نسبة جيدة جدا على مستوى العالم، لأنه في أغلب الدول نسبة تمويل الشركات الناشئة في حوالي 9%.

أما بالنسبة للإبداع والابتكار يفتح شراكات جديدة مع شركات والمؤسسات وطنيا ودوليا.

الابداع والابتكار يعطي للشركة قوة للتنافس من خلال ابتكار في كل مرة منتجات جديدة وقدرتها على مسايرة التطورات الموجودة في الاقتصاد ككل.

أما بالنسبة لشركة فيزيون ان تاك فمن خلال دراستنا لها وجدنا أن الشركة:

- لم تحصل على التمويل المطلوب مثلما قلنا سابقا وذلك لقلة مصادر التمويل في الجزائر وغياب الكثير من الآليات الموجودة على المستوى الدولي على غرار التمويل الجماعي والتمويلات الأخرى، أو صناديق رأس المال المخاطر.
- من ناحية العلاقات كما رأينا سابقا لها عدة علاقات على المستوى الوطني أكثر من خمس شراكات وهي نسبة جيدة جدا لولا بروز هذه الشركة كشركة ناشئة لما تحلت على تلك عقود الشراكة.
- بالنسبة لتسويقها بعدما حصلت على علامة شركة ناشئة أصبح لها اسم على المستوى الوطني وأصبحت بإمكانها الوصول إلى الكثير من الشركات الأخرى في إطار شراكات العمل.
- بالنسبة للمنتجات فالمؤسسة لها براءة اختراع أولى التي حصلت من خلالها على علامة شركة ناشئة ثم براءة اختراع ثانية وهي الآن في صدد تحديد لبراءة اختراع ثالثة.

و في ظل اهتمام الدول النامية والمتقدمة بالشركات الناشئة لكونها الداعم الأساسي لاقتصاد الدول من عدت نواحي كالعودة بأرباح في حالة نجاحها واستمرارها، وأيضا تقوم بتوفير مناصب شغل ومساهماتها في القضاء على البطالة وكذلك تشجيع بالنهوض بالقطاع الخاص.

وبالنسبة للجزائر نجد أن التجربة مازالت في بدايتها وهذا راجع إلى عدم الاهتمام بالشركات الناشئة، إضافة إلى عدم توفر الإطارات التي تسمح بإنشاء مثل هذه الهياكل.

النتائج:

تمحورت دراستنا حول معرفة دور الإبداع والابتكار في استمرار ونجاح الشركات الناشئة والتي استنتجنا منها النقاط التالية:

- تحقق الشركة الناشئة فيزيون ان تاك في الجزائر تطور ملحوظ في مجال الالكترونيات والصناعات الكبرى في الآونة الأخيرة.
- اعتماد الشركة الناشئة فيزيون ان تاك على الإبداع والابتكار من أجل فرض نفسها في السوق.
- لخصت الدراسة إلى أن الشركة الناشئة فيزيون ان تاك في الجزائر قامت ولا زالت تقوم بعملية الابتكار من خلال براءة اختراع تحصلت بها على علامة شركة ناشئة وثانية وثالثة قيد الانجاز.
- تلجأ الشركة الناشئة فيزيون ان تاك إلى حماية ملكيتها الفكرية من خلال تسجيل براءات الاختراع.

اختبار الفرضيات:

على النتائج التي توصلنا إليها يمكن التحقق من الفرضيات كالتالي:

- **الفرضية العامة:** من خلال دراستنا توصلنا إلى تأكيد فرضية أن الإبداع والابتكار يلعبان دورا هاما في استمرار ونجاح الشركات الناشئة، ما تجسد في شركة فيزيون ان تاك، رغم أن ليست كل العناصر تم الوصول إليها إلى أن بعض العناصر التي لم يحققها الإبداع والابتكار تكمن في التمويل والاشكالية ليست في الإبداع والابتكار بقدر ما هو في الآليات التمويلية الموجودة في الجزائر.
- **الفرضيات الجزئية:**

✓ **الفرضية الأولى:** من خلال دراستنا وصلنا إلى تأكيد الفرضية الأولى فالإبداع والابتكار يتلخص في القدرات التي يتمتع بها الفرد ضمن بيئة إدارية مناسبة تسمح بخلق منتجات مبتكرة محمية ببراءات الاختراع.

✓ **الفرضية الثانية:** توصلت الدراسة إلى تأكيد الفرضية الثانية واحتياج الشركات الناشئة إلى العديد من المقومات للنجاح.

✓ **الفرضية الثالثة:** توصلت الدراسة إلى تأكيد فرضية أن للإبداع والابتكار علاقة وطيدة بمقومات نجاح الشركات الناشئة فتساعده على التوسع في عديد الطرق وزيادة القدرة التنافسية من خلال خلق منتجات جديدة.

التوصيات:

- ضرورة أن الشركة تحاول أن توسع من فريق العمل قادر على مواجهة التحديات وما إلى ذلك.
- ضرورة توفير آلية أخرى إضافة إلى الصندوق الوطني لتمويل الشركات الناشئة من أجل تمويل الشركات التي تحتاج إلى رأس مال كبير جدا مثل شركة فيزيون ان تاك والتي واجهت صعوبة في الحصول على

التمويل سواء من الجهة التقليدية المتمثلة في البنوك أو من الصندوق المستحدث بسبب الضوابط والقوانين التي حالت دون ذلك.

- مساعدة شركة فيزيون ان تاك للعمل في الدول المجاورة وتسهيل عملية حصولها على التمويل فهي تعاني من الحصول على أموالها الموجودة في الخارج التي لم تستطع أن تحصل على أموالها بالطريقة العادية بين البنوك.
- توجيه جهود الإدارة لدعم الإبداع والاعتراف بالجهود الإبداعية كمحفزات للإبداع والابتكار، وذلك لما له من فائدة في تنمية الجانب التكنولوجي والالكتروني.



قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): الشعار الخاص بمؤسسة فيزيون ان تاك.



الملحق رقم (02): شهادة حسن الأداء مقدمة لشركة فيزيون ان تاك.



Biskra Le : 14/12/2020

ATTESTATION DE BONNE EXECUTION

Réf : Bon de commande N°19000049 UX

Messieurs,

Nous soussignés, SPA CILAS (Ciment Lafarge Souakri) sise à Hammam sidi elhadj-Djemmourah Wialya de Biskra, attestons par la présente que :

La SARL Vision InTek, dont le siège sociale est à : Cité 275 lots Local N0 02/08 Commune M'sila Wilaya de M'sila à effectué à notre profit les prestations suivantes :

- Fabrication, installation et mise en service d'une station d'échantillonnage (échantillonneur automatique)

Déscriptifs des travaux effectués :

- Installation & mise en place de l'échantillonneur automatique au niveau de l'aéro-glissière – Alimentation du four,
- Installation & mise en place de l'armoire de commande automatique.
- Installation & mise en service de l'armoire de commande pneumatique.
- Chargement du programme d'échantillonnage.
- Test & validation de l'opération d'échantillonnage par un prélèvement qui a donné un résultat positif après avoir montré que les matières prélevées et malxées par l'échantillonneur sont représentatives à 100%.

La relation SARL vision intek s'est acquittée convenablement de ses obligations contractuelles de façon probante et confirmées avec toute la qualité et la célérité requise par la profession.

La présente attestation est délivrée pour valoir et servir ce que de droit

Le Directeur du Laboratoire
AZAZ Yacine
Manager de Qualité
CILAS S.P.A
Ciment Lafarge Souakri

الملحق رقم (03): خطاب من وكالة fluxana.



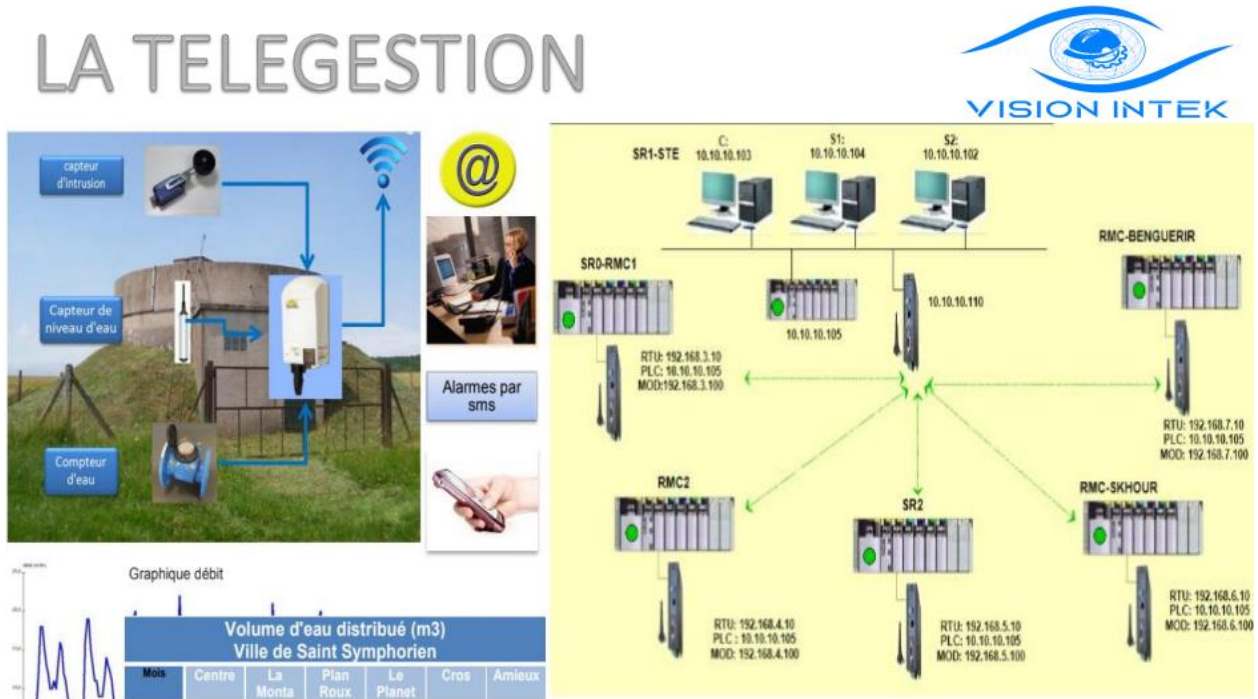
الملحق رقم (04): قبول المؤسسة في مصاف الشركات الناشئة.



الملحق رقم (05): شهادة شكر وعرفان مقدمة لشركة فيزيون ان تاك.



الملحق رقم (06): نموذج الإدارة عن بعد لجهاز أخذ العينات.



قائمة المراجع

أولاً: قائمة المراجع باللغة العربية

(1) الكتب:

1. برفين جوبتا، الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008.
2. بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، الطبعة 01، دار المسيرة، الأردن، عمان، 2008.
3. بلال خلف السكارنة، الإبداع الإداري، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
4. جمال أنيس خير الله، الإبداع الإداري، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
5. حساني علي، براءة اختراع (اكتسابها وحمايتها القانونية بين القانون الجزائري والقانون المقارن)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2010.
6. حسن إبراهيم بلوط، المبادئ الاتجاهات الحديثة في إدارة الشركات، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2005.
7. حسن خيري، إدارة الإبداع والابتكارات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
8. حسين حريم، إدارة المنظمات (منظور كلي)، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
9. خلف بلال السكارنة، المشاريع الصغيرة والريادة، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
10. رفعت عبد الحليم القاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، دار المنظمة العربية للتنمية، مصر، 2005.
11. سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
12. السيد خير الدين السيد، الابتكار وإدارته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2011.
13. صائب الألوسي، تنمية الفكر الابتكاري، دار المنهل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
14. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية (براءات الاختراع-الرسوم الصناعية- النماذج الصناعية العلامات التجارية- الأسماء التجارية- العناوين التجارية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
15. طارق نبيل محمد الدقوسي، إدارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
16. عاكف لطفي خصوانة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
17. عامر محمود الكسواني، القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية (دراسة مقارنة)، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011.

18. عبد الله حسين الخرموش، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005.
19. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري(الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2001.
20. فريدريك م، شرر، نظرة جديدة إلى النمو الاقتصادي وتأثره بالابتكار التكنولوجي، ترجمة: علي أبو عمشة، ط1، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2002.
21. محمد هيكمل، مهارات إدارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003.
22. مسلم عبد الحليم، الإبداع والابتكار الإداري في التنظيم والتنسيق، دار معتز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
23. منى جمال الدين محمد محمود، الحماية الدولية لبراءات الاختراع في ضوء اتفاقية تريبس والقانون المصري رقم 82، دار أبو المجد للطباعة، مصر، 2002.
24. موسى اللوزي، التطوير التنظيمي أساسيات ومفاهيم حديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
25. نبيل جواد، إدارة وتنمية الشركات الصغيرة والمتوسطة، ط1، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، 2007.
26. نجم عبود نجم، القيادة وإدارة الابتكار، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
27. نعيم مغيب، براءة الاختراع(ملكية صناعية وتجارية)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الاردن، الطبعة الأولى، 2003.

(2) الأطروحات والمذكرات:

1. رجال علي، الحماية الجنائية لبراءة الإختراع(دراسة قانونية)، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011/2012.
2. رقيق ليندة، براءة الاختراع في القانون الجزائري واتفاقية تريبس، مذكرة ماجستير، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014-2015.
3. سبتي محمد، فعالية رأس المال المخاطر في تمويل المشاريع الناشئة، دراسة الحالة المالية الأوروبية للمساهمة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص تسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، جامعة منتوري قسنطينة، 2008-2009.
4. الطيب فنان، دور إدارة الإبداع في تعزيز تنافسية الشركات الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيلالي لبياس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2015.

5. عبد الله بن محمد العواد، "واقع الإبداع الإداري وأساليب تطويره في جهاز قوات الأمن الخاصة" رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإدارية، جامعة نائف العربية للعلوم الأمنية، السعودية 2005،

6. عبد الوهاب بوبعة، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة إتصالات الجزائر للهاتف النقال-موبيليس"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري-قسنطينة، الجزائر، 2012.

7. محمد الطيب دويس، الإبداع التكنولوجي ودوره في التنمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة ورقلة، الجزائر، 2005.

8. محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة دراسة حالة: ملبنة الحضنة بالمسيلة"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة-المسيلة، الجزائر، 2007.

(3) المجالات والملتقيات والمقالات:

1. أحلام سوداني، دروس في إدارة الإبداع والابتكار لطلبة السنة الثانية ماستر إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2018.

2. بختي علي، بوعونة سليمة، المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات، المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 12، العدد 4، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، 2020.

3. بهاز الجيلالي، خامرة الطاهر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، في الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والابتكار، جامعة 8ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2008.

4. بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة، دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 4، العدد 02، جامعة 20 أوت 1955 بسكيكدة، الجزائر، 2018.

5. بوزرب خير الدين، خوالد أبو بكر، تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الواقع المأمول-دراسة تحليلية- مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، جامعة جيجل، الجزائر، 2021.

6. جامع مليكة، الحماية القانونية لبراءة الاختراع، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 04، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي صالحى أحمد، النعامة، 2018.

7. د. محمد هلسة، مبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وأهميتها لمنظومة الأعمال المعاصرة، مجلة علوم إنسانية، جامعة الاستقلال، فلسطين، 2016.

8. دويس ابراهيم، بختي محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر للتنافسية الاقتصادية الجزائرية والدول العربية، مجلة الباحث(04)، الجزائر، 2006.
9. رادي نور الدين، الإبداع والإبتكار في المنظمات الحديثة -دار تجارب عالمية-، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 01، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2014.
10. الرميدي بسام سمير، طلحي فاطمة الزهراء، حاضنات الأعمال، إطار مفاهيمي، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان "حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة"، جامعة 20 أوت 1995، سكيكدة، 2020.
11. سعود محمد النمر، "الإبداع الإداري، دراسة سلوكية" مجلة المدير العربي، العدد 117، جامعة الإدارة العليا، القاهرة، مصر، 1992.
12. سلطان كريمة، سعد قرمش، مساعدة حاضنات الأعمال في تعزيز الإبداع والابتكار بالمؤسسات الناشئة، حاضنات مركز الإبداع التكنولوجي وريادة الأعمال المصري TIEC نموذجاً، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2020.
13. عاطف عوض، أثر تطبيق عناصر الإبداع الإداري والتطوير التنظيمي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، ط3، جامعة دمشق، سوريا، 2013.
14. عبد الحميد لمين، سامية حساين، تدابير دعم بيئة المؤسسات الناشئة والابتكار في الجزائر: قراءة في أحكام المرسوم التنفيذي رقم 254/20، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، المجلد 5، العدد 2، جامعة امحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2020.
15. عبد الكريم مسعودي، دور حاضنات الأعمال في مرافقة وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة مشتلة المؤسسات في أدرار-، مجلة التكامل الإقتصادي، المجلد 06، العدد 01، جامعة أحمد دراية بأدرار، الجزائر 2018.
16. فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، أهمية التعلم في تخفيف حدة تعثر الشركات الناشئة في الجزائر-دراسة تحليلية-مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 02، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2020.
17. فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، أهمية التعلم في تخفيف حدة تعثر الشركات الناشئة startups في الجزائر، دراسة تحليلية، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 02، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2020.
18. فاطمة لبوخ، محمد بويهي، أثر الإبداع الإداري في تحقيق تميز المنظمة-دراسة حالة منظمة اتصالات الجزائر، مجلة المستقبل الاقتصادي، العدد 06، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2018.

19. محمد بن شايب، فيصل سعدي، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب "ANSEJ" فرع بومرداس، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد 06، جامعة بومرداس ، الجزائر، 2019.
20. محمد بوهزة، رفيق مرزوقي، "القيادة الإدارية وعلاقتها بالإبداع الإداري"، ملتقى دولي حول صنع القرار بالمؤسسة الاقتصادية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2009.
21. محمد فلاق، إسحاق خرشي، سميرة أحلام حدو، تحليل العلاقة السببية بين مدى توافر المهارات التسييرية وفشل المقاولات المصغرة-دراسة حالة المقاولات العامة في ولاية الشلف، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 03، جامعة المسيلة، الجزائر، 2018.
22. مصطفى بورنان، علي صولي، "الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة- حلول لإنشاء المؤسسات الناشئة-، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 11، العدد 01، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، الجزائر، 2020.
23. مصطفى طويطي، مصطفى بلمقدم، سيناريوهات فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وآليات علاجها، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، كلية العلوم الاقتصادية، العدد 5، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2014.
24. مليكة بن علقمة، دور التمويل الاسلامي في دعم حاضنات الأعمال، مقال منشور في إطار الكتاب الجامعي الدولي بعنوان "حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة"، جامعة 20 أوت 1955، الجزائر، 2020.
25. هشام بروال، التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، المجلد 20، العدد 03، جامعة محمد أحمد، وهران، الجزائر، 2017.
26. هوارى معراج، خليل عبد الرزاق، الإبداع في القطاع الحكومي الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 6، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2006.
28. ونوغي نبيل، النظام القانوني لبراءة الاختراع وفق التشريع الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الأمين دباغين، سطيف، الجزائر، 2016.
27. الياس حناش، بو فنغور خديجة، "المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الواقع ومتطلبات التطوير"- دراسة تحليلية- مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان "اشكالية تمويل المؤسسات الناشئة بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، جامعة جيل، الجزائر، 2021.
29. ياسين تليلي، أحمد رمزي سياغ، دراسة استكشافية للعوامل المؤثرة على نجاح وفشل المؤسسات الناشئة في الجزائر-دراسة حالة ولاية ورقلة-، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2020.

(4) القوانين والمراسم والجرائد الرسمية:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، الصادرة بـ 26 فبراير 2003.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 11 الصادرة سنة 1998.
3. المادة الثانية من الفقرة الثالثة من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع تنص على: "المصلحة المختصة لبراءة الاختراع هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.
4. المادة الثانية، الفقرة الأولى من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الاختراع.
5. المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي.
6. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، مقدمة في مسار إنشاء مؤسسة.

(5) مواقع الأنترنت:

1. <http://www.paulgraham.com/growth.html> شوهذ يوم 27 أبريل 2022 على الساعة 09:02.
2. <https://wydden.com/dis-cest-quoi-une-start-up/> شوهذ يوم 26 أبريل 2022 على الساعة 18:13.
3. <https://teyssir.com> شوهذ يوم 10 ماي 2022 على الساعة 23:13.
4. <https://www.alkhaleej.ae/2016-03-27/7> شوهذ يوم 03 ماي 2022 على الساعة 23:28.
5. <https://blog.mostaql.com/establish-a-startup/> شوهذ يوم 19 أبريل 2022 على الساعة 15:58.
6. <https://dralidashti.com/creativity/creativity-levels/> شوهذ يوم 10 جوان 2022 على الساعة 13:35.

ثانيا: قائمة المراجع باللغة الانجليزية

1. Aidin Salamzadeh, Hiroko Kawamorita Kesim, Startup Companies: Life Cycle and Challenges, conference paper: the 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), At Belgrade, Serbia, ResearchGate, January 2015.
2. Giardino 'c.wang, 'Abrahamson 'why early-stage software startups Fail: a behavioral framework international conference of software business, 2014.
3. Kalyanasundaram, why do startups fail? a case study based empirical analysis in Bangalore. Asian journal of innovation and policy, 2018.