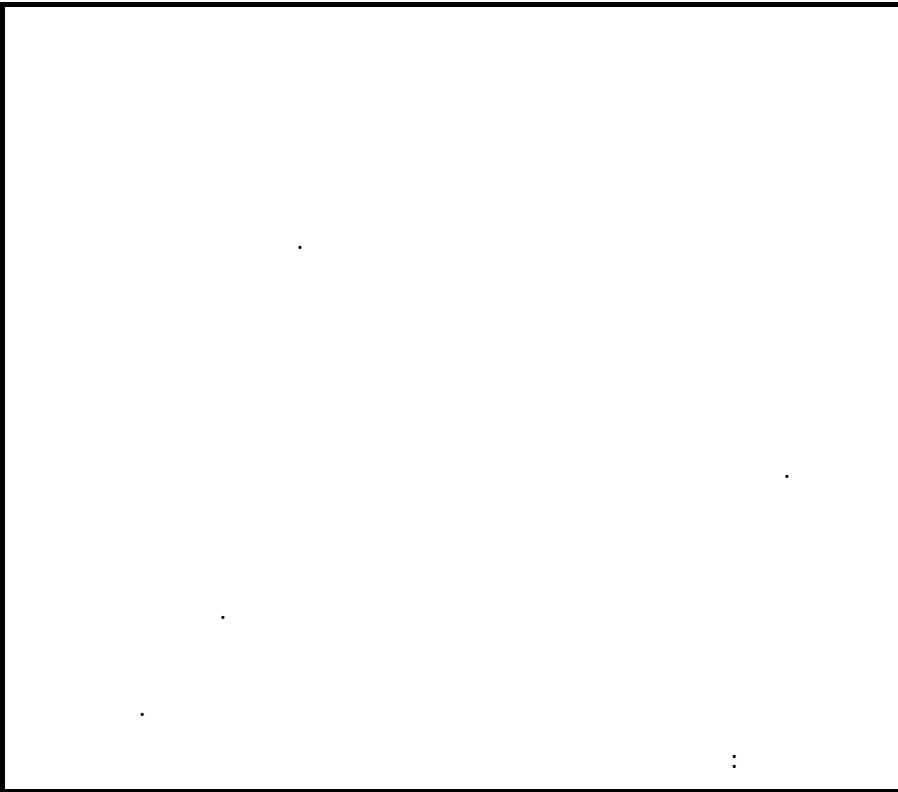


:

- -



:



:

.

.

.

:

.

.

:

:

:

:

-1

-2

-3

:

:

-1

-2

-3

:

:

:

-1

-2

-3

:

:

1912 "JOSEPH Schumpeter »

:

: "PETER Drucker"

1"

"

2"

¹: JEAN Lachman. «Le financement des stratégies de l'innovation », Economica ,1993, p : 22.

« ».

-2

18: .1988.

" JOSEPH Schumpeter"

()

.1"

:

-1

-2

-3

:²

" JOSEPH Schumpeter

-

-

-

.()

¹ : FLORENCE Durieux. « **Management de l'innovation, Une approche évolutionniste** », Vuibert édition. Mars2000.p :05.

² : TOM Peters. « **Fabriquer le futur, l'imaginaire au service de l'innovation** », Dunod. p : 05.

:

. -
() -
...
:
-1
-2
:
-1
:¹
:1-1
() "
2 "
:
:2-1
"
3"

¹ : MICHEL Marchesnay et COLETTE Fourcade. « **Gestion de la PME/PMI** », Nathan 1997. P : 284.
² : ROBERT Boyer et MICHEL Didier. « **innovation et croissance** » la documentation française. Paris 1998, p : 14.
³ : COMMISSION Européenne, manuel d'Oslo. « **La mesure des activités scientifique** », eurostrat .édition OCDE. 1997. P : 28.

.()

: 3-1

.

:4-1

...

.

85

.

:

-2

.

:1-2

.

.¹

¹: JOEL Broustail et FREDERIC Fréry. « Le Management stratégique de l'innovation ».édition Dalloz.1993 ;p : 12.

:

)

.(

: 2-2

- -

.¹

:

:

2005 01

:

-1

:

¹: Idem

:(1982-1962)

SONACOM, SONELEC,)

(SN.METAL

:(2002-1982)

:

1982/08/21

11-82

:1982

:1983

:1987

:1988

1993

5

12/93

:1993

.1994

APSI

2001

2001

12

60

18/01

-

-

-

:

(1:)

:(01)

2005	2004	*2003	2002	2001	2000	1999	
342788	312959	288587	261863	188893	179893	159507	

72.970

2002 2001

60

%70

(1:) .

:(02)

2005	2004	2003	2002	
245842	225449	207949	189552	
774	778	788	788	
96172	86732	79850	71523	
342788	312959	288587	261863	

%70

2005

%75

2004

(/)

/ 61 3

55 98

100

- 2004

:
:(03)

(1:) 2005

2005	2004	
888829	592758	
76283	71826	
192744	173920	
1.157856	838504	

2005

42183

(1:)

:(04)

2005	2004	2003	
80716	72869	65799	
42183	37954	34681	
22119	20294	18771	
18148	16933	15927	
15099	14103	13230	
14417	13673	13058	
53160	49623	46483	
245842	225449	207949	

Source : Site du MinistèrePME-PMI : www.pmeart-dz.org:

:

:

:

:

:(ANSEJ)

-1

1996

8

296-96

:

*

*

*

:

*
*
*

15.000

50.000

:(APSI)

-2

1993

5

93-12

03

(APSI)

2001 20 03-01

(APSI)

:

APSI

:(05)

()		
178	2075	1996
438	4989	1997
912	9144	1998
685	12372	1999
798	13105	2000
279	5018	2001
369	3109	2002
3659	49812	

:

:

-3

2004

22

16-04

% 85

:

18

2001

"

"

.2013

...

:

*

*

*

*

*

*

(MEDA)

4 11 (PNUD)

2000

.()

:

(10)

:

:

:

-

-

250 50 :

-

-

-

-

:

) :

10

() :

:(06)

1988	62	" "	" "
1992	52	"King	KING MATELAS
1993	63	" "	" "
1995	68	" "	" "
1999	45		"CLOUTERIE "
1999	72		"MIB"
1999	138		"BRIDJ"
2000	89		" "
2002	83	"UHT"	" "
2003	58		BOUIROMOUSSE

:

" "

:

:

%75

%65

%50 .

%15

:

:(07)

% 50	% 65	% 15	% 75	

Source : Site du MinistèrePME-PMI :www.pmeart-dz.org

: -1

:

:(08)

% 00	% 10	% 50	% 00	%10	%60	

Source : Id

%60

%50 . %70

%90

:

()

10

:

-2

:

:(09)

% 00	% 00	% 00	% 10	% 60	% 70	

Source : [Id](#)

%70

/ .)

%60

.(...

()

10%

)

.()

.(

:

:

:

:(10)

)	
% 00	% 20	% 30	% 40	% 30	% 70	

Source : [Id](#)

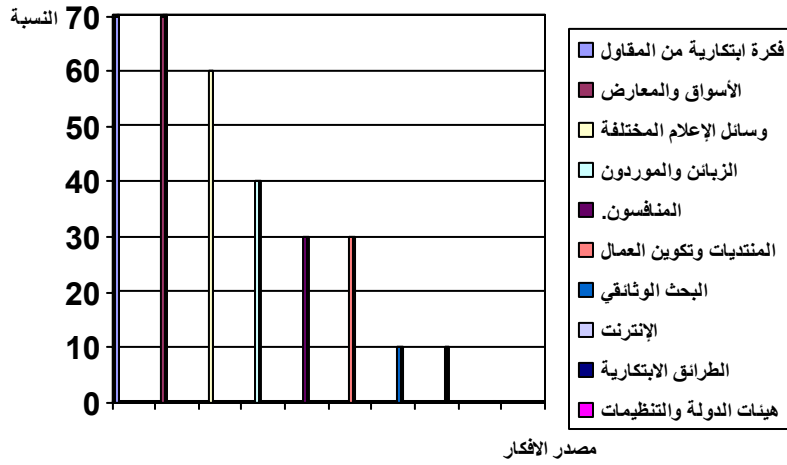
%70

(marché porteur)

%40

%30

:(01)



(-)

:(11)

% 60	% 80	% 20	% 20	% 80	

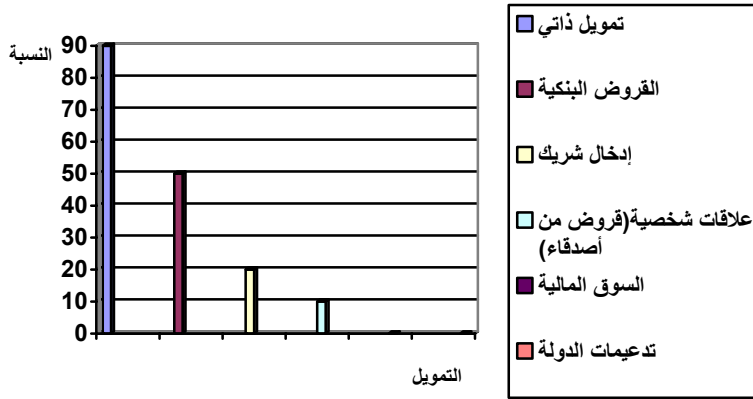
Source : Site du Ministère : www.pmeart-dz.org

%80

%60

%20

:(02)



%90 (2)

%50

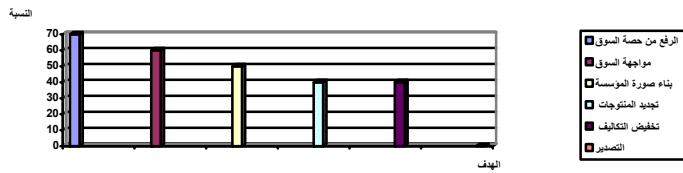
%20

%10 2001

()

(-)

:(03)



:

%70
%60 .

%50 ()

%40 .

:

:(12)

% 00	% 30	% 70	-
% 10	% 00	% 90	-
% 20	% 20	% 60	-
% 00	% 30	% 70	-
% 20	% 00	% 80	-
% 20	% 00	% 80	-
% 00	% 10	% 80	-
% 10	% 20	% 70	-
% 00	% 00	% 80	-
% 00	% 00	% 90	-

Source :Id

%90 (12)

%80

%30

%70

)

)

%30

(

.(

:

:

%70

()

:

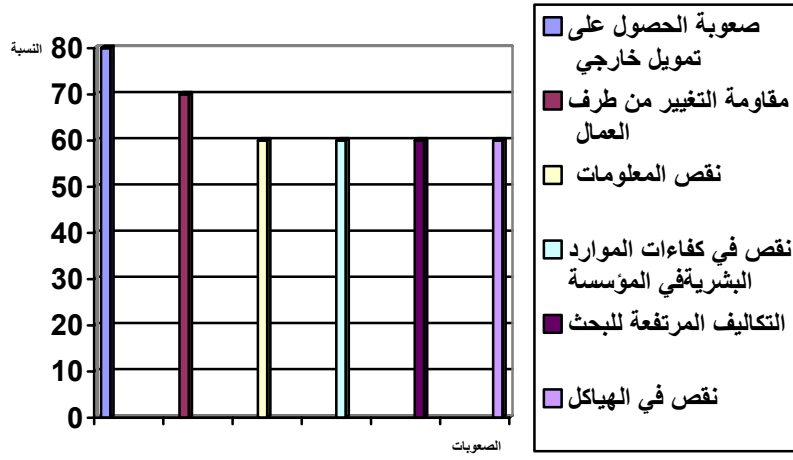
:(13)

% 60	-
% 20	-
% 80	-
% 60	-
% 30	-
% 60	-
% 50	-
% 20	-
% 40	-
% 70	-
% 60	-
% 50	-
% 40	-

:

: (04)

(13)



:

:

-1

2001 12 18-01

-2

245842 2005

-3

-4

-5

-6

-7

%40

%90

-8

-9

.(...

)

% 70

-10

:

:

-1

-2

:



-3

-4

-5

-6

-7

-8

-9

-10

	:	
		-1
	.2002	
		-2
.2006	19-18-17	
. «	».	- 3
	.1988.	
		-4
	.2001 85	
		-5
	.1997	
		-6
.1997	75	
:		-7
	.1999	
		-8
	.1997	
		-9
	.1998	

:

- 1- **BOYER Robert** et **DIDIER Michel**. « Innovation et croissance ».la documentation Française.Paris.1998
- 2- **Commission européenne**, Manuel d'OSLO. «Principe directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation», 3^{ème} éditions OCDE .2005.
- 3- **FLERENCE Durieux**. « Management de l'innovation, une approche évolutionniste ».Vuibert édition .MARS 2000.
- 4- **LACHMAN Jean**. « le financement des stratégies d'innovation ». Economica.1993.

-
- 5- **JOEL Broustail** et **FREDERIC Fréry**. « Le management stratégique de l'innovation ». édition DALLOZ .1993.
 - 6- **MARCHESNAY Michel** et **COLETTE Fourcade**. « Gestion de la PME/PMI ». NATHAN édition. PARIS. 1997.
 - 7- Ministère de la Pme/PMI, **proposition d'une nouvelle stratégie d'investissement et soutien à les Pme/PMI en Algérie**, Juin 2000.
 - 8- Ministère de la PME/PMI, **rapport sur l'état des lieux du secteur de la PME/PMI en Algérie**, Juillet 2000.
 - 9- Ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat (**Actes des assises Nationales de la PME**) ; janvier 2004
 - 10- Site du Ministère des PME et l'Artisanat : www.pmeart-dz.org.
 - 11- **TOM Peters**. « Fabriquer le futur, l'imaginaire au service de l'innovation » .dunod.2002

: « LE QUESTIONNAIRE »

1-La naissance de l'entreprise :

*-le Choix du secteur :

- | | | | |
|--------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | La demande élevée | <input type="checkbox"/> | l'expérience dans le domaine |
| <input type="checkbox"/> | Une technologie simple | <input type="checkbox"/> | subvention de l'état |
| <input type="checkbox"/> | La concurrence limité | <input type="checkbox"/> | volonté personnel |

*-La méthode de financement :

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Financement personnel | <input type="checkbox"/> | crédit bancaire |
| <input type="checkbox"/> | Avec un associé | <input type="checkbox"/> | crédit –bail (leasing) |

*-L'acquisition de la technologie :

- | | | | |
|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Importation | <input type="checkbox"/> | technologie d'occasion |
| <input type="checkbox"/> | Achat localement | | |

*-La matière première essentielle :

- | | | | |
|--------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> | Importation | <input type="checkbox"/> | disponible localement |
| <input type="checkbox"/> | Une richesse naturelle | | |

*-Les terrains d'investissement :

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------|--------------------------|---------|
| <input type="checkbox"/> | Propriété du créateur | <input type="checkbox"/> | acheter |
| <input type="checkbox"/> | Zone d'activité | | |

*-La main d'œuvre employé :

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Formation initié par le fournisseur de technologie |
| <input type="checkbox"/> | Expérience acquise dans le domaine |
| <input type="checkbox"/> | Ouvriers non qualifier |

2-Les indications de croissance :

*- Le nombre des employés :

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Augmentation | <input type="checkbox"/> | diminution | <input type="checkbox"/> | stable |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|

*-Les quantités produites :

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Augmentation | <input type="checkbox"/> | diminution | <input type="checkbox"/> | stable |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|

*-chiffre d'affaire annuel :

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Augmentation | <input type="checkbox"/> | diminution | <input type="checkbox"/> | stable |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|

*-capital social :

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Augmentation | <input type="checkbox"/> | diminution | <input type="checkbox"/> | stable |
|--------------------------|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|--------|

*-La technologie utilisé :

- | | | | | | |
|--------------------------|---------|--------------------------|---------|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | La même | <input type="checkbox"/> | changer | <input type="checkbox"/> | renforcer |
|--------------------------|---------|--------------------------|---------|--------------------------|-----------|

*-le marché de l'entreprise :

- | | | | |
|--------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | Au niveau de la wilaya | <input type="checkbox"/> | au niveau national |
| <input type="checkbox"/> | Au niveau régionale | <input type="checkbox"/> | exportation |

3-Les caractéristiques organisationnelles de l'entreprise :

*-la nature du gestionnaire :

- Propriétaire –dirigeant un associé
 Gestionnaire externe

*-quelques caractéristiques de dirigeant :

- L'âge : moins de 35 ans plus de 35 ans
La durée dans le poste : moins de 05 ans plus de 05 ans
 Spécialiste dans le domaine d'activité
 Purement administrateur

*-nombre des niveaux hiérarchiques :

- 2 niveaux 3 niveaux 4 niveaux

*-spécialisation de l'équipe de direction :

- Gestionnaire financier un comptable
 Spécialiste en marketing ou en commercial un G R H
 Gestionnaire d'approvisionnement un ingénieur

*-la répartition géographique des ouvriers :

- Dans la wilaya national international

*-l'existence d'un syndicat dans l'entreprise :

- Oui non

*-la formation du personnel :

- Dans le cas de besoin continué
 Mieux le recrutement externe coûts de plus

*-les relations entre les niveaux hiérarchiques :

- Communication directe organiser

*-la base de motivation du personnel :

- Selon les résultats positifs continué
 Selon la volonté du propriétaire
 Selon un plan spéciale à l'entreprise
 Selon le rendement personnel

*-les profits annuels de l'entreprise :

- Réinvestissez
 Répartition entre les associés
 Etre la réinvestissement et le propriétaire
 Réserver non répartir

3-l'environnement externe de l'entreprise :

*-la concurrence :

- degré forte moyenne de concurrence
 Faible progresse

-l'influence : positive négative
 Pas d'influence

-sa nature :
 Prix alité vices

*-la clientèle :

- La satisfaction minimale
- Cherche le prix minimale
- Exigeant la qualité
- Exigeant qualité-prix
- Changement rapide des besoins
- Compliqué

* -les fournisseurs :

- Nombre limité des fournisseurs
- Nombre important
- Répture d'approvisionnement
- Approvisionnement continué
 - Des relations à long terme
 - Des relations à moyenne terme
 - Des relations à court terme

*-les institutions financières :

- Facilitation des crédits
- Difficulté d'obtenir un crédit
- Des intérêts élevés sur les crédits
- Dossier lourd
- L'entreprise ne fait pas de crédit

*-les organismes de développement :

-la relation avec les universités et les centres de recherches :
 Marginale forte Pas de relation

- les associations sectorielles, professionnelles et d'affaires :

- N'existe pas adirent
- Existe mais non adirent

-les consultants et spécialistes :

- Coûts élevés pas d'importance pour l'entreprise
- Recourir vers eux dans quelque situation

*-la politique économique de l'état pour l'entreprise

- L'ouverture du marché : favorable avorable ns impact
- La réglementation: favorable avorable ns impact

3-l'innovation dans l'entreprise :

*-type d'innovation réaliser dans l'entreprise :

- Innovation de produit : nouveau améliorations
 Innovation de procédé de production
 Innovation commerciale (méthode, réseau, service après vente...)
 Innovation organisationnelle : intranet normalisation

*-les voies d'accès à l'innovation dans l'entreprise :

- Recherche et développement en interne R&D entrepreneur
 Contrat de coopération avec d'autre entreprise
 Croissance externe
 - Avec des sous-traitant bureaux d'études entreprise spécialisé
 La licence
 Coopération avec les organismes publics de recherche

*- les partenaires de l'innovation :

- La technologie clients /consommateur
 Organismes financier entreprise dans le même secteur
 Organismes de recherche publique fournisseurs
 Enseignement supérieur

*-les déterminant de l'innovation (se sont les facteurs qui poussent l'entreprise à innover) :

- La demande élevée au marché la concurrence
 La rapidité des évolutions technologique les fournisseurs
 La réglementation de l'état volonté interne
 Exigence de la clientèle

*-sources des idées d'innovation :

- La spontanéité méthode de créativité
 La recherche documentaire Internet
 Les divers forums foires et expositions
 Les divers medias la formation du personnel
 Les clients et consommateurs les fournisseurs
 Les concurrents

*-le rôle de l'entrepreneur :

- Source des idées nouvelles améliores les produits
 Améliores les procédés de production motiver le travail d'équipe
 Améliore la relation avec les clients et fournisseurs
 Planifier les stratégie adopter dans l'entreprise
 Et autre

*-le financement des projets d'innovation :

- Financements propres crédits bancaires

- Entrer un associé Marché financier
 Subventions de l'état Crédits –bail (leasing)

**-le rôle de l'état dans l'innovation :*

- Recherche et développement public Réduction d'impôt
 Des aides au financement des innovations Réseau d'information
 Des réglementations favorisent l'innovation la formation
 Des forums pour encourager les entreprises à innover
 Subventionner la R&D en interne de l'entreprise

**-les objectifs de l'innovation dans l'entreprise :*

- Accroître la part de marché devancer la concurrence
 Réduction des coûts exportation
 Construire l'image de l'entreprise anticipé les changements

**-l'influence des innovations produites :*

- | | | | |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| Sur l'organisation de l'entreprise : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur la relation avec les clients : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur la relation avec les fournisseurs : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur la concurrence dans le secteur : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur les barrières d'entrer au secteur : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur les coûts de l'entreprise : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur la position concurrentiel : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur la part de marché : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur le chiffre d'affaire : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |
| Sur la productivité : | <input type="checkbox"/> positive | <input type="checkbox"/> négative | <input type="checkbox"/> néant |

**-les difficultés de l'innovation :*

- Des coûts élevés difficultés financières interne
 Difficulté d'obtenir des crédits compétences faible dans l'entreprise
 Manque de compétence dans le marché de travail
 Manque d'informations difficulté de trouver des partenaires
 Organisation interne inadapté manque de motivation
 Résistance de changement par les syndicats
 Manque dans la structure de l'entreprise
 La faible protection juridique des marques et les risque de
 Le non existante d'une politique interne à l'innovation