

## **L'innovation systématique requiert la volonté de considérer le changement comme une opportunité. »**

Peter Drucker

"الابتكار، أنها حالة نختار لأن لدينا عاطفة مشتعلة لشيء ما Steve jobs".

### **Introduction**

- ونتيجة للعصر الصناعي، شهدت البلدان المتقدمة الآن الهوس، أو حتى جنون لتطوير التكنولوجيا والابتكار
- وفي عالم اتسم ديناميكيات تنافسية، أصبح الابتكار قضية استراتيجية رئيسية للشركات.
- عولمة الأسواق وتزايد انفتاح الاقتصادات، وتغيير شروط المنافسة تجبر الشركات على تحويل المؤسسات من قدرتها التنافسية وأدائها الاقتصادي.
- مقتضيات العولمة، التي انخفضت الشركات المنافسة تقوم أساساً على خفض التكاليف والسيطرة على سلاسل الإنتاج حول منتجات موحدة، والتغيرات السريعة في تكنولوجيا الإنتاج، وطلبات المستهلكين المتغيرة متزايدة ومتطورة، جعلت من عملية الابتكار أكثر تعقيداً والنواتج المحتملة أكثر غموضاً.
- للشركات، الابتكار أكثر مدعاة للقلق، ولكن بدلاً من ذلك هو الموضوع. في الواقع، يجب أن تجعل المنافسة حتماً تختفي أرباح الشركات التي لا تبذل.
- حتى لو كان معدل فشل المنتجات الجديدة ما زالت مرتفعة للغاية، الابتكار ويبدو أن الوسيلة الوحيدة المتاحة للمؤسسة البقاء على قيد الحياة في عملية التدمير الخلاق اقتنع ببناء مستدامة. شومبيتر
- لا تبذل، ويموت.

### **Avantage**

- 1- القدرة على مسح معاش تتصل بحالة الاحتكار مؤقتاً تحمي الشركة من حرب الأسعار.
- 2- القدرة على التأثير على مستقبل هذا القطاع بإعطاء وتيرة الابتكار، وتطوير مهارات جديدة، والتأثير على الحلول والمعايير التقنية في صنع بغيّة خلق حواجز أمام دخول

### **En plus**

- قد اختارت عدة بلدان مثل الهند وتايوان وتايواند للتكيف
- إنتاج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والإنتاجية والناتج الإجمالي ويبدو أن تنمو بشكل أسرع، أداء مرضيا الناشئة الأخرى البلدان حققت يرجع أساساً إلى زيادة استخدام المعرفة

والابتكار في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية وهذا لوحظ في فنلندا، في البرازيل، والبرتغال و "ماليزيا... هذا" يفسر المراقبة الاهتمام وأهمية اليوم وتعزى إلى نشاط ص آند د ومزيد من الابتكار في البلدان المتقدمة والناشئة

- ويبدو أن الجزائر السير في هذا الطريق في السنوات الأخيرة. الابتكار والإبداع كثيرا ما يستشهد كقوائد محددة وعاملا من عوامل القدرة التنافسية لاقتصادات البلدان المتقدمة النمو.
  - في عام 2013، له الجزائر حوالي 934 747 الصغيرة والمتوسطة الحجم، التي توظف أكثر من 1.7 مليون شخص.
  - أنها الآن تشكل 94% النسيج الوطني للأعمال التجارية ومن شأنه أن يولد 52 في المائة من إجمالي إنتاج القطاع الخاص غير النفطي، وما يقرب من 35 في المائة من القيمة المضافة للاقتصاد. أن الجزائر قد مهما كان هو المشاريع الصغيرة والمتوسطة 15 كل 1 000 نسمة، مقارنة بمتوسط من 50 إلى 60 في الألف في البلدان الناشئة.
- الوفيات المبكرة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة ما يقرب من 20 في المائة. أكثر من 2423 قد اختفت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عام 2012 حتى الربع الأول من عام 2013.

	1 <sup>er</sup> semestre 2012	Part%	1 <sup>er</sup> semestre 2013	Part %	Evolution
<b>Agriculture</b>	<b>4 142</b>	<b>1,02</b>	<b>4 458</b>	<b>1,01</b>	<b>7,63</b>
<b>Hydraulique, énergie, mines et services liés</b>	<b>2 014</b>	<b>0,49</b>	<b>2 217</b>	<b>0,50</b>	<b>10,08</b>
<b>BTPH</b>	<b>139 875</b>	<b>34,30</b>	<b>147 005</b>	<b>33,26</b>	<b>5,10</b>
<b>Industrie manufacturière</b>	<b>65 859</b>	<b>16,15</b>	<b>70 840</b>	<b>16,03</b>	<b>7,56</b>
<b>Services</b>	<b>195 889</b>	<b>48,04</b>	<b>217 444</b>	<b>49,20</b>	<b>11,00</b>
<b>Total</b>	<b>407 779</b>	<b>100</b>	<b>441 964</b>	<b>100</b>	<b>8,38</b>

## Définition

- الابتكار ليس غاية في حد ذاته، ولكن يتم إنتاجها إلى تحسن في الإنتاج، إلى إيجاد سبل لتكون أكثر عملية للقيام بالأشياء، وجعل الأرباح، وتنظيم أفضل..

### Innovation comme produit

- ويقول دامانبور أن "الابتكار يمكن أن يكون منتج جديد أو خدمة أو تكنولوجيا جديدة لإنتاج، هيكل جديد أو نظام جديد للإدارة، خطة جديدة أو برنامج يتعلق بالدول الأعضاء في المنظمة".
- ويتطلب فكرة مبتكرة من معارف جديدة في حد ذاتها.

### Innovation comme processus

- وتفسير ذلك أن الكثير من الناس تستثمر الكثير من الوقت والموارد لتطوير وإدخال فكرة جديدة داخل المنظمة لتحقيق هدف من تحديد

### Innovation comme résultat

- وحتى الآن قمنا بتطوير الابتكار ككائن لفكرة جديدة (العمل) وعملية للعمل على اعتماد أو رفض هذه الفكرة الجديدة، والتعريف الثالث هو نتيجة لهذا الإجراء

### Typologie Innovation produit:

- ابتكار المنتجات: هذا هو الأخذ سلعة أو خدمة جديدة أو تحسنت بشكل ملحوظ فيما يتعلق بخصائصها أو يستخدم المقصود. وهذا يشمل تحسينات هامة على مستوى الخصائص التقنية، المكونات والمواد، والبرمجيات المضمنة، وقابلية الاستخدام للمستخدم أو غيرها من الخصائص الوظيفية.
- عملية الابتكار: هذا هو تنفيذ أسلوب الإنتاج أو التسليم الجديدة أو تحسنت بشكل ملحوظ. وهذا يتضمن تغييرات هامة في مستوى التقنيات أو المعدات أو البرمجيات.
- ابتكار الأعمال: هذا هو تنفيذ أسلوب المبيعات الجديدة التي تنطوي على تغييرات كبيرة في تصميم المنتج، أو التعبئة والتغليف أو التنسيب المنتج، والترويج للمنتجات أو الأسعار.
- الابتكار التنظيمي: هو الأخذ بأسلوب جديد لتنظيم إدارة الشركة وتنظيم الممارسات في أماكن العمل أو العلاقات الخارجية

### .Innovation radicale (rupture) et incrémentale (progressive)

- أنها تقوم أساسا على درجة كثافة ابتكار، ويمكن تفسير ذلك بكثافة والجدة، للفائدة من الابتكار أو التأثير على أي منطقة معينة.

• اعتماداً على كثافة الابتكار، برير يذكر ستة معايير التصنيف ويعتبر أكثر جذرية من ذلك:

• درجة الجودة للمنتج

• مدى جدوى الابتكار

• مستوى الأثر الاجتماعي والاقتصادي

• مستوى الأثر التكنولوجي

• طبيعة استقرائية للابتكار

• William Abernathy & al. :

• الإبداع المعماري: الذي يزرع جميع البيانات التكنولوجية والتجارية

• الابتكارات الإبداعية المتخصصة أو السوق: أنها تستند على استمرارية تكنولوجية، ولكن له تأثير كبير على السوق

• الابتكار العادية: الذي يقابل الابتكار الزائدة

• الابتكار الثوري: الذي يتوافق مع فاصل تكنولوجية هامة التي تنطبق على العملاء الحاليين والأسواق.

• ثم يمكن بناء الشركة استراتيجيتها للابتكار:

• التقليد: أنه يعين الإنجاب أو افورسيمينت استخراج ما نراه احترام القواعد والمعايير وأنه سوف يعتمد على خصائص والابتكار في أي أهداف تجارية

• تبديل: أنها سميت أيضا ابتكار بديل، أفضل مثال على أننا يمكن أن اقتبس مرتبط باستخدام أشعة الليزر في البصريات، وفي الجراحة، وفيما يتعلق باستنساخ الصوت، لقطع في النسيج.

• المبادرة: اسمه أيضا كالابتكار الاستباقية، وهذا يعني خلق مفهوم جديد مثل شركة فيليبس الذي قام بإنشاء محرك الأقراص السمعية الرقمية.

• الجواب: اسمه كالابتكار القائم على رد الفعل يعني أن الشركة هي ابتكار استجابة لاقتراح أو طلب من الزبائن، ومحددات أو الموردين، والمثال الذي يشمل والمتصلة بتصنيع المعدات الطبية والجراحية وبناء على طلب الخدمات الطبية

• Autre typologies:

• **Innovation imitative**

• الابتكار القائم على رد الفعل: خط يتسم بالسرعة والكفاءة في مجال الابتكار التلميح إلى التنوع والمرونة والقدرة على التكيف.

الابتكار استباقية: استناداً إلى هذه المبادرة التي تأتي من الخدمات التجارية التي تحدد احتياجات جديدة أو شدة الارتياح فضلاً عن الخدمات التي لديها فكرة جديدة تطبيق المواد أو العمليات أو المنتجات الهندسية ( البحث عن فرص جديدة) (العلاقة بين قدراتها وأهدافها لعملائها) (تقاطع عمالها مع أدوات والنظام).

### **Innovation imitative :**

- التقليد في خفض الأسعار: تخفيض تكاليف R أند د ومراقبة أفضل للتكاليف التجارية والصناعية
- سحب جزء من مركزها المهيمن في الصناعة التقليدي: تقليد الشركة تتمتع بمزايا من حيث الموارد معرفة العملاء، والوصول إلى قنوات التوزيع
- تحسين التقليد: ذات قيمة أعلى، فإنه يعتبر تحليلاً جيداً لاحتياجات المستهلك وتطورها

### **مقارنة بين فوائد الابتكار والتقليد**

#### ***Innovation :***

- صورة العلامة التجارية الحيوي
- تحديد هوية العلامة التجارية مع المنتج الجديد
- مشاركة الفرص لالتقاط سوقاً كبيرة دون المعارضة
- القدرة على تحديد التقنيات القياسية
- قدرة هذه الحماية ببراءات اختراع

#### ***Imitation***

- تجنب الأسواق التي لم تكن موجودة أو لم تنضج بعد
- توفير جزء كبير من البحث والتطوير أند د التكاليف ويمكن ذلك تستثمر الموارد في اتخاذ مزيد من الإجراءات
- يتجاوز تكنولوجيا الرائدة في إدخال تحسينات على التصميم الأصلي

### **Caractéristiques de l'innovation**

- الابتكار عملية طويلة: 10 إلى 15 سنة في بعض الأحيان من ميزة، تنقضي بين ولادة فكرة المنتج ومظهره في السوق، وأنها تخضع للعديد من العوامل التطورية لفترة الحمل، والعلوم والتكنولوجيا والاقتصاد، وسوف تتطور السوق.
- الابتكار هو عملية جماعية تشمل إلى حد كبير من جميع المهن والوظائف للأعمال التجارية والإبداع والتحفيز لجميع اللاعبين.

- الابتكار غالباً ما يتطلب مجموعة متنوعة من الوسائل، المختبرات، الطيارين، وتنظيم التسويق شبكات مبيعات...، أنها دعوات للاعبين مختلفة جداً بتدريبيهم والمعرفة بهم ونمط حياتهم. لذلك فله طابع متعدد التخصصات والتخصصات التي تنمو أكثر فأكثر اليوم
- وظاهرة البديل على نطاق واسع من صناعة إلى أخرى، ومن شركة إلى أخرى في وجود قطاع صناعي معين
- الابتكارات ليسوا فئة متجانسة حدث المتكرر. وأظهرت التجربة أن بعض أنواع الابتكار أكثر أو أقل خطورة من الآخرين
- وعلى الرغم من التجربة التي تملك الأعمال تجارية فيما يتعلق بالابتكار، والقيمة للفرق في ص أند، التسويق والإعلان، وهذا آخر ابدأ بعض النجاح على أرض الواقع
- الابتكار نشاط المعرضة للخطر، ومن بين هذه المخاطر العثور على تلك التكنولوجيا المالية والبشرية والتجارية،

الابتكار ظاهرة يتم ابدأ.

#### ● الأهداف للابتكار

- إنشاء قيمة
- قهر أسواق جديدة
- التصدير الناجحة: فإنه يضيفي درجة من مرونة للتكيف مع أسواق جديدة، والاختلافات الثقافية، للاحتياجات الجديدة. الابتكار هو ولذلك تكون متنبهة لطلبات التصدير، إلى تكيف وحتى زيادة صادراتها قدرة عروض منتجات مبتكرة.

#### ● Améliorer son offre

- توقع: الابتكار إلى أخذ زمام المبادرة لتقديم منتج جديد عملائها دون انتظار العميل تعرب عن تطبيق في بعض الأحيان غير واضحة أو غير محددة
- المنافسة: تبرز من المنافسة واحد من الأهداف لأي عمل تجاري.
- الاحتفاظ بالسيطرة على: واحدة من أفضل الطرق للحفاظ على قدرتها التنافسية هو الحفاظ على السيطرة على العديد من النقاط من خلال الابتكار. البقاء في طليعة التكنولوجيات الجديدة، وتوقيت نشرها، ومراقبة المنافسة عن طريق إتقان إنتاج المواد، يسمح للاتجاهات والتكنولوجيات تحسين السيطرة على السوق.
- إدارة التغيير: التقدم التكنولوجي تسهم في الحفاظ على السوق العالمية المتطورة. الابتكار هو إتقان المعلمات للتغيير أن الابتكار ليس فقط التكنولوجية ولكن الأبواب، وكذلك على الخدمات، أساليب، منظمة، والنقل والإمداد... الشركات الصغيرة والمتوسطة ابتكارية سوف إعادة التفكير في تنظيمها الداخلي حول الاتصالات، المبيعات، خدمات الإنتاج.

- تعبئة الموظفين: الالتزام بالابتكار يساعد على الحفاظ على الموظفين العاملين عن طريق الحفاظ على دوافعها عالية، توفر لهم فرص التدريب. للموظفين، وتكون قادرة على طرح أفكار جديدة، والمشاركة في عملية الابتكار، تكون جزءا من شركة مبتكرة، اعترف بالمنافسة، والعملاء، ويعزز عوامل المصلحة ويعوق الحركة.

البقاء على قيد الحياة: الابتكار في الموضة وينبغي أن نكون حذرين الابتكار الجذري مسرعا كل شيء في طريقها. ولكن الشركات لديها اليوم خيار سوى القليل. الابتكار أو إلى الخلف، وهذا هو مصيرها. سوف تركز على الابتكار، بغض النظر عن الصناعة أو حجم الأعمال التجارية المستدامة.

### العوامل التي تعوق الابتكار أو تيسير

أصبحت العديد من العوامل التي تعتبر كدعامتين للابتكار ويمكن بسهولة الفرامل والعكس بالعكس. وتشمل العوامل المحركة للابتكار وفقا لمنظمة التعاون والتنمية الذي يتبع:

### 2- 1- Informations معلومات أو أبحاث المؤسسات 3- Autre Informations

- المعلومات: يتم استخدام عدة مصادر داخلية أو خارجية للمعلومات، ويرى الدراسة الاستقصائية في الميدان عدة أن القائمة المعروضة هنا أدناه هي المصادر ذات الصلة؛

- مصادر داخلية داخل الشركة أو المجموعة:

- -أنشطة البحث والتطوير الداخلية & د

- - Commercialisation

- - Production

- - Autres sources internes.

- مصادر والخارجية مصادر تجارية:

- - Concurrents

- -الحصول على التكنولوجيا جزءا لا يتجزأ

- -الحصول على التكنولوجيا غير مسجلة

- - Clients

- - Sociétés de conseil

-موردي المعدات والمواد، والمكونات والبرمجيات.

- التدريس/بحوث المؤسسات:

- مؤسسات التعليم العالي
- معاهد البحوث العامة
- معاهد البحوث الخاصة.

#### ➤ عموما إمكانية الوصول إلى المعلومات:

- Publications de brevets
- المؤتمرات والاجتماعات والمجلات المهنية؛
- Foires et expositions.

➤ ويرى في الميدان أن عدة عناصر تعتبر ذات الصلة حظر نشاط الابتكار أو التي تشكل كابحا لبدء هذا الأخير:

#### ➤ **Les facteurs économiques**

- كالمخاطر المتصورة الإفراط
- Coûts trop élevés
- عدم توفر مصادر التمويل المناسبة
- الطول المفرط للوقت للعائد على الاستثمار في الابتكار
- العوامل الخاصة بالشركة:
- المحتملة للابتكار (R) أند د، ودراسات التصميم، إلخ) غير كافية
- عدم توفر الموظفين المؤهلين
- الافتقار إلى المعلومات بشأن التكنولوجيا
- نقص المعلومات عن الأسواق
- الابتكار في صعوبة السيطرة على الإنفاق  $r$
- المقاومة للتغيرات التي حدثت في الشركة

عدم توافر الخدمات الخارجية



➤ انعدام التعاون

➤ **Les autres raisons :**

- عدم توفر الإمكانيات التكنولوجية
- الافتقار إلى البنية التحتية الملائمة
- لا حاجة الابتكار بسبب الابتكارات الأخيرة
- ضعف في مجال حماية حقوق الملكية
- التشريعات، المعايير، التنظيم، والمعايير، والضرائب

عدم الاهتمام بالعملاء لمنتجات وعمليات جديدة.

### Risque et innovation

- المخاطر التجارية: هذه المخاطر المرتبطة بالقبول أو لا للمنتجات الجديدة في السوق. لا يدركون هذه المخاطر هذه الغاية بعد تحقيق منتج جديد.

المخاطر التكنولوجية والتنظيمية: تظهر طوال فترة تنفيذ التنظيم الجديد. مدة هذه المخاطر هو التصميم على السوق للمنتج. يجب على أي مشروع مبتكر عبر بنجاح من حيث المواعيد والتكاليف والجودة... كل خطوة من الخطوات

المخاطر المتعلقة بالأشخاص.

### • نماذج للابتكار

- النظريات الاقتصادية للابتكار توفر نموذجين للابتكار، والذين غالباً ما تعارض: نموذج "دفع العلم" أو العلم الذي يدفع بالابتكار ونموذج "طلب الانسحاب" أو الطلب في السوق والحث على الابتكار.

- التصميم الأولى استهل الخبير الاقتصادي النمساوي جوزيف شومبيتر (1883-1950)

- ويعتبر هذا النموذج كخط تجميع أو سباق التتابع، حيث كانت نتائج البحوث الأساسية (جامعة خاصة) موضوعاً لمختلف التطبيقات التجريبية. المنتجات ثم وضعتها الشركة، ثم تم في الدوائر التجارية.

الخطوات التي يمكن أن يكون متغير في عدد وتفاصيل ولكن العملية تبدأ بالضرورة مع الاختراع، ثم يأتي د أند آر وينتهي دائماً بالابتكار. ص أند د ما زالت في صميم هذه العملية.

### • نشر الابتكار

- للتأكد من أن الشركة تسدد تكاليف R أند د، أنه يحتاج نشر هذا الابتكار السريع جداً والشاملة التي اعتمدها في السوق. مديري تحاول العثور على أفضل استراتيجية للتأثير على سرعة اعتماد الابتكار سوف يكون العرض أو الطلب استناداً إلى منحى نشرها.