

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

مخبر الابتكار والهندسة المالية (INIF)
بالشراكة مع

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
و مخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين (COFIFAS)



المؤتمر العلمي الوطني الأول

التوجه نحو الاستثمار في المؤسسات
الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة

رهان لتحقيق التنمية المستدامة

02 و 03 نوفمبر 2022

ISBN 978-9931-9547-3-6

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي



مخبر الابتكار والهندسة المالية (INIF)

بالشراكة مع:

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

و مخبر المحاسبة، المالية، الجبائية والتأمين (COFIFAS)

المؤتمر العلمي الوطني الأول

التوجه نحو الاستثمار في المؤسسات الناشئة

في ظل اقتصاد المعرفة

رهان لتحقيق التنمية المستدامة

02 و 03 نوفمبر 2022

ISBN 978-9931-9547-3-6

التوجه نحو الاستثمار في المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة: رهان لتحقيق التنمية المستدامة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
ISBN 978-9931-9547-3-6
الإيداع القانوني لسنة 2022

الافكار الواردة في الأوراق البحثية تعبر عن آراء أصحابها، ولا تتبناها بالضرورة كلية العلوم
الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

منشورات مخبر الابتكار والهندسة المالية
حقوق النشر محفوظة
2022

المؤتمر العلمي الدولي الأول حول:
التوجه نحو الاستثمار في المؤسسات الناشئة في ظل
اقتصاد المعرفة: رهان لتحقيق التنمية المستدامة

الهيئة المشرفة:

الرئيس الشرفي للمؤتمر

أ.د. زهير ديب مدير الجامعة

رئيس المؤتمر

د. عادل خالدي

المشرف العام للمؤتمر

أ.د. عبد الوحيد صرارمة عميد الكلية

رئيس اللجنة العلمية

أ.د. محمد الشريف بن زواي

رئيس اللجنة التنظيمية

د. خالد جفال

الهيئة العلمية:

أ.د. السعدي رجال، جامعة أم البواقي

أ.د. زويبر عياش، جامعة أم البواقي

أ.د. كواشي مراد، جامعة أم البواقي

أ.د. جبار بوكثير، جامعة أم البواقي

أ.د. سعيدة حركات، جامعة أم البواقي

أ.د. شرقي خليل، جامعة أم البواقي

د. محمد بوزيان، جامعة أم البواقي

د. عمر جعفري، جامعة عين تيموشنت

د. مكرسي لمياء، جامعة أم البواقي

د. زرفاوي عبد الكريم، جامعة المدية

د. عبد الكريم حساني، جامعة أم البواقي

د. فارس طلوش، جامعة أم البواقي

د. يحيوي فتحية، جامعة أم البواقي

د. عمار والي، جامعة أم البواقي

د. نايلي الهام، جامعة أم البواقي

د. عمري حدة، جامعة أم البواقي

د. أسماء دردور، جامعة أم البواقي

د. حداد نور الهدى، جامعة أم البواقي

د. عمارة نور الهدى، جامعة أم البواقي

د. سليم العمراوي، جامعة أم البواقي

د. حمزة بوكفة، جامعة أم البواقي

د. مدفوني هندة، جامعة أم البواقي

د. قروف محمد كريم، جامعة أم البواقي

د. زهير بركم، جامعة أم البواقي

د. حمايزية لامية، جامعة أم البواقي

د. زهير سعدي، جامعة أم البواقي

د. مراد صراوي، جامعة أم البواقي

د. حمزة بوسنة، جامعة أم البواقي

د. زمامية معتوق، جامعة أم البواقي

د. شيروف فضيلة، جامعة أم البواقي

د. قوفي سعاد، جامعة أم البواقي

د. مرداسي شوقي، جامعة أم البواقي

د. وفاء تنقوت، جامعة أم البواقي

د. مرابطي سناء، جامعة أم البواقي

د. ليندا دواس، جامعة أم البواقي

د. أمينة بوفرح، جامعة أم البواقي

د. فريد خميلي، جامعة أم البواقي

د. شنيخر عبد الوهاب، جامعة أم البواقي

الهيئة التنظيمية:

د. رياض عيشوش

د. سفاري أسماء

د. عسول محمد الأمين

د. بوسمينة أمال

د. حمزة العوادي

د. بعلول نوفل

د. قادم عبد الحميد

د. سلاطني هاجر

أ. بليصير خليفة

د. جباري شوقي

د. طالب محمد الأمين وليد

تقديم:

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد الأنبياء والمرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد،،،

إن التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في شتى المجالات، والأزمات المالية المتتالية واحتدام شدة المنافسة كان دافعا أساسيا لبلورة أفكار إبداعية ضمن مايسمى بالصناعة الابتكارية، أصبحت فيه القدرة على الإنتاج والتقدم تعتمد على القدرة على الإبداع والابتكار، وتحويل المعلومات إلى معرفة تعتمد على القدرات الفكرية بشكل أكبر من الاعتماد على المدخلات المادية أو الموارد الطبيعية، حيث أضحت اقتصاد المعرفة من القضايا الرئيسية في الفكر الاقتصادي المعاصر.

تعتبر المؤسسات الناشئة نموذج عمل جديد يخلق قيمة اقتصادية ويوفر مناصب عمل ويفتح أسواق جديدة لحاملي الأفكار الإبداعية والمبتكرة للأجيال الشابة على وجه الخصوص، لما تمتلكه من محفزات استثمارية كبيرة وغير مكلفة وبسبب خصوصيتها من مرونة وقدرة على التغير السريع وكذلك القدرة على الابتكار والتطوير، الأمر الذي جعلها تحظى بدعم منقطع النظير خاصة في الدول المتقدمة

وفي هذا السياق كانت الجزائر من الدول التي أولت أهمية كبيرة للمؤسسات الناشئة في برامجها التنموية لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، حيث استحدثت وزارة منتدبة للشركات الناشئة واقتصاد المعرفة تحاول من خلالها خلق نموذج اقتصادي جديد تلتزم فيه بإعداد قوانين حول اقتصاد المعرفة وإعداد استراتيجية وطنية لنقل التكنولوجيا ووضع آليات ملائمة للتمويل والتنسيق بين أجهزة الدعم والمرافقة، وكذا استحداث محفزات جبائية لتشجيع المؤسسات على الاستثمار في مجال البحث والتنمية.

إن الجامعة باعتبارها مؤسسة معرفية تعمل على أعداد القوة العاملة ومسايرة الأهداف الاقتصادية لأي برنامج مطالبة بضرورة التكيف مع متطلبات المرحلة، وهو ما تم فعلا من خلال اصدار مشروع طالب خمس نجوم وفقا لمراسلة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي رقم 1410 الصادرة يوم 22 سبتمبر 2022، إيماننا منها بأهمية توفير مورد بشري مؤهل وكفى يجمع بين معارف ومؤهلات متكاملة ومتعددة تمكنه من تحقيق التوازن بين الأدوار الثلاثة: التقني، المدير ورائد الأعمال التي توفر فرص نجاح المؤسسة الناشئة. ولم تتوقف جهود وزارة التعليم العالي ممثلة بشكللا أساسي في اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال الجامعية عند هذا الحد فقد أطلقت مشروع شهادة جامعية مؤسسة ناشئة/ شهادة

براءة اختراع وفقا للقرار الوزاري رقم 12/75 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022، وذلك تثمينا لجهود الطلبة أصحاب المشاريع المبتكرة بهدف احتضانها وتأطيرها ومواصلة الاستثمار في المشروع بعد تخرج الطلبة . إن هذا الكتاب يجمع أعمال المؤتمر الذي يعالج تحدي مخاطرة الاستثمار في المؤسسات الناشئة وذلك باتخاذ كافة الاجراءات والتدابير التي من شأنها تحسين مناخ الأعمال وتحفيز الفئات الشبابية على انشاء وتطوير المؤسسات الناشئة التي أصبحت نهج لدفع التنمية المستدامة وسبيلا لتنويع الاقتصاد من خلال ايجاد مؤسسات ابتكارية أثبتت قدرتها على المنافسة والنمو وبالتالي الارتقاء إلى مصاف المؤسسات الرائدة والقائدة للاقتصاد.

بناء على ماسبق، فإن إشكالية المؤتمر تبرز على النحو التالي: " كيف سيساهم الاستثمار في المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة في تحقيق التنمية المستدامة؟ "

والله ولي التوفيق.

رئيس المؤتمر

د. عادل خادي



مآور المؤآمر:

- المآور الأول: الإآار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة في ظل اآآصاد المعرفة؛
- المآور الثاني: الابداع والابتكار طريق المؤسسات الناشئة نحو آآقق التنمية المسآدامة
- المآور الثالث: دور الآامعة في آآضبان وتنمية الفكر المقاولاتي
- المآور الرابع: برامج وآليات تمويل ودعم المؤسسات الناشئة في الآزائر
- المآور الخامس: دور المؤسسات الناشئة في آفعيل التنمية المسآدامة
- المآور السادس: آآارب ومقاربات دولية ناجآة للآوجه نحو الاستآمار في المؤسسات الناشئة

أهآاف المؤآمر:

نهدف من آلال هذا المآآقى إلى آآقق الأهآاف الآالية:

- الإآاطة بالأسس المفاهيمية للمؤسسات الناشئة و اآآصاد المعرفة؛
- الآعرف على الآليات الآي يساهم من آلالها الابداع والابتكار في نجاح المؤسسات الناشئة؛
- إبراز دور الآامعة في آآسيد التنمية المسآدامة من آلال العمل المقاولاتي وآلق المشاريع المقاولاتية؛
- إعداد اسآراآيجية وطنية لوضع آليات ملاآمة للآمول ودعم المشاريع الناشئة؛
- إبراز دور المؤسسات الناشئة في آآقق التنمية المسآدامة في ظل الآآديات الآي آواجهها؛
- الاسآفاعة من آآارب دولية رائدة لتآييم آآربة الآزائر مآال المؤسسات الناشئة و اآآصاد المعرفة.

فهرس المحتويات

المداحلات باللغة العربية

09-1	التكنولوجيا المالية Fintech كفرصة للمؤسسات الناشئة في الجزائر د. عثمان عثمانية / د. وداد بن قيراط
27-10	الإبتكار الأخضر كأداة لتشجيع التوجه نحو التنمية المستدامة مدفوني هنده/ ط.د. مناصرية أميرة
45-28	دور الابتكار في بقاء الشركات الناشئة في ظل أزمة كوفيد-19 دراسة حالة Isinnova د. سميرة شعابنة/ د. نجمة عباس
56-46	دور حاضنات الاعمال في بناء القدرات الابداعية لدى المؤسسات الناشئة د. السعيدى سعدي
79-57	دعائم الإبداع في المؤسسات الناشئة لتحقيق الميزة التنافسية في الجزائر ط د: عفيف رمضاني / أ.د. علي مكيد
99-80	الابتكار في المؤسسات الناشئة تجارب دولية ناجحة ط.د. خديش غادة/ مرابطي سناء
114-100	المؤسسات الناشئة ومدى مساهمتها في دعم البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة د. بطاهر بختة
127-115	التطورات البحثية للنظام البيئي المقاوالاتي ونجاح المؤسسات الناشئة : دراسة بيبليوميترية أ.د. خليل شرقي/ د. رياض عيشوش
141-128	الابتكار والابداع كمدخل للمؤسسات الناشئة نحو تحقيق التنمية المستدامة: دراسة بعض التجارب الدولية د. يوسف عطية/ د. سفيان بوسالم
156-142	المؤسسات الناشئة كرهان لتفعيل استراتيجية إعادة تدوير النفايات خدمة لأهداف التنمية المستدامة: عرض نماذج عربية بارزة د. أمال حفاوي / د. بلقاسم بوفاتح
179-157	دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم ومساندة ادارة المعرفة في المؤسسات الناشئة د. رقية بوطويل
199-180	المقاوالاتية الخضراء كآلية لتعزيز التنمية المستدامة-عرض لبعض النماذج الدولية الناجحة د.لمياء مكرسي/ د. نور الهدى عمارة

217-200	دور المؤسسات الناشئة في خدمة أهداف التنمية المستدامة - عرض تجارب مؤسسات ناشئة د. أمال بوسمينة / د. أسماء سفاري
236-218	استراتيجيات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة - تجارب بعض المؤسسات الناشئة - ط د. نور الهدى سطيفي / د. فتحية بجاوي
264-237	بناء المؤسسات الناشئة لاقتصاد المعرفة في الجزائر ط د. سعاد مصيبح / د. خالد جفال
281-265	المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة في الجزائر د. حمزة عمي سعيد / ط د. صليحة وذان
300-282	نموذج مصانع الشركات كآلية لدعم الشركات الناشئة وتحقيق التنمية المستدامة. حالة مؤسسة بياك في المملكة العربية السعودية د. زهير سعدي / ط د. مروى مومن
320-301	المؤسسات الناشئة الخضراء توجه جديد لتحقيق الاقتصاد الأخضر: التجربة الألمانية نموذجاً ط. د شهيرة علوان / محمد بوطلاعة
338-321	مساهمة التعليم المقاولاتي في تنمية الثقافة المقاولاتية للطلبة الجامعيين - دار المقاولاتية لجامعة خميس مليانة أمودجا - د. صالح محرز / ط د. قرظ ناصر
359-339	دور الإستثمار الملائكي في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة - تجارب دولية ومحلية - د. حمزة بوكفة / ط د. جميلة بن خالد
377-360	المؤسسات الناشئة واليات تمويلها - دراسة حالة مؤسسة - FAPRAN د صورية بوطرفة / ط. د. عريبي شيماء
395-378	التحفيزات الجبائية كآلية لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر ط, د موسى عبد القادر
414-396	شركات رأس المال المخاطر وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة في الجزائر ط د. إدريسي فتحي / ط د. أمحمد بوزينة أبوب
431-415	أثر منصات التعلم الإلكتروني في نشر الوعي المقاولاتي لدى الشباب - دراسة عينة من الشباب ط د. بلهوشي عبد المؤمن / د. فارس طلوش
448-432	المنصات الافتراضية للتعليم والتدريب المقاولاتي: منصة UNISIM ط د هاجدر مزغيس / د. عادل خلدي
466-449	واقع المرافقة والدعم المقاولاتي بالجزائر دراسة وكالة ANGEM تبسة د. بعلول نوفل / د. الوافي حمزة

1-32	La formation entrepreneuriale au sein de l'université algérienne Enjeux et perspectives <i>Pr, LAZREG Mohammed</i>
33-56	<i>Factors of startups success</i> <i>Bouredja sara /Bourouaha Abdelhammid</i>

التكنولوجيا المالية Fintech كفرصة للمؤسسات الناشئة بالجزائر

د. عثمان عثمانية* و د. وداد بن قيراط**

*جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة، مخبر المقاولاتية وإدارة المنظمات،

o.atmania@univ-tebessa.dz

** جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة، wided.benkirat@univ-tebessa.dz

الملخص

تهدف هذه الورقة لتسليط الضوء على التكنولوجيا المالية، على اعتبار أنها مجال لا يشترط بالضرورة مصارف أو مؤسسات مالية، وإمكانية تشكيلها مجالا للمؤسسات الناشئة، خاصة في الدول التي تعد أنظمتها المالية والمصرفية غير كفؤة، وتتميز بالطابع العمومي الذي يعيق تطورها وتبنيها لممارسات التحسين والأداء الأفضل. وللإجابة عن سؤال ما إن كانت التكنولوجيا المالية تشكل فرصة للمؤسسات الناشئة في الجزائر، تم استعراض المفاهيم المرتبطة بالتكنولوجيا المالية، ومختلف أقسامها من مدفوعات وتمويل جماعي وغيرها، وصولا إلى وضع النظام المصرفي والمدفوعات الرقمية في الجزائر.

وانطلاقا من البيانات التي يقدمها تقرير الشمول المالي لسنة 2021، وتلك الخاصة بالمدفوعات الرقمية وانتشار الهواتف والأنترنيت بالجزائر، إتضح أن هناك عدة عوامل يمكن أن تجعل من التكنولوجيا المالية فرصة للمؤسسات الناشئة بالجزائر. أول العوامل يرتبط بوضع النظام المالي والمصرفي الجزائري، غير الكفؤ وغير القادر على التطور وتحسين خدماته، على الرغم من كل محاولات العصرية، وكذلك ضعف الكدفوعات الرقمية المرتبطة بالنظام سابق الذكر من جهة، ومن مقاومة المحلات التجارية ومقدمي الخدمات للمدفوعات الرقمية. وبالمقابل يعد انخفاض تكلفة الدخول للحلول والتطبيقات التكنولوجية المصرفية والمالية، وأيضا توفر الشروط الأساسية لإنشاء مؤسسات ناشئة في هذا المجال، بناء على ما يتوفر من هواتف وتغطية أنترنت بالجزائر.

الكلمات الدالة: التكنولوجيا المالية، المؤسسات الناشئة، المدفوعات الرقمية، النظام المالي الجزائري.

1. المقدمة

نتجت التكنولوجيا المالية عن مزاجية التطورات التكنولوجية الحديثة مع الممارسات المالية والمصرفية، وهي بذلك تسعى لتطبيق تكنولوجيات مثل البلوكتشين والذكاء الاصطناعي وروبوتات الدردشة في نشاطات المصارف والمؤسسات المالية.

وبما أنها لا تشترط مؤسسات مالية أو مصرفية بالضرورة، تعد التكنولوجيا المالية مجالاً خصبا للمؤسسات الناشئة، سيما في الدول التي تعد نظمها المالية والمصرفية ضعيفة، وهناك هامش ممكن للإبتكار في هذا المجال.

وتعد الجزائر من الدول التي تتميز بنظام مالي ومصرفي غير كفؤ، وتعمل فيها السلطات مؤخرا على خلق مناخ ملائم يشجع ويدعم المؤسسات الناشئة، وذلك باستحداث أطر قانونية وتنظيمية تنظم عملها.

ومن هنا، تناقش هذه الورقة الفرصة التي يمكن أن تخلقها التكنولوجيا المالية بالنسبة للمؤسسات الناشئة في الجزائر، وذلك بغرض بث ديناميكية في القطاع المالي والمصرفي، بما يخدم الإقتصاد والمجتمع.

2. مفهوم التكنولوجيا المالية

تم إستعمال مصطلح التكنولوجيا المالية فنتك Fintech لأول مرة من قبل بيتنغر Bettinger سنة 1972 في " Fintech: A Series of 40 Time Shared Models Used at Manufacturers Hanover Trust Company Financial Services Technology Consortium"، وهو مشروع بدأته سيتيجروب Citigroup من أجل دعم جهود التعاون التكنولوجي. وبعد سنة 2014 جذب القطاع إهتمام الجموع، الذي شمل الجميع من رواد التكنولوجيا الباحثين إلى المشاركين في الصناعة، المشرعين، والمستهلكين على حد سواء. (Mohamed & Ali, 2019, pp. 14-15) ثم أصبحت أحد أقسام الخدمات المالية الأكثر حركية، جاذبية وحيوية، أنشط مجالاتها اليوم هي: تحليلات البيانات، الذكاء الاصطناعي، المدفوعات الرقمية، العملات الرقمية، التمويل الجماعي والأشكال الأخرى للتمويل ند للند.

إنّ مصطلح التكنولوجيا المالية، الذي يشار إليه في اللغات الأخرى إختصارا فنتك Fintech، هو مصطلح مركب من التكنولوجيا Technology والمالية Financial. ويشير إلى الشركات أو ممثلي الشركات التي تتركب الخدمات المالية مع التكنولوجيات الجديدة المبتكرة، وإلى جانب تقديم منتجات وخدمات في القطاع المصرفي، فهي تقدم أيضا أدوات مالية وتأمين

أخرى، أو تقدم خدمات الطرف الثالث...وفي معناه الواسع يشمل أيضا الشركات التي تقدم ببساطة التكنولوجيا (مثل حلول البرمجيات) لمقدمي الخدمات المالية. (Dorfleitner, Hornuf, Schmitt, & Weber, 2017, p. 5) وبالتالي، فالتكنولوجيا المالية لا تعني المصارف فقط بل تتعداها إلى جميع مكونات النظام المالي، كما أن المصطلح يشمل حتى تلك الشركات التي لا تعمل في القطاع المالي، لكنها تقدم حلولاً تكنولوجية للشركات المالية والمصرفية.

لذلك فالتكنولوجيا المالية تشمل ما يلي: (Nicoletti, 2017, p. 17)

- الشركات الناشئة؛
- استخدام التكنولوجيات المالية في المؤسسات المالية التقليدية؛
- تعاون الشركات الناشئة والشركات التقليدية، سواء كانت شركات مالية أو شركات تكنولوجية.

وبالنسبة ل Jack Ma مؤسس أكبر منصة تجارة إلكترونية في العالم Alibaba، الذي قدم تعريف مخالفاً، فإنّ فنتك تأخذ النظام المالي الأصلي وتحسن تقنيته، وهي أيضا إعادة بناء النظام بالتكنولوجيا وحل مشكلة نقص الشمول المالي. (Chuen & Low, 2018, p. 2) وبذلك هو ينظر لها من ناحية الهدف منها، لتسهم في توفير خدمات مالية لأولئك الذين لا يتعاملون مع البنوك غالباً.

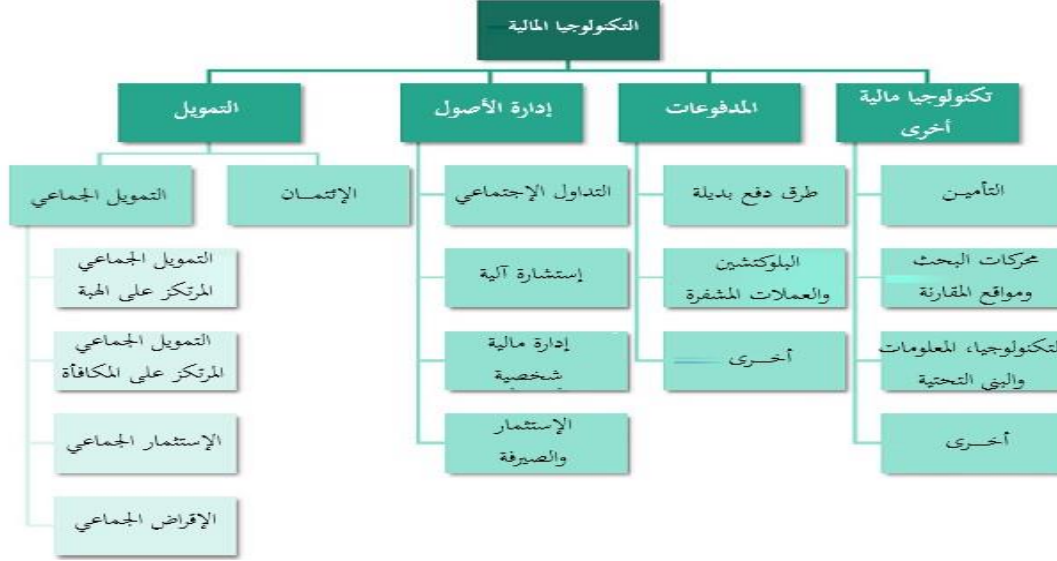
ويجب أن تكون ل فنتك 4 خصائص: يجب أن تكون مبتكرة بشكل عال، ريادية، مدمرة ومركزة على الزبون. (Chuen & Low, 2018, p. 1) وهي تعتمد في ذلك على عدة تكنولوجيات حديثة مثل البلوكتشين، وترتبط غالباً بالذكاء الاصطناعي.

3. أقسام التكنولوجيا المالية

إن التكنولوجيا المالية لا تتعلق فقط بكيفية تقديم الخدمات المالية، أو تحسين قنوات التواصل مع الزبائن فحسب، بل هي تبحث عن تطوير شامل لمختلف أجزاء الصناعة المالية، مثل تحسين المدفوعات، البحث في طرق وأشكال جديدة لعمليات الإقراض، جعل التأمين مرتكزا على التكنولوجيا أيضا،... الخ.

ويمكن أن تقسم صناعة التكنولوجيا المالية إلى أربعة أقسام كبرى وفقاً لنماذج عملها المختلفة، كما هو موضح في الشكل.

الشكل 1: أجزاء صناعة التكنولوجيا المالية



Source: Gregor Dorfleitner, Lars Hornuf, Matthias Schmitt, and Martina Weber, (2017), p.5.

يقدم لنا الشكل مختلف أقسام التكنولوجيا المالية، حيث تقسم إلى أربعة أقسام أساسية. الأول منها مرتبط بالتمويل، ويخص الإئتمان والخصم والتمويل الجماعي crowdfunding، هذا الأخير قد يكون إقراضا جماعيا، إستثمارا جماعيا أو أشكالا أخرى. والقسم الثاني يتعلق بإدارة الأصول، بما فيها الإستشارة الآلية والإستثمار. ثم القسم الذي نعتقد أنه يستحوذ على قدر كبير من هذه التكنولوجيا، وهو المدفوعات، خاصة البلوكتشين والعملات المشفرة، التي تحتل مساحة واسعة من الإهتمام الأكاديمي، التقني والمالي، لما قد تحمله من تغيير يمتد إلى صناعات أخرى كالتجارة الإلكترونية وغيرها. أما القسم الأخير فهو يوسع التكنولوجيا المالية إلى مجالات أخرى غير مصرفية مثل التأمين.

والجدول يبين ترتيب بعض أقسام التكنولوجيا المالية من حيث حجم الإستثمار فيها في سنة 2017.

الجدول 1: ترتيب أقسام التكنولوجيا المالية حسب حجم الإستثمار

القطاع	الإستثمار لسنة 2017
مدفوعات الهاتف	450 مليار دولار
الإقراض ند للند	9 مليار دولار
تكنولوجيا التأمين	2.1 مليار دولار
البلوكتشين	512 مليون دولار

Source: Hazik Mohamed and Hassnian Ali, (2019), p.15.

يُلاحظ من الجدول كيف توزعت الإستثمارات في بعض قطاعات التكنولوجيا المالية، ويتبين أنّ المدفوعات إستقطبت القسم الأكبر من الإستثمار بحوالي 450 مليار دولار أمريكي، وهو مبلغ كبير يدل على أهمية هذا القطاع. كما تحصلت قطاعات أخرى كالإقراض ند للنند وتكنولوجيا التأمين على إستثمارات هامة.

4. هل تمثل التكنولوجيا المالية تطورا أم ثورة؟

مما لا شك فيه، أن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، وخاصة الأنترننت، شكلت نقلة نوعية في نماذج العمل التقليدية لكل المؤسسات. وإمتد التغيير ليشمل المؤسسات المالية، فأصبح الحديث عن الدفع الإلكتروني وتحويل الأموال إلكترونيا، وحتى البنوك الرقمية التي تقدم خدماتها كلية عبر الخط.

فلنتأمل هذه الأمثلة: (Blakstad & Allen, 2018, p. 15)

- يمتلك علي باي AliPay زبائن أكثر من السكان البالغين في أوروبا، وحول الصين من إقتصاد يعتمد على النقد الحاضر نحو أغلبية لا تعتمد على النقود في أقل من 10 سنوات.
 - تعالج كويك بوكس QuickBooks ثلث الناتج المحلي الخام للو.م.أ من خلال برمجيتها، ولها زبائن أكثر من أي بنك أمريكي.
 - نظام أم بيزا M-PESA نقل إبرة الشمول المالي في كينيا من 17% إلى ما يقرب 100% في 10 سنوات.
 - في سنة 2017، برنامج الأمم المتحدة للتنمية UNDP إستعمل بلوكتشين لتوزيع المساعدات لـ 10.000 لاجئ دون أي تبادل للنقود بين الأيادي.
- ما يتوجب الوقوف عنده، أنّ جميع هذه الإبتكارات تمت مباشرتها أو تقديمها من مؤسسات لا تنتمي إلى الصناعة المصرفية، وقد جلبت فوائد كبرى للزبائن الذين أهملتهم البنوك لفترة طويلة، وكان يبدو في الماضي أنّ لا خيار أمامهم سواها.
- إذن، المستقبل لن يكون مصرفيا إذا إستمر توجه عوامل الدفع التكنولوجي لصالح الشركات التكنولوجية التي ترغب في إختراق السوق أو أجزاء منه، مثلما ترغب شركة فايسبوك في إختراق سوق تحويلات أموال المهاجرين.

5. هل تمثل فنتك فرصة للشركات الناشئة في الجزائر؟

هناك الكثير من العوامل التي يمكن أن تجعلها كذلك. يمكن إبرازها إجمالاً في العناصر الأربعة الآتية.

1.5. الوضع الحالي للنظام المالي الجزائري

يتميز الوضع الراهن للنظام المالي الجزائري بسوق مالية غير فعالة، على الرغم من إنشائها أواخر تسعينيات القرن الماضي، إلا أن إدراج المؤسسات فيها لا يزال ضعيفاً، وتداول أسهم الشركات المدرجة يكاد يكون جامداً، مع عدم القدرة على إدراج أسهم شركات جديدة، ما عدا بعض عمليات إصدار السندات.

يضاف إلى السوق المالية غير الفعالة، نظاماً مصرفياً تقليدياً يتميز بدرجة عالية من عدم الكفاءة. تسيطر عليه البنوك العمومية إلى جانب ضعف استخدام التكنولوجيا وأساليب الإدارة الحديثة، يضاف إلى ذلك البيروقراطية الهائلة والخدمات الرديئة، ما يجعله نظاماً مصرفياً لا ينتمي للقرن الحادي والعشرين.

2.5. المدفوعات الرقمية في الجزائر

تعد الجزائر من بين الدول الأضعف من حيث الشمول المالي واستخدام المدفوعات الرقمية في الحياة اليومية لأفراد المجتمع. وغالباً ما يبرر ذلك بضعف المنظومة المصرفية التي تعتمد أكثر فأكثر على البيروقراطية والعمليات المصرفية التقليدية، والثقة المفقودة في مؤسساتها، في ظل غياب منافسة حقيقية من البنوك الخاصة والأجنبية.

يقدم لنا تقرير الشمول المالي لسنة 2021 - الصادر عن البنك الدولي أواخر شهر جويلية من عام 2022- نظرة لا غنى عنها لموقع الجزائر من الدول الأخرى فيما يخص الوصول إلى الخدمات المصرفية ومدى استعمال تكنولوجيات الدفع لإتمام المعاملات المختلفة، كما هو مبين في الجدول رقم 2.

الجدول 2: الجزائر في مقابل دول أخرى في الشمول المالي والدفع الرقمي

البيانات (بالنسبة للأفراد الذين تتعدى أعمارهم 15 سنة)	الجزائر كينيا	الإمارات العربية المتحدة	تركيا
(%)	(%)	(%)	(%)
عدد الحسابات	44.1	79.2	85.74
إقترض من مؤسسة مالية رسمية	4.55	24.73	22.05
قام بالدفع رقمياً	12.76	75.80	75.05
			74.09

67.63	76.61	77.56	33.74	أجرى أو استقبل مدفوعات رقمية
59.59	72.37	24.94	23.82	يملك بطاقة دين أو بطاقة إئتمان
42.07	15.85	44.91	3.57	إستخدم الهاتف أو الأنترنت لدفع الفواتير
41.48	61	4.88	2.59	إستخدم بطاقة دين أو إئتمان في المتجر

المصدر: من إعداد الباحثين، بناء على البيانات الواردة في تقرير البنك العالمي للشمول المالي على الرابط:

(accessed <https://www.worldbank.org/en/publication/globalindex/Data> August 10, 2022)

ينتضح من الجدول رقم 2 أن الجزائر ضعيفة من حيث الشمول المالي مقارنة بدول أخرى مثل كينيا، الإمارات العربية المتحدة وتركيا، فعدد الذين يمتلكون حسابات اقل بنسبة 30% عن تركيا وأكثر من ذلك مقارنة ب كينيا والإمارات العربية المتحدة. ولو ننظر إلى الدفع الرقمي، نجد الجزائر تمثل 1 إلى 5 مقارنة بتركيا، و 1 إلى 6 مقارنة بكينيا والإمارات العربية المتحدة، كما أن استخدام الأنترنت لدفع الفواتير وأيضاً استخدام بطاقات الدين أو الإئتمان للدفع يظل ضعيفاً، وهذا راجع لعدة أسباب أهمها عدم توفر أغلب المتاجر على أجهزة TPE التي تعد ضرورية للدفع بواسطة البطاقات، وأيضاً ضرورة توفر حامل البطاقة على حساب بنكي والتكلفة العالية نسبياً لتلك البطاقات.

وعلى الرغم من الزيادة في عدد المحلات المرتبط بمنصة TPE خلال السنوات

الأخيرة، إلا أن عددها لا يعد كافياً كما هو موضح في الجدول رقم 3.

الجدول 3: عمليات الدفع وأجهزة TPE بالجزائر

السنوات	العدد الإجمالي ل TPE قيد الإستغلال	العدد الإجمالي لعمليات الدفع	المبلغ الإجمالي لعمليات الدفع
2018	15.397	190.898	1.335.334.130,76
2019	23.762	274.624	1.916.994.721,11
2020	33.945	711.777	4.733.820.043,01
2021	37.561	2.150.529	15.113.249.499,92
حتى جويلية 2022	40.345	1.521.235	11.782.511.828,35

المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحثين بناء على البيانات الواردة على:

(accessed August 12, <https://giemonetique.dz/activite-paiement-sur-tpe/> 2022)

ينتضح من الجدول رقم 3 أن عدد محطات الدفع الإلكترونية TPE قد إرتفع بشكل كبير خلال السنتين الماضيتين، ويلاحظ أن عدد المحطات قيد الإستغلال في الأشهر السبعة الأولى

تعدى عدد المحطات في سنة 2021 بأكملها، وهذا راجع بالأساس إلى جائحة كوفيد-19 التي فرضت واقعا جديدا يكون فيه الدفع الإلكتروني هاما، وأيضا مساعي وزارة التجارة بتحديد تواريخ نهائية لسحب التجار أجهزة TPE مجانا من مصالح البريد والمواصلات. ومع ذلك، فيبقى عدد تلك الأجهزة ضعيف جدا مقارنة بعدد المحلات في مختلف مناطق الوطن. كما يلاحظ في نفس الوقت تضاعف عدد عمليات الدفع والمبالغ الإجمالية بين سنتي 2018 و2022.

يتضح مما سبق أن حجم المدفوعات الرقمية في الجزائر لا يزال ضعيفا، ويبقى استخدام النقد مسيطرا على المعاملات التجارية، بسبب ضعف البنية التحتية التكنولوجية من جهة وارتفاع تكلفة بطاقات الدفع المرتبطة بحسابات بنكية من جهة ثانية.

3.5. عوائق الدخول ضعيفة

الأمر لا يتطلب استثمارات مالية كبيرة، بل فقط معرفة وابتكارا، وإطارا تشريعيًا مناسبًا. وهذا ما يجعل التكنولوجيا المالية مجالًا أساسيًا للمؤسسات الناشئة التي لا تمتلك موارد كبيرة في البداية، ولا يكون نشاطها مصرفيًا بالضرورة.

4.5. عوامل الدفع بالجزائر

يعد ضعف المنظومة المصرفية عاملاً أساسياً في ضرورة البحث عن حلول ممكنة تكنولوجيا تسهم في وصول الخدمات المالية لشرائح أوسع من أفراد المجتمع الجزائري، فعدد البنوك نسبة إلى السكان بعيد عن المعيار العالمي حسب تصريحات محافظ بنك الجزائر الأسبق أيمن عبد الرحمان، الذي أشار إلى وجود وكالة بنكية لكل 27587 نسمة في الجزائر، وهو بعيد عن المعيار العالمي الذي يضع وكالة واحدة لكل 5000 نسمة، إضافة إلى ضعف الاعتماد على التكنولوجيات الحديثة في تقديم الخدمات وتسوية المعاملات.

تتمتع الجزائر بالعديد من الميزات التي تمكنها من تعزيز المدفوعات الرقمية، كما تساعد الفرص المتزايدة التي تتيحها الأنترنت على استكشاف طرق وآليات جديدة للدفع. يقدم لنا موقع Data reportal العديد من البيانات حول ذلك:

- هناك 46.57 مليون هاتف خلوي متصل في بداية 2022 أي 103.5% من إجمالي السكان؛
- عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر إلى غاية جانفي 2022 حوالي 27.28 مليون شخص؛
- معدل إنتشار الأنترنت في الجزائر 60.6% من إجمالي السكان بداية عام 2022؛
- إرتفع عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر ب 1.8 مليون (7.3%) بين 2021 و2022؛

- استخدام الصيرفة عبر الأنترنت خلال السنة الماضية 2%.

تحدد البيانات المذكورة ما يمكن أن يشكل دافعا كبيرا للمدفوعات الرقمية في الجزائر، فعلى الرغم من ضعف إمتلاك الحسابات البنكية (44% فقط من البالغين، أنظر الجدول رقم 2)، إلا أنه يمكن خلق نظام مدفوعات خارج البنوك كلية، إما باستخدام نقد الهاتف أو بحلول تكنولوجية أخرى على غرار العملات الرقمية للبنوك المركزية، وهذا من شأنه أن يخلق نظاما بيئيا مناسباً لرقمنة أوسع، من أجل الوصول إلى تجسيد الإقتصاد الرقمي.

6. خاتمة

يتضح مما سبق أن التكنولوجيا المالية لا تعني المؤسسات المصرفية والمالية فقط، بل تشمل حتى الشركات التي تعمل في مجال التكنولوجيا، والتي تبحث عن ابتكار حلول وتطبيقات في مجالات الصيرفة والمالية، وهي تغطي مجالات التمويل وإدارة الأصول والمدفوعات والتأمين. يتميز النظام المالي والمصرفي الجزائري بعدم الكفاءة ورداءة الخدمات المقدمة، وعدم استخدام التكنولوجيا إلا في حدود ضيقة، وهذا ما يخلق فرصة هامة للمؤسسات الناشئة التي يمكن أن تقدم حلولاً وتطبيقات مبتكرة في مجال التكنولوجيا المالية. وتسهم العديد من العوامل في دفع هذا المجال قدما في الجزائر، ومع تكلفة الدخول المنخفضة، وما يتوفر من تغطية للهاتف النقال وشبكة الأنترنت، إضافة لديموغرافيا تتميز بأغلبية من فئة الشباب، يمكن للمؤسسات الناشئة أن تخلق مناخا ديناميكيا يدفع المجال المصرفي والمالي قدما، لخدمة الاقتصاد والمجتمع.

المراجع

- Blakstad, S., & Allen, R. (2018). *Fintech Revolution: Universal Inclusion in the New Financial Ecosystem*. Gewerbestrasse, Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Chuen, D. L., & Low, L. (2018). *Inclusive Fintech: Blockchain, Cryptocurrency and ICO*. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). *Fintech in Germany*. Gewerbestrasse, Switzerland: Springer.
- Mohamed, H., & Ali, H. (2019). *Blockchain, Fintech, and Islamic Finance: Building the Future in the New Islamic Digital Economy*. Berlin: Walter de Gruyter Inc.
- Nicoletti, B. (2017). *the Future of Fintech: Intergrating Finance and Technology in Financial Services*. Gewerbestrasse, Switzerland: Palgrave Macmillan.

واقع المرافقة والدعم المقاولاتي بالجزائر دراسة وكالة ANGEM تبسة

بعلول نوفل* و الوافي حمزة**

*:جامعة أم البواقي، newfelbaaloul_eco@yahoo.com؛

** :المركز الجامعي ميله،louafi.hamza@centr-univ-mila.dz

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المرافقة المقاولاتية للمؤسسات الصغيرة والتي اتخذتها الحكومة الجزائرية من أجل إنشاء ومتابعة المؤسسات الصغيرة في جميع القطاعات الاقتصادية والحيوية، واتخاذها لوسائل وإجراءات أقل تعقيدا أقل بيروقراطية، واتباع نظام جذب استثماري يعتمد على الاعفاءات الضريبية وتقليص الرسوم ويرتكز على الإعانات المادية.

الكلمات الدالة: المرافقة المقاولاتية، المؤسسات الصغيرة، أجهزة المرافقة، هيئات المرافقة، ANGEM

ABSTRACT

This study aims to identify the small business associations that the Algerian government has taken to establish and follow up small enterprises in all economic and vital sectors, adopt less complex bureaucratic procedures and procedures, and adopt an investment-attracting system based on tax exemptions and reduction of fees based on subsidies.

Keyword: Business Accompaniment, Small Enterprises, Accompanying Bodies, Accompanying Bodies, ANGEM.

1. المقدمة

المقاولاتية مفهوم واسع الانتشار في المجال الاقتصادي، غير أنه كثيرا ما يحصر مفهومها في إنشاء مشاريع تجارية جديدة أو عمل بعض الأفراد لحسابهم الخاص، في حين أن هذه الأنشطة تمثل السلوك المقاولاتي بشكل محدود.

لذا فهي شكل من أشكال، وسمة من سمات السلوك البشري المتوقع وغير المتوقع. وربط العديد من الباحثين التوجه المقاولاتي بنمو الدول، ومن ثمة ألفة العديد من الدول الضوء على أهمية بعث روح المقاولاتية لدى أفرادها من أجل تطوير الاقتصاد وتنميته والنهوض به. ومن هنا اعتمدت الجزائر على مجموعة من الهيئات والأجهزة الحكومية والخاصة من أجل دعم الروح المقاولاتية ومرافقة الأفراد في إنشاء مشاريعهم الخاصة وتسييرها وتمويلها، ومن بين هذه الأجهزة الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة.

وبناءً على ما سبق، يمكن طرح إشكالية هذه الدراسة في تساؤل رئيسي مفاده:

ما هي المرافقة المقاولاتية للمؤسسات الصغيرة والمصغرة؟ وما واقعها في الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة لولاية تبسة؟

ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية، تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

- ✓ المحور الأول: الإطار المفاهيمي حول المرافقة المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمصغرة؛
- ✓ المحور الثاني: واقع المرافقة المقاولاتية في الجزائر؛
- ✓ المحور الثالث: الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة ANGEM (الدراسة الميدانية وكالة تبسة).

2. الإطار المفاهيمي حول المرافقة المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمصغرة.

بغية تنمية وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بادرت العديد من الدول خاصة المتطورة منها إلى اتخاذ عدة إجراءات لدعم وحماية هذه المؤسسات، وهذا لتعزيز قدراتها التنافسية ورفع كفاءتها الإنتاجية.

وبالتالي جعلها قادرة على الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل وجلب الثروة، ومن بين هذه الإجراءات نجد مرافقة حاملي المشاريع في إنشاء مؤسساتهم أو ما يعرف بالمرافقة المقاولاتية.

1.1. مفهوم عملية المرافقة.

تعرف المرافقة على أنها: عملية ديناميكية لتنمية وتطوير مشروعات الأعمال خاصة مشروعات أو منشآت الأعمال الصغيرة التي تمر بمرحلة التأسيس أو الإنشاء وبداية النشاط حتى تتمكن من

البقاء والنمو بصفة خاصة في مرحلة بداية النشاط start-up period، وذلك من خلال العديد من المساعدات المالية والفنية وغيرها من التسهيلات الأخرى اللازمة أو المساعدة.¹ ويعرف مصطلح المرافقة لغة على أنه: وضع مجموعة من الإجراءات تهدف إلى التخفيف من الآثار السلبية التي يعاني منها شخص ما (بغرض المساعدة).² تعرف أيضا بأنها مجموع الخدمات المقدمة للمقاول من طرف هيئة المرافقة (بغض النظر عما إذا كان قد أنشأ مؤسسته أو ليس بعد)، هذه الخدمات تشمل مجالات عدة: المادية، الاستثمارية، التكوينية، الخ...

هذا من جهة ومن جهة أخرى فان المرافقة تدل كذلك على تلك العلامة الشخصية التي تربط لمدة معينة من الزمن حامل المشروع مع شخص من هيئة المرافقة، والذي تتمثل مهمته في متابعة المقاول ومساعدته خاصة خلال مرحلة نمو مشروعه وتطوره.³

2.2. مفهوم المقاول.

يعرف جوزيف شومبيتر (J. Shumpeter) المقاول على انه الشخص الذي يملك صفة الابداع والابتكار، وهو فرد نادر ذو موهبة يستطيع جذب أرباح كثيرة، وأنه محرك التطور الاقتصادي، وهو شخص صاحب فكرة.

وتتوفر لديه الارادة نحو النجاح، ولديه مرونة في التعامل وتتوفر فيه الرغبة في المخاطرة بشكل معقول حيث يمتلك المهارة في التنظيم.⁶

3.2. مفهوم المؤسسات الصغيرة والمصغرة.

اثار تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمصغرة كثيرا من الجدل بين الاوساط الاقتصادية الدولية والمحلية، رغم وجودها وانتشارها في دول العالم النامي والمتقدم كافة على حد سواء، ولعل الأسباب المؤدية الى اختلاف التعاريف بين المفكرين وبين الدول وبين الهيئات الاقتصادية يمكن حصرها في الأسباب الآتية:

✓ إختلاف درجة النمو الاقتصادي؛

✓ إختلاف طبيعة النشاط الاقتصادي وفروعه؛

✓ إختلاف العوامل التقنية والعوامل السياسية.

ولصعوبة تحديد تعريف دقيق للمؤسسات الصغيرة والمصغرة تم الاعتماد على جملة من المعايير يمكن الاستناد عليها في محاولة تحديد ماهية هذه المؤسسات، فهي تشمل على سبيل المثال لا الحصر معيار عدد العمال، راس المال، كمية الانتاج او قيمته وحجم المبيعات...الخ، وقد يستخدم أي من هذه المعايير منفردا كما قد يحتاج الامر الى استخدام اكثر من معيار واحد في نفس الوقت.

فيصنف البنك الدولي المؤسسات التي يعمل فيها أقل من 10 عمال في المؤسسات المصغرة، والتي يعمل بها ما بين 10 الى 50 عامل في المؤسسات الصغيرة، والتي يعمل بها ما بين 50 و100 عامل في المؤسسات المتوسطة.

وفي الجزائر تعرف المؤسسات الصغيرة و المصغرة في القانون رقم 01-18 المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي اعتمدت فيه الجزائر على المعايير الآتية: عدد العمال، رقم الأعمال السنوي، الحصيلة السنوية.

فالمؤسسة المصغرة هي مؤسسة انتاج للسلع والخدمات، تشغل ما بين 01 و 09 عمال وتحقق رقم أعمال سنوي أقل من 20 مليون دينار جزائري.

والمؤسسة الصغيرة: تعرف بانها مؤسسة انتاج السلع والخدمات تشغل ما بين 10 و 49 عامل و لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 200 مليون دينار جزائري، ولا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 100 مليون دينار جزائري.⁷

وتأتي الحدود الفاصلة بين المؤسسات المصغرة والصغيرة في نص هذا القانون على النحو المحدد في الجدول الآتي:

الجدول 1: ملخص عن تعريف المؤسسات المصغرة والصغيرة حسب القانون 01-18.

نوع المؤسسة	عدد العمال	رقم الأعمال	الحصيلة السنوية
مؤسسة مصغرة	01-09	أقل من 20 مليون دج	أقل من 10 ملايين دج
مؤسسة صغيرة	10-49	أقل من 200 مليون دج	أقل من 100 مليون دج

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على القانون 01-18.

3. واقع المرافقة المقاولاتية في الجزائر.

لم تأخذ المقاولاتية حقيها في الجزائر الا بعد تخليها عن نظام الاقتصاد الموجه وانتقالها الى نظام اقتصاد السوق بهدف ايجاد حل للخروج من الازمة التي عرفها الاقتصاد الوطني ومؤسساته العمومية انطلاقا من منتصف الثمانينات نتيجة ضعف مردودية هذه المؤسسات من جهة والانخفاض الحاد في أسعار المحروقات من جهة ثانية، ولأن نجاح المؤسسات الصغيرة والمصغرة ليس بالأمر الهين، قامت الجزائر بتطبيق مجموعة من الإصلاحات على المستوى التشريعي من أجل تهيئة الأرضية القانونية الملائمة لنشاط المقاولين ومؤسساتهم، أيضا انشاء

وزارة خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والعديد من الأجهزة التي تعمل على المرافقة المقاولاتية.

1.3. أجهزة وهيئات المرافقة المقاولاتية.

توجد في كل دولة مجموعة من الهيئات أوكلت لها مهمة مرافقة المؤسسات، والنهوض بها من جانب الانشاء والتطوير لتمكنها من كسب أسس متينة، وتختلف هذه الاجهزة والهيئات من حيث المصدر والطبيعة ومستوى التدخل ومدته والقطاع الذي تهتم به، ومن أهمها الآتي:

1.1.3. أجهزة مرافقة المؤسسات الصغيرة المطورة على مستوى الوزارة.

1.1.1.3. مراكز التسهيل:

حددت الطبيعة القانونية لمراكز تسهيل المؤسسات حسب المرسوم التنفيذي الصادر في شهر فيفري 2003، وهي عبارة عن مؤسسات عمومية ذات طابع اداري لها شخصية معنوية وتتمتع بالاستقلالية المالية كما تتوخى تحقيق الاهداف الآتية:

- ✓ تطوير ثقافة المبادرة، ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعمها؛
- ✓ تقليص آجال انشاء المؤسسات وتوسيعها واستردادها؛
- ✓ تشجيع تطوير التكنولوجيات الجديدة لدى حاملي المشاريع؛
- ✓ خلق مكان يلتقي فيه عالم الاعمال والادارة المركزية والمحلية؛
- ✓ محاولة تثمين البحث من خلال توفير جو للتبادل بين حاملي المشاريع ومختلف مراكز البحث والشركات الاستشارية ومؤسسات التكوين والاقطاب التكنولوجية والصناعية؛
- ✓ انشاء قاعدة بيانات حول الكثافة المكانية لنسيج المؤسسات.⁸

1.1.3.2. مشاتل المؤسسات:

تضمن المرسوم التنفيذي ذو الرقم 03-78 المؤرخ في 25 فيفري 2003 القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات وتحديد دورها.

حيث تعرف مشاتل المؤسسات على انها: مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية وتكون في احد الأشكال الآتية:

- ✓ الحاضنة: وهي عبارة عن هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع في قطاع الخدمات.
- ✓ ورشة الربط: تتمثل فلي هيكل دعم يتكفل بأصحاب المشاريع في قطاع الصناعات الصغيرة والمهن الحرفية.
- ✓ نزل المؤسسات: يتكفل هذا النزل بحاملي المشاريع ذوي النشاطات التي تهتم بميدان البحث وتتكفل بمايلي:

✓ استقبال واستضافة ومرافقة المؤسسات حديثة النشأة لمدة معينة وكذلك أصحاب المشاريع؛

✓ تسيير وإيجار المحلات وتقديم الخدمات الملحقة؛

✓ تقديم إرشادات خاصة بمجال النشاط.

2.1.3. هياكل المرافقة المقاولاتية.

2.1.3.1. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)

هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت كاستبدال لوكالة ترقية ودعم ومتابعة الاستثمار (APSI) بموجب قانون الاستثمار لسنة 2001 في شكل شبك وحيد غير مركز موزع عبر 48 ولاية عبر مستوى الوطن، وتخول الوكالة القيام بجميع الإجراءات التأسيسية للمؤسسات وتسهيل تنفيذ مشاريع الاستثمار التي قد تكون في شكل إنشاء مؤسسات جديدة، أو توسيع قدرات الإنتاج، أو إعادة تأهيل وهيكله المؤسسات الجديدة، أو توسيع قدرات الإنتاج⁹، حيث تهدف إلى:

✓ تشجيع وتطوير الاستثمارات في مختلف القطاعات من خلال الخدمات التي تقدمها؛

✓ تحقيق وتبسيط إجراءات المؤسسات والمشاريع؛

✓ كما تمنح هذه الوكالة مجموعة من التحفيزات تتمثل في:¹⁰

✓ تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية للتجهيزات المستوردة التي تدخل في انجاز المشروع؛

✓ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة بالنسبة للاستثمارات التي تدخل مباشرة في انجاز المشروع؛

✓ التكفل بتكاليف الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية بالنسبة للمناطق الخاصة؛

✓ الإعفاء من الضريبة على الدخل الإجمالي، الضريبة على أرباح الشركات، الدفع الجزافي والرسم على النشاط المهني لمدة تتراوح من 03 الى 10 سنوات من انطلاق المشروع حسب المناطق وحجم المشروع.

2.1.3.2. الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ):

هي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996، وقد وضعت تحت سلطة رئيس الحكومة و يتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة العملية لجميع نشاطاتها حيث تسعى لتشجيع كل الصيغ المؤدية لإنعاش قطاع التشغيل الشبابي من خلال إنشاء مؤسسات مصغرة لإنتاج السلع والخدمات.¹¹

بالإضافة الى ترقية ونشر الفكر المقاولاتي ومنح اعانات مالية وامتيازات جبائية خلال كل مراحل المشروع وتوفر الوكالة صيغتين من التمويل وهما: تمويل ثلاثي و تمويل ثنائي.

الجدول 2: الهيكل المالي للتمويل الثلاثي (ANSEJ).

المستوى الأول: قيمة الاستثمار أقل من أو يساوي 5000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة	القرض المصرفي
01%	29%	70%
المستوى الثاني: قيمة الاستثمار ما بين 5000.001 دج و 10.000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة	القرض المصرفي
02%	28%	70%

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على منشورات الوكالة.

الجدول 3: الهيكل المالي للتمويل الثنائي (ANSEJ).

المستوى الأول: قيمة الاستثمار أقل من أو يساوي 5000.000 دج	
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة
71%	29%
المستوى الثاني: قيمة الاستثمار ما بين 5000.001 دج و 10.000.000 دج	
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة
72%	28%

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على منشورات الوكالة

3.2.1.3. الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC):

مؤسسة عمومية للضمان الإجتماعي يتمتع بالإستقلالية المالية والشخصية المعنوية، أنشأ بمقتضى المرسوم التشريعي رقم 94-11 المؤرخ في 26 ماي سنة 1994، والذي كلف بمهمة تقديم التعويضات للعمّال المسرّحين لأسباب إقتصادية المنصوص عليها في نظام للتأمين عن البطالة، بالإضافة إلى مساعدتهم من أجل إعادة الإدماج في الحياة المهنية ومن مهامه:

- تحصيل الإشتراكات المخصصة لتمويل آداءات التأمين عن البطالة، وضبط ملفات المنخرطين فيه ومن ثم صرف التعويضات المستحقة للبطالين المعنيين بخدماته.¹²

ولم يكن لهذا الجهاز مساهمة كبيرة في دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة حيث كانت المساهمة جزئية وليست هادفة، فجاءت تعديلات جديدة في جانفي 2004، عملت الجهات المعنية من

خلالها على ترقية أكبر لهذا الجهاز فيما يخص إنشاء المؤسسات لفائدة العاطلين عن العمل ذوي المشاريع البالغين من العمر بين 35 سنة و 40 سنة.¹³ ويستفيد المقاول من إعانات مالية وتخفيضات في معدل الفائدة المطبقة على القروض كما هو موضح في الشكل الموالي:

جدول رقم (04): الهيكل المالي للتمويل الثلاثي (CNAC)

المستوى الأول: قيمة الاستثمار أقل من أو يساوي 5000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القروض بدون فائدة من الصندوق	القروض المصرفية
5%	70%	25%
5%	70%	25%
المستوى الثاني: قيمة الاستثمار ما بين 5000.001 دج و 10.000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القروض بدون فائدة من الصندوق	القروض المصرفية
10%	70%	20%
8%	70%	22%

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على منشورات الوكالة.

2.3. أسباب لجوء المؤسسات الصغيرة والمصغرة إلى المرافقة المقاولاتية.

من أهم أسباب لجوء المؤسسات إلى خدمات هيئات المرافقة، خاصة في السنوات الأولى من النشأة، هو تعقد سيرورة إنشاء المؤسسة من عدة جوانب أهمها ما يلي:¹⁴

✓ **التعقد الفني:** وينتج عن قلة خبرة حامل المشروع وضعف كفاءاته التسييرية، هذا ما يستوجب منه التحكم في عنصرين أساسيين هما: المعرفة الفنية الجيدة بالمشروع، والروح المقاولاتية العالية.

فالمعرفة تهدف إلى تقوية ما يسمى برأس مال الكفاءات (Capital Competences) لمنشئي المؤسسة، عن طريق تحويل المعارف، التكوين الفردي والجماعي... إلخ.

✓ **تعقد المحيط الخارجي:** تتميز البيئة الخارجية عادة بتغير وعدم الثبات، وبالكثير من التعقيدات فتاتي المرافقة في هذا الإطار بمجموعة من الأدوات التي تهدف الى ضبط هذا التعقيد وتوضيح الخيارات الممكنة للمقاول (عن طريق دراسة السوق، نصائح استراتيجية... إلخ)

✓ **التعقد الإداري:** ويتمثل في الصعوبات الإدارية التي يواجهها المقاولون عند انشاء مؤسستهم، والخاصة بالمعاملات مع مصالح الضرائب والتأمينات، ومصالح العمل والضمان الاجتماعي وغيرها، والذي ينجر عنه تأخر انطلاق النشاط، وهو ما قد يؤدي أحيانا إلى التخلي عن إنجاز المشروع.

بالإضافة إلى العوامل السابقة، توجد مشاكل أخرى تواجهها المؤسسات في مراحل نشأتها الأولى، والتي تعقد بشكل كبير عملية نموها، ومن أهمها:
- **معدلات الوفاة والفشل العالية:** فالدراسة التي أجريت على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول المتقدمة تبين بأن 50% من كل 1000 مؤسسة صغيرة، لا تبقى لأكثر من سنة ونصف، وأن 20% منها فقط تبقى لأكثر من 10 سنوات.
- **الضعف المالي:** وتتمثل أسباب هذا الضعف في:

✓ **تكاليف الإنتاج العالية:** تستفيد المؤسسات الكبيرة من الاقتصاديات السلمية أو اقتصاد الحجم، هذا ما يمكنها من تخفيض تكاليف الإنتاج الثابتة، على عكس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات إمكانات إنتاج محدودة.

✓ **تكاليف إدارية عالية:** وتتمثل في تكاليف المراسلات الإدارية وتنفيذ القوانين والتعليمات الرسمية حسب طبيعة عمل المؤسسة.

✓ **تكاليف تمويل عالية:** تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من صعوبة الحصول على تمويل، وإذا حصلت عليه فغالبا يكون بتكلفة أعلى من تكلفته للشركات الكبرى.

✓ **قدرة محدودة على امتصاص أثار المخاطر المالية:** وهي قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تحمل أثار المخاطر المالية التي قد تتعرض لها، كخسارة صفقة مثلا، والتي قد تترك أثار سلبية كبيرة على المؤسسة.

✓ **الضعف القانوني والسياسي للمؤسسات الصغيرة:** حيث أنها تشكو من:

✓ **ضعف القدرة على التأثير في التشريعات:** ومنها قوانين الضرائب التي لا تراعي الحاجات الخاصة للمؤسسات الصغيرة، حيث لا يمكن لهذه الأخيرة ممارسة الضغط لجعل القوانين تراعيها، وذلك بسبب تشتتها وعدم قيام أصحاب هذه المؤسسات بمتابعة مشاريع القوانين المستقبلية.

✓ **ضعف القدرة على استرجاع الحقوق:** في الكثير من الأحيان تملك المؤسسة حقوقا واضحة، ولكنه لا تستطيع وبسبب محدودية إمكاناتها المالية توظيف من يتابعون الدفاع عن تلك الحقوق واسترجاعها.

✓ **ضعف سياسي:** يعود الضعف القانوني للمؤسسات الصغيرة إلى ضعفها سياسيا، فليس لأصحابها نقابات وجمعيات مهنية خاصة بهم تحدد حاجاتهم الخاصة وتمارس الضغط السياسي للتأثير في التشريعات بما يحمي مصالحهم، حيث نجد الجمعيات المهنية وغرف التجارة والصناعة والنقابات العمالية وغيرها، والتي يهيمن عليها أصحاب المؤسسات الكبيرة، حيث يقومون بتوجيه أنشطتها لخدمة حاجاتهم.

4. الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة ANGEM (الدراسة الميدانية وكالة تبسة).

ظهر القرض المصغر لأول مرة في الجزائر سنة 1999، حيث سمح آنذاك بإنشاء أكثر من 15 ألف مشروع مصغر في مختلف القطاعات إلا أنه لم يحقق النجاح الذي كان مرجو منه، بسبب ضعف عملية مرافقة المشاريع أثناء مراحل نضج ومتابعة إنجازها.

1.4. نشأة الوكالة ومهامها: 15

لمحة عن الوكالة: من خلال الملتقى الذي نظم في شهر ديسمبر 2002 حول موضوع تجربة القرض المصغر في الجزائر وبناء على التوصيات المقدمة خلال هذا التجمع الذي ضمّ عددا معتبرا من الخبراء في مجال التمويل المصغر، تم إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004، وهي هيئة ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي توضع تحت سلطة رئيس الحكومة ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل متابعة العملية بمجمل نشاطاتها ومن أجل تنفيذ المهام المسندة للوكالة تم إنشاء 49 وكالة ولائية تغطي كافة ولايات الوطن وهذه الأخيرة مدعّمة بخلايا للمرافقة على مستوى الدوائر وتقوم بالاتصال مع المؤسسات والهيئات المعنية لإنجاز المهام الآتية:

- ✓ تسيير جهاز القرض المصغر وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما؛
 - ✓ تدعيم المستفيدين وتقديم لهم الاستشارة وترافقهم في تنفيذ أنشطتهم؛
 - ✓ تمنح قروض بدون فائدة؛
 - ✓ تبلغ المستفيدين أصحاب المشاريع المؤهلة للجهاز بمختلف الإعانات التي تمنح لهم؛
 - ✓ تضمن متابعة الأنشطة التي ينجزها المستفيدون مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريعهم.
- وتكلّف الوكالة بما يأتي:
- ✓ إنشاء قاعدة للمعطيات حول الأنشطة والمستفيدين من الجهاز؛
 - ✓ تقدم الإستشارة والمساعدة للمستفيدين من جهاز القرض المصغر في مسار التركيب المالي ورصد القروض؛

- ✓ تقديم علاقات متواصلة مع المصارف والمؤسسات المالية في إطار التركيب المالي للمشاريع وتنفيذ خطة التمويل ومتابعة إنجاز المشاريع واستغلالها والمشاركة في تحصيل الديون غير المسددة في آجالها؛
- ✓ تبرم إتفاقيات مع كل هيئة أو مؤسسة أو منظمة يكون هدفها تحقيق عمليات التحسيس ومرافقة المستفيدين من جهاز القرض المصغر في إطار إنجاز أنشطتهم وذلك لحساب الوكالة.

2.4. مرافقة وكالة ANGEM تبسة لحاملي المشاريع:

تكون مرافقة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لحاملي المشاريع من خلال تسيير صيغتين من التمويل، تسمحان باقتناء عتاد صغير ومواد أولية لممارسة نشاط ما أو تجسيد مشروع معين، وهما:

- ✓ تمويل شراء المواد الأولية: ويتمثل في قرض بدون فوائد بقيمة 100.000 دج والذي يمكن أن تصل قيمته إلى 250.000 دج على مستوى ولايات الجنوب موجه لشراء المادة الأولية، يتم تسديده على مدى 24 إلى 36 شهرا.
 - ✓ التمويل الثلاثي: يتمثل في قرض بقيمة لا تتعدى 1.000.000 دج من أجل اقتناء عتاد صغير ومادة أولية لإنشاء مؤسسة، ويتم تسديده على مدى 12 إلى 60 شهرا (من سنة إلى 05 سنوات) والجدول الموالي يوضح أنماط التمويل المذكورة سابقا:
- جدول 5: الصيغ التمويلية التي تعتمدها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.**

قيمة المشروع	المساهمة الشخصية	القرض البنكي	مساهمة الوكالة	نسبة الفائدة
لا تتجاوز 100.000 دج	0%	-	100%	-
لا تتجاوز 250.000 دج	0%	-	100%	-
لا تتجاوز 1.000.000 دج	1%	70%	29%	-

المصدر: منشورات خاصة بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

وتمر عملية المرافقة لوكالة القرض المصغر من خلال ثلاث مراحل:

1. **مرحلة الإستقبال:** تبدأ هذه المرحلة منذ تقدم المقاول (المستفيد) إلى المرافق بالدائرة التي تعنيه (علما أنه في كل دائرة مرافق على الأقل فمثل دائرة الوزن للوكالة مرافقين) ومن ثم يقوم حامل المشروع بعرض فكرته وأسباب اختيارها مع توجيه المرافق له يتم جمع وتصميم المعلومات

الضرورية لفكرة المشروع وصولاً إلى طبعة المرافقة الواجب اتباعها وهذا على أساس احتياجات المقال.

2. **مرحلة المرافقة في تركيب المشروع والمرافقة المالية:** يقصد بالمرافقة في تركيب المشروع مرافقة المقال في كل مرحلة من مراحل نضج المشروع، من خلال تكوينه في الجانب التقني والجانب التسييري، حيث تقوم الوكالة الوطنية بتكوين الأشخاص المستفيدين من برنامجها لتزويدهم بمختلف المعارف التي تمكنهم من تسيير مؤسساتهم ومن هذه البرامج¹⁶:

❖ **برنامج تكوين في التربية المالية PEFG:** يوجه هذا البرنامج التكويني للمستفيدين من

التمويل الموجه لشراء المواد الأولية ذوي المستوى التعليمي المتواضع ويهدف إلى تلقينهم

المبادئ الأساسية التي تمكنهم من التسيير المالي الحسن لمؤسساتهم المصغرة ويرتكز

هذا البرنامج على المحاور الآتية:

- رفع الثقة بالنفس؛
- الإستعمال الأمثل للموارد المالية؛
- خفض التكاليف والإدخار المستمر؛
- تسيير مديونية المؤسسة ورفع حجم المبيعات؛
- استهداف رفع حجم المؤسسة من مؤسسة مصغرة إلى مؤسسة أكبر.

❖ **برنامج التكوين في إنشاء وتسيير المؤسسات المصغرة GTPE:** يوجه هذا البرنامج

للمستفيدين من التمويل الثلاثي ويهدف إلى تزويدهم بمختلف المعارف المتعلقة بإنشاء

وتسيير المؤسسات المصغرة، ويرتكز هذا التكوين على منهجية تشاركية تسمح بتبادل

التجارب والخبراء بين المكونين، والمقاييس التي يتضمنها هذا البرنامج هي: المؤسسة

والعائلة، تسيير المخزون، حساب التكاليف، المحاسبة، التخطيط المالي، التسويق،

المستخدمين والإنتاجية.¹⁷

أما المرافقة المالية فتتمثل في مرافقة المصرف لحامل المشروع من جانب التقييم المالي

للمشروع وهذا لاتخاذ قرار أولي لتمويل المشروع من قبل الهيئة المرافقة.

3. **مرحلة المتابعة بعد الإنشاء:** تشمل هذه المرحلة كل أشكال الدعم للمقاول من خلال إقحام

مؤسسته في بيئة الأعمال ويتم تقديم في هذه المرحلة عدّة امتيازات مساعدة منها:

- تسويق منتجات المؤسسة المصغرة من خلال تنظيم معارض وصالونات تسمح لهم بالتعريف

بمنتجاتهم وتنشيط ورشات عمل لتبادل الخبرات بين المؤسسات الناشئة ونظيرتها التي تملك خبرة

في السوق.

- الإمتيازات الجبائية المقدّمة من طرف الوكالة والمتمثلة فيما يلي:¹⁸

✓ إعفاء كلي من الضريبة على الدخل الإجمالي والضريبة على أرباح الشركات لمدة 03 سنوات؛

✓ إعفاء من الرسم العقاري على البيانات المستعملة في النشاطات التي تمارس لمدة 03 سنوات؛

✓ إعفاء من رسم نقل الملكية على الإقتناءات العقارية التي يقوم بها المقاولون قصد إنشاء نشاطات صناعية؛

✓ إعفاء من جميع حقوق التسجيل على عقود تأسيس الشركات التي ينشئها المقاولون؛
✓ تخفيض من الضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات وكذا الرسم على النشاط المهني المستحق عند نهاية فترة الإعفاءات وذلك خلال ثلاث سنوات الأولى من الإخضاع الضريبي ويكون هذا التخفيض كما يلي:

- السنة الأولى من الإخضاع الضريبي تخفيض قدره 70%.

- السنة الثانية من الإخضاع الضريبي تخفيض قدره 50%.

- السنة الثالثة من الإخضاع الضريبي تخفيض قدره 25%.

✓ تحدد الرسوم الجمركية المتعلقة بالتجهيزات المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار بتطبيق معدل 5%.

- ضمان القروض البنكية: تم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 16-04 المؤرخ في 2004/01/22 إنشاء صندوق الضمان المشترك للقروض المصغرة، والذي تتمثل مهمته الأساسية في ضمان القروض المصغرة التي تمنحها البنوك والمؤسسات المالية المنخرطة فيه لصالح المقاولين الذين تلقوا اشعاراً بإعانات الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.¹⁹

3.4. حصيلة الإنجازات المقدمة من طرف الوكالة بعد تطبيق أسلوب المرافقة المقاولاتية:

حققت الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر منذ نشأتها إلى غاية 30 ديسمبر 2017 مجموعة من الإنجازات والتمثلة في عدد القروض المصغرة الممنوحة ومناصب الشغل المستحدثة والتي يمكن توضيحها فيما يلي:

الجدول 6: يمثل التمويل دون فائدة لشراء المواد الأولية.

عدد الوظائف التي تم إنشاؤها	مبلغ المشاريع الممولة	عدد الملفات الممولة			عدد الملفات المؤهلة			طلب		قطاع النشاط
		المجموع	أنثى	ذكر	المجموع	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
3024	113070430,68	2016	695	1321	2126	708	1418	709	1434	زراعة
5003	230831965,80	3335	3225	110	3542	3427	115	3452	116	صناعات صغيرة
1529	85382626,64	1019	0	1019	1062	0	1062	0	1067	BTPH
2922	102827869,46	1948	993	955	1974	1005	969	1005	970	الخدمات
7931	373731076,67	5287	5129	158	5583	5416	167	5434	168	الحرف
0	-	0	0	00	2	0	2	00	02	تجارة
0	-	0	0	0	0	0	0	00	00	الصيد البحري
20408	905843969,25	13605	10042	3563	14289	10556	3733	10600	3757	المجموع
			13605			14289		14357		المجموع الكلي

الجدول 7: يوضح تمويل دون فائدة لإنشاء مشروع.

عدد الوظائف التي تم إنشاؤها	مبلغ المشاريع الممولة	عدد الملفات الممولة			عدد الملفات المؤهلة			طلب		قطاع النشاط
		المجموع	أنثى	ذكر	المجموع	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
17	1514375,10	11	0	11	184	10	174	17	357	زراعة
129	17507432,50	86	68	18	429	152	277	168	382	صناعات صغيرة
92	14894919,52	61	0	61	177	1	176	1	257	BTPH
1284	175133159,60	856	91	765	3559	738	2821	987	3594	الخدمات
120	8754128,70	80	67	13	823	641	182	878	247	الحرف
26	4691920,08	17	3	14	52	8	44	10	58	تجارة
1667	222495935,50	1111	229	882	5224	1550	3674	2061	4895	المجموع
			1111			5224		6956		المجموع الكلي

يمثل الجدول رقم (06) تمويل دون فائدة لشراء المواد الأولية حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن العدد الإجمالي لطلبات التمويل لشراء مواد أولية خلال سنة 2017 بلغ 14357 طلب، تم تأهيل 14289 ملف، في حين تم تمويل 13605 ملف بمبلغ إجمالي قدره 905843969.25 دج لشراء المواد الأولية، حيث تصدر الحرف المرتبة الأولى ب 5287 ملف ومبلغ مالي قدره 373731076.76 دج تليها الصناعات الصغيرة والزراعة والبناء والأشغال العمومية والخدمات، ونلاحظ أيضا إنعدام التمويل لشراء مواد أولية في قطاعي التجارة والصيد البحري، وهذا راجع إلى طبيعة المنطقة الجغرافية والاقتصادية التي تتجه نحو قطاعات الحرف والخدمات.

ومن جهة أخرى ومن خلال الجدول رقم (07) يتبين أن طلبات تمويل دون فائدة لإنشاء المشاريع لووكالة ANGEM تبسة وصل إلى 6956 طلب خلال نهاية 2017 حيث تم تأهيل 5224 ملف، منها 1111 ملف تم تمويله أي بنسبة 21.27% بمبلغ إجمالي قدره 222495935.50 دج، من خلاله تم استحداث 1667 وظيفة. وفي نفس السياق نلاحظ أن أغلب المقاولات الممولة تتجه نحو قطاع الخدمات بنسبة 71.05% التي أخذت حصة الأسد وهذا راجع إلى توجه المقاولين إلى قطاع الخدمات بسبب نقص الابداع والابتكار وانعدام الفكرة واعتمادهم أحيانا على نفس المشاريع في حين تتقاسم القطاعات الأخرى بمبلغ التمويل بنسب تتراوح بين 7.74% و 01%.

5. خاتمة

تقدم المقاولاتية دورا هاما في مجال التشغيل وزيادة حجم الإنتاج وتنمية الاقتصاد، لكن في الجزائر تكافح الثقافة المقاولاتية لإيجاد مكانة لها في المجتمع، لذا اعتمدت الحكومة على أجهزة ووسائل لدعمها، في هذا البحث تم التطرق إلى أهم أجهزة المرافقة المقاولاتية والمتمثلة في مراكز التسهيل ومشاتل المؤسسات، كذلك تم التطرق إلى هيئات المرافقة المقاولاتية مثل الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC)، وتم التركيز على الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة ANGEM. حيث تمت عملية المرافقة على مستوى وكالة تبسة.

نتائج الدراسة:

من خلال التعمق في موضوع المرافقة المقاولاتية وواقعها على مستوى الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة تم استخلاص النتائج التالية:

✓ المرافقة هي مجموع الخدمات المقدمة للمقاول من طرف هيئة المرافقة.

- ✓ المقاول على انه الشخص الذي يملك صفة الابداع والابتكار، وهو فرد نادر ذو موهبة يستطيع جذب أرباح كثيرة.
- ✓ أنشأت الحكومة الجزائرية عدة أجهزة وهيئات لمرافقة المقاولاتية وذلك خلال إدراكها لضرورة الاهتمام بتدعيم روح المقاولاتية لما لها من فائدة سواء على المستوى الاجتماعي أو الاقتصادي.
- ✓ تضمن متابعة الأنشطة التي ينجزها المستفيدون مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريعهم.
- ✓ تقوم الوكالة الوطنية بتكوين الأشخاص المستفيدين من برنامجها لتزويدهم بمختلف المعارف التي تمكنهم من تسيير مؤسساتهم.

التوصيات:

- ✓ ضرورة معرفة مصير المؤسسات المنشأة وديمومتها.
- ✓ تخفيف العراقيل التي تقف في وجه المؤسسات الصغيرة والمصغرة.
- ✓ التوجه نحو استراتيجية تدريب في مجال المقاولاتية وإنشاء المؤسسات.
- ✓ ربط حاضنات الأعمال ومشاتل المؤسسات بالجامعات ومراكز البحث والمخابر، من أجل الابتكار والتخلي عن التقليد.
- ✓ التركيز على جانب الإعلام والتوجيه الذي يعتبر أول عناصر المرافقة.

6. المراجع

1. محمد قوجيل، محمد حافظ بوغابة، المرافقة في إنشاء المشاريع الصغيرة: تحليل نظري وإسقاط على الواقع الجزائري، مداخلة في الملتقى الوطني حول: استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المنعقد يومي 18 و19 أبريل 2011، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، ص. 04.
2. Dictionnaire le petit Larousse Illustre 2009.
3. دباح نادية، دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها 2000 - 2009، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 62 - 63.
4. بوشنافة أحمد وآخرون، متطلبات تأهيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي 17 - 18 أبريل 2006، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص. 03.

5. دباح نادية، مرجع سابق، ص 23.
6. مناد لطيفة، المرأة المفاوضة والمشاركة الاقتصادية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإحصاء الوصفي، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، ص 50.
7. كمال زيتوني، كريم جايز، المرافقة المقاولاتية كأسلوب فعال للنهوض بالمشروعات المصغرة في الجزائر، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول: استراتيجية الحكومة للقضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، أيام 15 - 16 نوفمبر 2011، جامعة المسيلة، ص 04.
8. عبد الفتاح بوخمم، صندرة سايبني، دور المرافقة في دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة: واقع التجربة الجزائرية، المؤتمر الثاني القضايا الملحة للإقتصاديات الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة، كلية الأعمال، الجامعة الأردنية، 14 - 15 أبريل 2009، عمان، ص 06.
9. عبد الفتاح بوخمم، صندرة سايبني، مرجع سابق، ص 05.
10. الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار: www.andi.dz
11. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، الصادر يوم 11 سبتمبر 1996، المتضمن المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، ص 12.
12. دباح نادية، مرجع سابق، ص 78.
13. عبد الفتاح بوخمم، صندرة سايبني، مرجع سابق، ص 06.
14. قوجيل محمد، (2008): تقييم أداء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في إنشاء ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 67.
15. منشورات خاصة بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.
16. معلومات مقدمة من مدير الوكالة.
17. خالد رجم وآخرون، (جوان 2017): تقييم برامج دعم المشاريع المقاولاتية للوكالة الجهوية لتسيير القرض المصغر، ولاية ورقلة، الفترة 2005 - 2014، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 06، الجزائر، ص 80.
18. منشورات للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.
19. خالد رجم وآخرون، مرجع سابق، ص 81.

دور الابتكار في بقاء الشركات الناشئة في ظل أزمة كوفيد-19: دراسة حالة Isinnova

The Role of Innovation in Startups Survival During Covid-19 Crisis

Isinnova case study

د.سميرة شعابنة* و أ.د. نجمة عباس**

*جامعة باتنة 1، مخبر بحث في استراتيجية المؤسسة والتسويق LARSEM، samira.chaabna@univ-batna.dz

**جامعة باتنة 1، مخبر بحث في استراتيجية المؤسسة والتسويق LARSEM، nedjma.abbas@univ-batna.dz

الملخص

كان لانتشار كوفيد-19 في جميع أنحاء العالم تأثير كبير على الشركات بشكل عام، وهدد وجود العديد من الشركات الناشئة المبتكرة على وجه الخصوص. الهدف من هذه المقالة هو دراسة كيفية تأثر الشركات الناشئة بالوباء وكيف كانت استجابة هذه الأخيرة له، وكذا دراسة دور الابتكار في بقاء الشركات الناشئة ونموها.

وخلصت الدراسة إلى أن الشركات الناشئة واجهت العديد من التحديات المتعلقة بالجوانب المالية، الموارد البشرية، التغيرات الحاصلة في السوق، وآليات الدعم، وكان هدف هذه الشركات هو تحويل هذه التحديات إلى فرص. لذلك، تم تحديد الابتكار كعامل رئيسي في تعافي الشركات الناشئة أثناء فترة الوباء وبعدها، ويعتبر اعتماد شركة Isinnova على الابتكار أو الابتكار المقتصد على وجه التحديد خير دليل على أن اقتناص الفرص ومحاولة خلق حلول مبتكرة ذات تأثير اجتماعي كبير للاشكاليات التي تواجه الشركات الناشئة أثناء الأزمات بالاعتماد على ما هو متاح من موارد رقيقة خلق شبكات تعاونية مع الآخرين من شأنه أن يساعد في التخفيف من سلبات الأزمة وتحقيق فوائد تعود على المجتمع.

الكلمات الدالة: ابتكار؛ تكنولوجيا، كوفيد-19؛ شركة ناشئة؛ أزمة.

Abstract

The spread of covid-19 across the world has had an enormous impact on companies in general and has threatened the existence of many innovative startups in particular. The aim of this article is to investigate how start-ups have been affected by, and have responded to the pandemic, and to examine the role of innovation on startups survival and growth.

The study concluded that startups have faced several challenges related to financial issues, human resources, market changes, and support mechanisms, and their target was to turn these challenges into opportunities. Therefore, innovation is identified as a key factor of startups recovery in the ongoing and post-COVID-19 pandemic period, Isinnova's

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

reliance on innovation or frugal innovation in particular was the best evidence that seizing opportunities and trying to create innovative solutions with great social impact to the problems facing startups during crisis by using the available resources, along with creating collaborative networks with others, will help mitigate the negative impact of covid-19 crisis and bring benefits to society.

Keywords: innovation; technology; covid-19; startup, crisis.

1. المقدمة

تعتبر الأزمة موقفاً يعتبر نقطة تحول نحو الأسوأ أو الأفضل (Merriam-webster-dictionary)، وهذا الموقف قد يواجهه الدول والأفراد والمنظمات بمختلف أنواعها. ولقد واجهت الإنسانية العديد من الأزمات التي تسببت في أضرار متفاوتة في القوة على الفرد أو المجتمع سواء من الناحية الاجتماعية أو الاقتصادية أو الإدارية أو السياسية، وهددت بشكل مباشر أو غير مباشر التنمية بكافة أشكاله. وتعتبر جائحة كوفيد-19 أحدث أزمة صحية أصابت العالم وكان لها تداعيات اقتصادية واجتماعية على الأفراد والدول والمنظمات بأنواعها الكبيرة والمتوسطة والصغيرة والمصغرة والناشئة، حيث تقضى المرض في مدينة ووهان الصينية في شهر ديسمبر عام 2019 (ECDC, 2020, p. 5)، وفشلت هذه الأخيرة في احتوائه مما أدى في نهاية الأمر إلى انتشاره في كافة أنحاء العالم، ولقد أعلنت منظمة الصحة العالمية رسمياً في 30 جانفي 2020 عن حالة طوارئ صحية عامة عالمياً (WHO, 2020, p. 1)، وأكدت تحول هذا الوباء إلى جائحة بتاريخ 11 مارس من نفس السنة (UNDP, 2020, p. 1). أبلغ عن أكثر من 614 مليون إصابةً بكوفيد-19 عالمياً حتى تاريخ 24 سبتمبر 2022، تتضمن أكثر من 6.5 مليون حالة وفاة (JHU, 24 september 2022). فعلى الرغم من أن حياة الإنسان بلا شك أكثر قيمة من النشاط الاقتصادي إلا أن إجراءات الإغلاق المشددة أثرت بشكل مبالغ فيه على حياة الأفراد وعلى الأنظمة الاقتصادية وعلى الشركات الناشئة المبتكرة، لكون هذه الأخيرة ذات موارد محدودة وسلاسل توريد وعلاقات ضعيفة مع العملاء والشركاء التجاريين وأقل حصولاً على الدعم مقارنة بالشركات القائمة، وهو ما جعل أزمة كوفيد-19 أكبر تهديد لامكانات الابتكار لدى هذه الشركات التي كان بإمكانها البقاء في ظل الظروف العادية (Kuckertz, et al., 2020, p. 6).

وتم التركيز في هذه الدراسة على المؤسسات الناشئة نظراً لمساهمتها المتزايدة في النمو الاقتصادي العالمي، فمنذ 2017 وحتى النصف الأول من سنة 2019 أنشأت الشركات الناشئة في جميع أنحاء العالم ما تقرب قيمته 3 تريليون دولار، وهو ما يعادل الناتج المحلي الإجمالي لمجموعة الدول الصناعية السبع (Genome-a, 2020, p. 14). الشركات الناشئة startups هي مؤسسات حديثة صممت لتنمو بسرعة ولديها قابلية كبيرة للتوسع، نموذج أعمالها قائم على التكنولوجيا والابتكار وتعمل على إنشاء منتجات وخدمات مبتكرة في ظروف غير مؤكدة ومحفوفة بالمخاطر (Herte, 2017, p. 57; Jain,

(European Startup Monitor 2016, p. 152; Ehsan, 2021, pp. 5-6) ينبغي أن يكون عمر الشركة الناشئة أقل من عشر سنوات، وأن يكون لديها منتج و/أو خدمة و/أو نموذج عمل مبتكر، وأن يكون هدفها النمو والتوسع (Bormans, Privitera, Bogen, & Cooney, 2020, p. 4)، مع ملاحظة أن الشركات الناشئة عادة ما تكون ذات إيرادات تشغيلية قليلة ومساهمين أقل، وفرص بقاء منخفضة، ونظرا لتوسع انتشار الوباء أدت حالة عدم اليقين المتزايدة إلى زيادة مشاكل التمويل لدى الشركات الناشئة المتواجدة حاليا وتخوف رواد الأعمال من الاستثمار. وعلى الرغم من أن الحكومات قد اتخذت تدابير لأجل حماية الاقتصاد إلى أن معظم هذه التدابير كانت موجهة لحماية الشركات القائمة بدلا من الشركات الناشئة أي مقايضة النمو المستقبلي بالنشاط الاقتصادي الحالي (Kuckertz, et al., 2020).

ومع ضرورة انتقال العالم إلى الاقتصاد الرقمي، أصبحت الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا أكثر أهمية والوظائف التي يخلقونها أكثر استدامة لأنها تتكيف بشكل أفضل مع المستقبل الرقمي الذي فرضته جائحة كوفيد-19 (a-Gauthier & Morelix, 2020, p. 3). كما أظهرت العديد من الدراسات أن قدرة المؤسسات الناشئة على الابتكار والتحول الرقمي والاستجابة للتغيرات من شأنه أن يساعد على التخفيف من آثار الأزمة عليها.

بناء على ما سبق يمكن طرح الاشكالية التالية: ما هي أهم التحديات والفرص التي واجهت المؤسسات الناشئة وفيما تكمن أهمية الابتكار بالنسبة إليها أثناء أزمة كوفيد-19؟

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهم التحديات والفرص التي واجهت الشركات الناشئة أثناء الجائحة مع طرح لمختلف الاستراتيجيات التي تبنتها هذه الأخيرة من أجل البقاء، وتسهم في طرح تجربة إحدى الشركات الناشئة شركة Isinnova (2014) المتواجدة في مدينة بريشيا الإيطالية باعتبارها شركة ناشئة تقدم خدمات ابتكارية والتي كان لها دور كبير في حل أزمة نقص أجهزة التنفس التي ضربت المستشفيات أثناء وباء فيروس كورونا وساهمت في إنقاذ أرواح لا حصر لها.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها دليلا يوضح الدور الفعال الذي يلعبه الابتكار في مواجهة التأثيرات السلبية للأزمات بالنسبة للمؤسسات الناشئة وفي استمرارها وتسريع وتيرة التعافي من آثارها. مع العلم أن العديد من الابتكارات خصوصا التقنية منها كانت موجودة من قبل وتم توسيع استخدامها في نفس المجال أو تم ادخالها إلى مجالات أخرى، والبعض الآخر من هذه الحلول الابتكارية تم ابتكارها أثناء الجائحة.

2. المنهج والدراسات السابقة

وللإجابة على الاشكالية التي تم طرحها سابقا تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي في قراءة وتحليل البيانات التي تم جمعها من مصادر ثانوية تمثلت في أبحاث وتقارير منشورة من قبل باحثين وهيئات حكومية ومنظمات دولية واتباع طريقة دراسة حالة لتوضيح أهمية الابتكار بالنسبة للمؤسسات الناشئة في وقت الأزمات. حيث تم التطرق أولا إلى الدراسات السابقة والتي تناولت نفس الموضوع، ثم في القسم الذي يليها تم التطرق إلى أهم التحديات والفرص التي واجهت الشركات الناشئة أثناء الجائحة مع طرح لمختلف الاستراتيجيات التي تبنتها هذه الأخيرة من أجل البقاء في القسم الموالي، بعدها تم تبيان أهمية الابتكار للمؤسسات الناشئة، وفي الأخير تم طرح تجربة إحدى الشركات الناشئة شركة Isinnova. منذ انتشار جائحة كوفيد-19 زاد عدد الأبحاث والدراسات التي تناولت مختلف جوانب هذه الأزمة وفيما يلي طرح لبعض هذه الدراسات التي تناولت الفرص والتحديات التي واجهت المؤسسات الناشئة وكذا الاستراتيجيات التي تبنتها هذه الأخيرة للبقاء والاستمرار.

دراسة Kuckertz و آخرون (2020) حول الاستجابة السريعة للمؤسسات الناشئة لجائحة كوفيد-19، حيث تطرق الباحثون في هذه الدراسة إلى المصاعب التي واجهتها الشركات الناشئة أثناء الأزمة وكيف كان تعامل رواد الأعمال مع آثار الجائحة وما فعلوه لحماية مشاريعهم، مع اقتراح تدابير للمساعدة في مواجهة هذه التحديات (Kuckertz, et al., 2020).

دراسة Salamzadeh و Dana (2021) حول التحديات التي واجهت المؤسسات الناشئة الإيرانية في ظل أزمة كوفيد-19، وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات الناشئة الإيرانية كغيرها من الشركات في الاقتصادات الناشئة واجهت العديد من التحديات والتي قد أدت إلى فشلها أحيانا أو نجاحها: كان منها تحديات مالية وأخرى متعلقة بالموارد البشرية والقدرة على إدارة الأزمات، وتجاهل التدابير الحكومية اتجاه الأزمة دعم المؤسسات الناشئة (Salamzadeh & Dana, 2021).

دراسة Adamopoulos و Malik (2021) حول كيفية تجاوز الشركات الناشئة في اليونان للأزمة المالية والتنظيمية التي نتجت عن جائحة كوفيد-19، وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات الناشئة التي شملتها الدراسة شهدت تغييرات كبيرة، ففي بداية الأزمة واجهت الشركات الناشئة مشاكل داخلية متعلقة باحباط وضعف التواصل الداخلي والتحفيز نتيجة اجراءات التباعد والحجر ولكنها سعت لحل هذه الاشكاليات عن طريق بذل جهود مكثفة لتحسين التواصل وتحفيز العمال وتدريبهم وتوجيههم لتفادي الآثار السلبية للأزمة عليهم، كما عانت أيضا من تغييرات وتحولات في سلوكيات المستهلكين وهو ما دفعها إلى السعي لتحديد المتطلبات الجديدة أو الناشئة لهم وتعديل أو تغيير منتجاتها بما يتوافق مع هذه المتطلبات الجديدة للمستهلكين أو البحث عن أسواق جديدة. كما أظهرت الدراسة بأنه على الشركات الناشئة تعديل وتعزيز استراتيجياتها لتجاوز الأزمة بسلام (Adamopoulos & Malik, 2021).

دراسة Noronha و Rodrigues (2021) حول الدروس الممكن استقاؤها من المعايير التي اعتمدها الشركات الناشئة أحادية القرن unicorn startups في تجاوز أزمة كوفيد-19، عن طريق دراسة 5 شركات ناشئة أحادية القرن، وتوصلت الدراسة إلى أن الجائحة أثرت بشكل سلبي نوعا ما على أعمال الشركات الناشئة أحادية القرن، إلا أن ابتكار نموذج العمل الرقمي والابتكار عموما أثر إيجابيا عليها وساهم في التخفيف من التأثير السلبي للجائحة، حيث أعتمدت معظمها ثلاثة استراتيجيات رئيسية للتغلب على الأزمة: انشاء منصات رقمية جديدة، اتباع استراتيجيات زيادة شبكة العملاء، وتكييف خدمات الدفع (Rodrigues & de Noronha, 2021).

دراسة Vesci وآخرون (2021) والذين تناولوا الابتكار المقتصد كأداة انقاذ في وقت الأزمات كأزمة كوفيد-19، وتوصلت الدراسة إلى أن قوة الربط بين مبادئ الابتكار المقتصد والعقلية المنفتحة لصانعي القرار رفقة استراتيجيات الابتكار بإمكانها توفير حلول فعالة على النطاق المحلي والدولي للاشكاليات المطروحة وقت الأزمات (Vesci, Feola, Parente, & Radjou, 2021).

دراسة Ebersberger و Kurckertz (2021) حول تأثير نوع المؤسسة على وقت الاستجابة للابتكار لأزمة كوفيد-19، و توصلت الدراسة إلى أن الشركات الناشئة المبتكرة كانت استجابتها سريعة لفرص الابتكار رغم حداثتها مقارنة بالشركات القائمة والمؤسسات البحثية كالجامعات (Ebersberger & Kuckertz, 2021).

دراسة Hoang وآخرون (2022) الشركات الناشئة تأثرت سلبا بالأزمة نتيجة لهشاشتها المالية وحساسيتها العالية للتغيرات الخارجية، كما توصلت الدراسة إلى أن هذا التأثير السلبي يخف كلما زاد حجم هذه الشركات وقدراتها التراكمية وانخفضت ديونها، وكان حجم مجلسها الإداري أكبر، مع وجود نظام ازدواجية الرئيس التنفيذي، علاوة على ذلك الثقافة الوطنية يمكن أن تساعد في التخفيف من الأزمة فكلما كانت المجتمعات أكثر اتحادا و تعاونا، وأقل تسامحا اتجاه عدم اليقين، وأكثر تعزيزا للرؤية المستقبلية (Hoang, Nguyen, & Nguyen, 2022).

دراسة Guckenbiehl و Corral de Zubielqui (2022)، قام الباحثان في هذه الدراسة بدراسة تأثير جائحة covid-19 على الشركات الناشئة مع دراسة التغييرات التي أجرتها هذه الأخيرة على نموذج أعمالها في استجابتها للجائحة عن طريق إجراء مقابلات مع بعض المؤسسين والمديرين التنفيذيين لشركات ناشئة في استراليا، وتوصلت الدراسة إلى أن الأزمة أثرت على بعض هذه الشركات الناشئة بشكل سلبي في حين خلقت فرصا جديدة للبعض الآخر، كما توصلت إلى أن أغلب هذه الشركات استجابت للأزمة بإجراء تغييرات على نماذج أعمالها (Guckenbiehl & Corral de Zubielqui, 2022).

دراسة Gomez-Prado وآخرون (2022) والتي تناولت دور كل من الابتكار في المنتجات، والذكاء السوقي، والقدرات التسعيرية كميزات تنافسية على الأداء العالمي للمؤسسات الناشئة عن طريق دراسة 200 شركة ناشئة في البيرو (Gómez-Prado, et al., 2022).

و تناولت مجموعة أخرى من الدراسات تحديات بعينها وأخرى الحلول التي تم تبنيها نذكر منها: دراسة Ebrahimi وآخرون (2022) حول الشركات الناشئة والسلوك الشرائي للمستهلكين (Ebrahimi, Alam, Salamzadeh, Soleimani, Khansari, Zarea, & Fekete-Farkas, 2022)، دراسة Alam وآخرون (2022) حول تأثير الابتكار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الناشئة أثناء الأزمة (Alam, et al., 2022). في حين تناول Ghezzi و Cavallo دور ابتكار نموذج الأعمال على الشركات الناشئة (Ghezzi & Cavallo, 2020).

عموما توصلت الدراسات السابقة إلى أن المؤسسات الناشئة واجهت تحديات جمة أثناء الأزمة واتبعت كل مؤسسة منها منهجا خاصا يتماشى معها في محاولة منها للبقاء والاستمرار، هذه الدراسة تؤكد ما قد سبق من أبحاث وتركز على الدور الذي لعبه الابتكار في نجاح بعض المؤسسات الناشئة عن طريق دراسة حالة شركة Isinnova.

3. التحديات والفرص التي واجهت المؤسسات الناشئة أثناء أزمة كوفيد-19

في هذا القسم سيتم التطرق لأهم التحديات والفرص التي واجهت المؤسسات الناشئة اثناء أزمة كوفيد-19.

3-1- التحديات التي واجهت المؤسسات الناشئة أثناء الأزمة

تعتبر جائحة كوفيد-19 أحدث أزمة صحية أصابت العالم وكان لها تداعيات اقتصادية واجتماعية على الأفراد والدول والمنظمات بأنواعها الكبيرة والمتوسطة والصغيرة والمصغرة والناشئة، ونتيجة لهذه الأزمة واجهت المؤسسات الناشئة العديد من العوائق والتحديات نذكر منها:

✓ شح الموارد المالية ونقصان السيولة النقدية لدى المؤسسات الناشئة بالإضافة إلى انخفاض الدخل التشغيلي لها بشكل حاد، وارتفاع تكاليف التشغيل وضعف الاستثمار نتيجة أجواء عدم اليقين الناشئة (Foris, Tecău, Dragomir, & Foris, 2022; Kuckertz, et al., 2020; Hoang, Nguyen, & Nguyen, 2022)، والسبب الرئيسي لانخفاض إيراداتها هو تأثير الأزمة الشديد على القطاعات التي تتعامل معها المؤسسات الناشئة (تعمل ثلاث من كل أربع شركات ناشئة في مجالات تأثرت بشدة بالأزمة) (c-Gauthier & Morelix, 2020, p. 2).

- ✓ انخفاض الطلب نتيجة الإجراءات الاحترازية، وانخفاض الموارد المالية للأفراد نتيجة فقدان الوظائف وانخفاض الأجور وتدهور القدرات الشرائية لدى المستهلكين (b-Gauthier & Morelix, 2020, p. 3)
- ✓ تغير سلوكيات الشراء لدى المستهلكين وتفضيلاتهم نتيجة الأزمة (Salamzadeh & Dana, 2021, p. 502).
- ✓ انقطاع في سلاسل التوريد المحلية والدولية نتيجة القيود المفروضة من الحكومات المحلية على حركة النقل الداخلية والقيود المفروضة من الحكومات الأخرى على حركة النقل الدولية واجراءات اغلاق الحدود (Zhan & Lu, 2021, p. 2500).
- ✓ نقص اليد العاملة نتيجة تسريح العمال حيث اضطرت 74% من الشركات الناشئة إلى إنهاء خدمة الموظفين بدوام كامل (c-Gauthier & Morelix, 2020, p. 2) ، بالإضافة إلى صعوبة استقطاب عمالة جديدة ذات مؤهلات بمواردها المالية المحدودة.
- ✓ الافتقار لمهارات إدارة الأزمات (Salamzadeh & Dana, 2021, pp. 502-503)
- ✓ ضعف الدعم من الحكومات والمنظمات حيث أشار التقرير الصادر عن Startup Genome (2020) عن أن 38% من الشركات الناشئة لم تتلق أي مساعدة ولا تتوقع أن تحصل عليها ضمن سياسات الدعم المتعلقة بتخفيف آثار الأزمة على الشركات، في الوقت نفسه أشار 16% منهم أنهم لا يتلقون أي دعم حالياً ولكنهم يتوقعون أن يتحصلوا عليه قريباً (c-Gauthier & Morelix, 2020, p. 3)، وبشكل عام تعتبر معظم هذه الإجراءات عبارة عن مساعدات قصيرة المدى يركز معظمها على تعزيز الوضع المالي لهذه الشركات عن طريق خفض معدلات الفائدة، وتسهيل الحصول على قروض (Kuckertz, et al., 2020, p. 5).

3-2- الفرص التي واجهت المؤسسات الناشئة أثناء الأزمة

إن فترات الأزمات لا تمثل تحدياً فحسب بل توفر أيضاً فرصاً جديدة لرواد الأعمال أين بإمكان الشركات الناشئة المساعدة في إيجاد حلول للمشاكل التي أوجدتها الظروف الاقتصادية والصحية الصعبة، وفي الاستجابة للتفضيلات والاحتياجات المتغيرة (OECD, 2020).

✓ الفرص على المدى القصير

إن الشركات الناشئة الحالية أو رواد الأعمال المحتملين بإمكانهم تقديم ابتكارات مفيدة على المدى القصير في الطب عن بعد، المعدات والمستلزمات الطبية، العمل عن بعد، التعليم عن بعد، تجهيز

وتوصيل الطعام، إلى غير ذلك، ومثال ذلك ما قامت به الشركة الناشئة Curative والتي تم انشاؤها في جانفي 2020 في لوس أنجلوس بالولايات المتحدة لتطوير اختبارات تعفن الدم ولكن سرعان ما وسعت نطاق أعمالها في مارس من نفس السنة بعد زيادة الحاجة لاختبارات كوفيد-19 وطورت اختبارا تشخيصيا يستخدم مسحة من السوائل الفموية التي يتم تجميعها ذاتيا بدلا من مسحات البلعوم الأنفي (Kojima, et al., 2021, p. 3109) والتي شهدت اقبالا كبيرا فيما بعد محليا ودوليا، وحصلت الشركة في نفس السنة على جائزة LinkedIn2020 كأفضل شركة ناشئة (Hempel, 2020). كما شهد الأمر تدخلات حكومية لدعم هذا النوع من الشركات الناشئة نظرا للأهمية القصوى لهذه الاحتياجات القصيرة المدى، على سبيل المثال دعت المفوضية الأوروبية الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة ذات التقنيات أو الابتكارات المتعلقة بمعالجة أو اختبار أو المراقبة أو بأي جانب من جوانب كوفيد-19 إلى التقدم بطلب للحصول على تمويل سريع في إطار برنامج EIC Accelerator (European-Commission, 2020).

✓ الفرص على المدى المتوسط والبعيد

إن تفشي الجائحة عالميا أدى أيضا إلى تغيرات في عادات المستهلكين واحتياجاتهم والتي يمكن أن تستمر على المدى المتوسط والبعيد وهو ما يشكل فرص عمل قيمة للشركات الناشئة التي بإمكانها توقع التغيرات والتكيف معها. ولهذا ينبغي على أصحاب القرار السعي لزيادة الوعي بهذه الفرص خصوصا فيما يتعلق بالقطاعات الرقمية والعمل على توفير الحوافز (كتوفير مصادر للتمويل و تخفيضات في الضرائب) والحد من الحواجز (كالأعباء الإدارية) لمثل هذه الشركات الناشئة ورواد الأعمال المحتملين لتشجيعهم على الاستثمار في هذا المجال والمساعدة في خلق فرص عمل جديدة.

4. الاستراتيجيات التي تبنتها الشركات الناشئة وقت أزمة كوفيد

4-1- الاستثمار في الابتكار

نتيجة لاجراءات الحجر الصحي وعمليات الاغلاق الصارمة التي انتهجتها كل الدول للحد من انتشار الفيروس توجهت العديد من الشركات الناشئة إلى الاعتماد على التكنولوجيا وزيادة الاستثمار في الابتكار التكنولوجي من أجل البقاء، كما كان عليها الاعتماد على تقنيات التواصل الرقمية في انجاز الأعمال والتواصل مع العملاء والموردين وفي تقديم الخدمات.

4-2- تعديل أو تغيير نموذج أعمالها

يعد ابتكار نموذج أعمال أحد الاستجابات الفعالة لأزمة كوفيد-19 لقدرته على توليد ميزة تنافسية مستدامة خصوصا في البيئات المضطربة وسريعة التغير (Breier, Kallmuenzer, Clauss, Gast, Kraus, & Tiberius, 2021, p. 3).

4-3- تبني سياسات عمل مرنة واقامة البرامج التدريبية

ومن ذلك تبني سياسة العمل عن بعد واتباع استراتيجيات حماية أماكن العمل والمكاتب عن طريق التعقيم المستمر وفرض التدابير الوقائية على العاملين. ويمكن استيعاب التحديات الكامنة في الوسائط الرقمية من خلال توفيرها وتدريب العاملين على استخدامها وتوفير الدعم الرقمي والتدريب التكنولوجي عن طريق مراكز التدريب الافتراضية، وتحسين وتيسير البنى التحتية للدعم الرقمي. بالإضافة إلى بذل جهود مكثفة لتحسين التواصل وتحفيز العمال وتدريبهم وتوجيههم لتفادي الآثار السلبية للأزمة عليهم.

4-4- الرقمنة لتوسيع شبكة العملاء وتعزيز التواصل الداخلي والخارجي

بعض الشركات الناشئة توجهت نحو اعتماد منصات رقمية للتواصل الداخلي والخارجي وهو ما سرع وسهل تدفق المعلومات بين الموظفين والعملاء والشركاء الاقتصاديين، كما استعان البعض الآخر من هذه الشركات الناشئة بمنصات مثل: workplace أو Slack، بالإضافة إلى إنشاء مواقع وتطبيقات وغرف افتراضية لهذا الغرض. هذه المنصات سمحت للشركات الناشئة بانجاز أعمالها عن بعد بواسطة فرق أقل مع الحفاظ على علاقات جيدة مع الشركاء والعملاء. ونظرا لتوجه شريحة كبير من المستهلكين نحو المنصات الافتراضية نتيجة اجراءات الحجر فإن متابعة ردود فعل العملاء وآرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي مثل: Facebook و Instagram و WhatsApp حول خدمات ومنتجات الشركات الناشئة يساعدها في فهم رغباتهم المستجدة وتطلعاتهم المستقبلية وهو ما سيعينها على تطوير حلول مبتكرة للاحتياجات المستجدة والمحتملة. بالإضافة لما سبق عملت هذه الشركات على الاستفادة من هذه المنصات في تدعيم الاتصال الداخلي والخارجي وفي تسويق وبيع منتجاتها وخدماتها وفي الوصول لجماهير جديدة وأكبر.

4-5- انشاء علاقات تعاون مع الشركات الأخرى

عملت الشركات الناشئة على توسيع علاقات التعاون مع الشركات الأخرى سواء كانت ناشئة أو كبيرة خصوصا الشركات التكنولوجية في انجاز بعض أعمالها وذلك إما للاستفادة من الخبرات التي تمتلكها تلك الشركات أو للحصول على الخدمات التي تقدمها أو بغرض تخفيض التكاليف والبقاء.

4-6- الحصول على دعم الحكومات والمنظمات

تعتبر الشركات الناشئة مفتاحا للانتعاش الاقتصادي فهي تخلق معظم صافي الوظائف الجديدة في الاقتصاد وهو ما دفع بعض الحكومات إلى التحرك لدعم هذه الشركات حتى يتسنى لها الابتكار الرقمي والتعافي الاقتصادي (b-Gauthier & Morelix, 2020, p. 3). فقد تنجح المؤسسات الناشئة في الاستفادة من مواردها المتاحة للبقاء في بداية الأزمة ولكن امكانات نموها وابتكارها معرضة للخطر (Kuckertz, et al., 2020, p. 1)، لذلك لا ينبغي أن تركز سياسات الدعم على الاسعافات الأولية

للشركات الناشئة عن طريق تسهيلات الحصول على قروض، وتخفيض معدلات الفائدة، والاعفاءات الضريبية، وتأجيل الاستحقاقات وغيرها من السياسات، بل يجب أن تكون مدعمة بتدابير طويلة الأمد لضمان التعافي التدريجي وتحقيق النمو وأهداف التنمية المستدامة.

4-7- تكييف خدمات الدفع

تكييف خدمات الدفع للتماشي مع اجراءات التباعد (Rodrigues & de Noronha, 2021) ومن ذلك تشجيع اعتماد تقنيات الدفع الالكتروني وعمليات الدفع اللاتلامسية باستخدام البطائق بأنواعها أو الهاتف الذكي.

5. الابتكار في المؤسسات الناشئة أثناء أزمة كوفيد-19

يعرف الابتكار بأنه عملية متعددة المراحل بواسطتها تقوم المنظمات بتحويل الأفكار إلى منتجات أو خدمات أو عمليات جديدة أو محسنة بغاية تحقيق التقدم، التميز، والمنافسة بنجاح في أسواقهم (Baregheh, Rowley, & Sambrook, 2009, p. 1334)، إن أدبيات الابتكار لطالما كانت مترددة فيما إذا كانت الأزمات الاقتصادية تجبر الشركات على تقليل أنشطتها الابتكارية (الطبيعة الدورية للابتكار) أو توفر فرصا للابتكار (عكس الطبيعة الدورية للابتكار) (Filippetti & Archibugi, 2011, p. 1)، فكما أن العديد من المؤسسات الناشئة خلال أزمة كوفيد-19 أوقفت أنشطتها الابتكارية وركزت على استغلال مواردها المتاحة في محاولة للبقاء، إلا أن هذه الأزمة أيضا خلقت فرصا جديدة للابتكار نتيجة تغيرات الطلب والعرض وتبدل احتياجات والسلوكيات الشرائية للأفراد، كما أنها وفرت فرصا للشركات الناشئة المبتكرة لاستجابتها السريعة رغم حدوثها مقارنة بالشركات القائمة والمؤسسات البحثية كالجامعات (Ebersberger & Kuckertz, 2021, p. 132) هذه الاستجابة التي تميزت بالسرعة والمرونة، ساعدت بشكل كبير في مساعدة العديد من الدول في سعيها للتحويل الرقمي في العمل والتعليم وفي توفير الخدمات الصحية، كما قدمت ابتكارات عديدة في السلع والخدمات عموما والطبية خصوصا نذكر منها (OECD, 2020, p. 2) :

- تكييف المنتجات التجارية لاستخدامها في الأزمة (مثل أقنعة الغطس التي تم استخدامها في توفير الأكسجين في المستشفيات) وهو ما ساهم ليس فقط في الوقاية من تفشي الفيروس وإنما ساهم أيضا في خلق أسواق جديدة ذات طلب كبير محليا ودوليا؛

- اطلاق العديد من الخدمات الصحية الرقمية كالاستشارات الطبية الافتراضية والمدعومة بمنتجات مبتكرة مزودة بأجهزة تتبع وأنظمة استشعار للتأكد من التزام المصابين بإجراءات العزل المنزلي وضمان بقائهم ضمن نطاق الحركة المسموح به، وتم وصل بعضها بالأجهزة الطبية لمراقبة العلامات الحيوية الخاصة بالأفراد المصابين كدرجة الحرارة ودقات القلب وارسال التنبيهات بشكل آني للطواقم

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

الطبي في حالة حدوث مضاعفات وهو ما ساهم في تسريع الاستجابة وتدارك الحالات الحرجة بسرعة والتقليل من فرص إصابة الطواقم الطبية بسبب الاحتكاك المباشر مع المرضى؛
- اطلاق خدمات تسليم الطعام اللاتلامسية؛

- تقديم حلول معتمدة على الذكاء الاصطناعي للباحثين والعلماء، فلقد عملت التقنيات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي التي تم تطويرها من قبل إحدى الشركات الناشئة الكورية (VUNO) على تحديد النتائج غير الطبيعية في الأشعة السينية للصدر المحصل عليها من التصوير المقطعي المحوسب للمرضى المتواجدين في العناية المركزة في غضون ثلاثة ثوان فقط، وهو ما ساهم في تسريع عمليات التشخيص بشكل كبير، وتم تصنيف هذه الشركة ضمن 20 شركة ناشئة الواعدة في صناعة التكنولوجيا الطبية من طرف المنظمة العالمية غير ربحية MedTech Innovator Asia Pacific (VUNO, 2019)؛

- توفير أدوات للمساعدة على انجاز الأعمال عن بعد، والتعليم الإلكتروني، والترفيه الإلكتروني لضمان استمرارية الحياة وجودتها أثناء فترة الحجر الصحي.

6. دراسة حالة

عندما تواجه الأنظمة الصحية في جميع أنحاء العالم أزمة صحية فإنها تتوجه نحو الابتكار كبديل ناجع بإمكانه الاسهام في توفير المعدات الطبية الكافية لمواجهة الأزمة، في عام 2020، أقدم مهندساو شركة إيطالية ناشئة Isinnova (2014) في مدينة بريشيا Brescia بايطاليا (شركة خدمات ابتكارية تتمثل أعمالها الأساسية في دعم الشركات والمؤسسات في استغلال قدراتها الابتكارية وتطوير نماذج أولية من المنتجات الجديدة وصنعها) بالتعاون مع شركة Decathlon المختصة في تصنيع المنتجات الرياضية ومجموعة من الخبراء الطبيين من تحويل قناع الغوص إلى أفنعة يمكن وصلها بأجهزة التنفس الاصطناعي من خلال استخدام الطباعة ثلاثية الأبعاد، وحل أزمة نقص أجهزة التنفس التي ضربت المستشفيات أثناء وباء فيروس كورونا وإنقاذ أرواح لا حصر لها في أيام قليلة، وفيما يلي عرض لأهم التحديات التي واجهت شركة Isinnova (Vesci, Feola, Parente, & Radjou, 2021, pp. 356-357; ISINNOVA; Choong, et al., 2020, p. 637; Longhitano, et al., 2020, pp. 193-200; Kleinman, 2020)

التحدي الأول: نفاذ الصمامات

خلال أوائل شهر مارس من سنة 2020، تأثرت المستشفيات المتواجدة بمنطقة بريشيا الايطالية بشدة بفيروس كوفيد-19 والتي لم تكن مستعدة للتعامل مع هذا العدد الكبير من المرضى الذين يحتاج معظمهم للعناية المركزة. على وجه الخصوص، احتاجت المستشفيات إلى استخدام جهاز الضغط

الموجب المستمر في مجرى التنفس (C-PAP)، وهو إجراء يتطلب أن تزيد الآلة من ضغط الهواء في الحلق، لمساعدة مرضى كوفيد-19 على التنفس بسهولة أكبر. نفذت الصمامات اللازمة لتوصيل أقمعة C-PAP بأجهزة التنفس لدى إحدى هذه المستشفيات المحلية (Ospedale Mellini di Chiari) ولم يتمكنوا من الحصول عليها من الشركة الأصلية الموردة لهذه الصمامات نتيجة زيادة الطلب عليها وانقطاع سلاسل التوريد، فحاولوا تعقيمها وإعادة استخدامها ولكن ذلك لم ينفذ، وسمع بذلك صحفي محلي يدعى NunziaVallini، فاتصل بصاحب شركة Isinnova كريستيان فراكاسي Fracassi Cristian لسؤاله عن مدى إمكانية استخدام الطابعة ثلاثية الأبعاد في صناعة صمام Venturi الضروري لعلاج الحالات المصابة بكوفيد-19 والذي يستخدم لمرة واحدة. قام Christian و فريقه بمحاولة لإنشاء هذا الصمام مع الأخذ بعين الاعتبار الضغط الناجم عن الحاجة الملحة له وكذا احتمالية وفاة المريض في حالة كون الصمام المصمم غير ملائم، وبما أن مالك الملف الأصلي للجهاز المحدد الذي تستخدمه المستشفى هو شركة أمريكية لم تتمكن من مشاركة التصميم بسبب سياسات الشركة الحالية، كان على Isinnova إجراء هندسة عكسية له، ومن خلالها تمكن الفريق من تصميم نموذج ثلاثي الأبعاد للصمام واستغرق الأمر منه ثلاث ساعات وتم إنتاجه بتكلفة لا تتجاوز 1 يورو، ولضيق الوقت تمت تجربته مباشرة على مريض فعلي ونجحت التجربة. وبدأ فراكاسي ورومايولي التعاون مع شركة Lonati، إحدى الشركات المحلية للطباعة ثلاثية الأبعاد، لتلبية الطلب على هذا النوع من الصمامات الطبية لأن شركة Isinnova لا تمتلك سوى ست طابعات فقط في حين تستغرق الطابعة ساعة كاملة حتى تنتج صماما واحدا.

التحدي الثاني: نفاذ أقمعة C-PAP

بعد تمكن الفريق أخيرا من إنشاء نسخة طبق الأصل من الصمام المطلوب لتشغيل أجهزة التنفس باستخدام الطابعة الثلاثية الأبعاد واجه الفريق تحديا جديدا وهو نفاذ أقمعة C-PAP والتي تستخدم في علاج حالات انقطاع التنفس والتي يبلغ سعرها 100 يورو، حصلت شركة Isinnova على أقمعة الغطس العادية Easybreath والتي تعتبر شركة Decathlon المنتج والمورد الرئيسي لها في السوق الإيطالية والتي بلغ سعرها 25 يورو، وبعد إجراء المزيد من الأبحاث والتجارب تم ادخال التعديلات اللازمة على التصميم وتمكنوا في نهاية المطاف من تحقيق ذلك وتم طباعة الصمام الذي عرف فيما بعد بصمام شارلوت Valve Charlotte الذي يربط بين القناع وأنابيب الأكسجين، وهكذا تم تحويل قناع غطس عادي إلى جهاز تنفس، وتم اختباره على مريض حقيقي وثبت أنه يعمل بكفاءة.

التحدي الثالث: عدم القدرة على مواكبة الطلب المتزايد

رغم محاولة مواكبة الطلب المتزايد محليا بسبب الارتفاع المتزايد لعدد الحالات الحرجة ومع زيادة احتياج المستشفيات عالميا لهذه الصمامات لانقاذ المرضى أظهر فريق العمل روح المشاركة في وقت الأزمات، حيث قاموا بانشاء موقع ويب يتيح للمستخدمين تنزيل ملف ثلاثي الأبعاد للصمام، يمكن من خلاله لأي شخص لديه طابعة ثلاثية الأبعاد طباعته، ولقد أعلنت Decathlon من جانبها أنها مستعدة لتقديم ما يصل إلى 10000 قناع غطس مجانا لأي شخص مهتم باستخدامها. ومع انتشار الخبر في جميع أنحاء العالم تم التبرع بمئات الآلاف من الصمامات للمستشفيات من قبل الشركات والأفراد والمصنعين، مما أنقذ أرواحا لا تعد ولا تحصى.

أصبحت إنجازات كريستيان وفريقه رمزاً عالمياً للابتكار المقتصد المنقذ للحياة، لدرجة أن صمام شارلوت معروض الآن في أهم المتاحف في العالم ، مثل متحف الفن الحديث في نيويورك ومتحف فيكتوريا وألبرت في لندن، وتحصلت شركة Isinnova على جائزة Compasso d'Oro ADI للابتكار والاستدامة في نسختها السابع والعشرون.

7. المناقشة: الدروس المستفادة من تجربة Isinnova

الابتكار المقتصد Frugal Innovation هو مفهوم تم تطويره في الأصل في سياق الاقتصادات الناشئة لوصف عمليات الابتكار القادرة على تطوير حلول فعالة ومنخفضة التكاليف لتلبية الاحتياجات الأساسية للعملاء ذوي المداخيل المحدودة (Vesci, Feola, Parente, & Radjou, 2021, p. 353)، أي أنه يعني توفير منتجات ذات جودة عالية بموارد محدودة، حيث أن هذه المنتجات تلبي احتياجات شريحة واسعة من الناس هم بحاجة إليها ولا يستطيعون بمواردهم المحدودة الحصول على المنتجات المتاحة في السوق. هذا المبدأ هو أحد المبادئ التي اعتمدها الشركات الناشئة في ظل الحاجة لتوفير مستلزمات الوقاية الشخصية وبعض السلع والخدمات الرئيسية أثناء تفشي جائحة كوفيد-19 والذي تم تبنيه من قبل الدول الفقيرة والمتقدمة، حيث سعى الجميع إلى تسريع وتيرة انتاج متطلبات الوقاية الشخصية وغيرها من المنتجات الضرورية باستخدام أبسط الموارد المتوفرة وأقل التكاليف، لحل أزمة ارتفاع أسعار المواد الأولية وندرتها والانقطاعات التي أصابت سلاسل التوريد بسبب إجراءات الإغلاق محليا ودوليا. في حالة Isinnova تمثلت الحلول الابداعية والمبتكرة التي تم تطويرها في ظل قيود الوقت والموارد التي فرضتها الجائحة مثالا جيدا عن خصائص وروح الابتكار المقتصد.

والقيمة التي خلقتها التجربة هي اجتماعية وأخلاقية أكثر منها مادية، فلم يطلب مهندسوا الشركة أية عوائد مالية مقابل العمل، فهدف الفريق منذ البداية كان محاولة انقاذ المرضى من براثن الموت المحقق بسبب نفاذ الصمامات وأقنعة C-PAP مع عدم تمكن الشركة المصنعة لهذه المعدات من مواكبة الطلب لكثرتة ولعدم تمكنها من الحصول على المواد الأولية اللازمة للتصنيع بسبب الانقطاعات التي

شهدتها سلاسل التوريد العالمية نتيجة القيود المفروضة على حركة النقل. ولم يقدم للفريق أيضا أي ميزانية محددة وطلب منهم تصميم المطلوب في حدودها، وإنما كان عليهم ابتكار المطلوب بما هو متوفر في متناول أيديهم من معدات. ومن خلال تتبع ما قام به فريق البحث نجد أنه قد تم تطبيق العديد من المبادئ الإدارية المرتبطة بالابتكار المقتصد والتي يمكن إجمالها في النقاط التالية:

المبدأ الأول: الانخراط والتكرار

تستغرق النماذج القديمة للبحث والتطوير من أعلى إلى أسفل وقتا طويلا، وتعتبر غير مرنة، وأحيانا لا تحقق المطلوب، وتميل المنتجات النهائية لأن تكون معقدة في شرائها واستخدامها، وصيانتها، بالإضافة لكونها غير صديقة للبيئة. في حين يركز هذا المبدأ على ضرورة الانخراط والاحتكاك مع العملاء والمستخدمين النهائيين مع التكرار والتجريب المستمرين مع أخذ آرائهم بعين الاعتبار أثناء العمل، وهو ما انتهجه فريق العمل ومثل أحد عوامل نجاح القناع المبتكر، حيث قدم الدكتور Favero لفريق العمل شرحا مفصلا لكيفية عمل الرئتين والجهاز التنفسي وهو ما ساعدهم على تعديل قناع الغطس ليصبح قناع تهوية، وبمجرد ما تم تعديل الصمامات للتماشي مع القناع، تمت تجربته في نفس اليوم في المستشفى مع مراقبة مستمرة لأدائه.

المبدأ الثاني: تطويع الموارد

ويعتمد هذا المبدأ على الاستفادة القصوى من الموارد والأصول المتاحة على نطاق واسع، وتطبيق الأساليب المقتصدة عبر سلسلة الأصول: التصنيع، التوزيع، والخدمات وحتى الأفراد. وهو ما قامت به شركة Isinnova عندما قامت بإعادة تخصيص للموارد المتاحة من طابعات ثلاثية الأبعاد وأقنعة تنفس متوفرة بكثرة في الأسواق الإيطالية، وتميزت أيضا بالمرونة في الاستجابة للمتطلبات بما هو متوفر من مواد في الأسواق المحلية.

المبدأ الثالث: تكوين صداقات الابتكار

يعد التعاون العالي مع الشركاء والموردين والحكومة والشركات الأخرى حتى المنافسين منها أحد ركائز الابتكار المقتصد، وهو ما قامت به شركة Isinnova من خلال تعاونها مع المستشفى وشركة Lonati وغيرها من الشركات التي كانت تمتلك طابعات ثلاثية الأبعاد وهو ما ساهم في طبع المزيد من الصمامات، بالإضافة إلى تعاونها مع شركة Decathlon المختصة في تصنيع المنتجات الرياضية والتي اعتمدت عليها في توفير أقنعة الغطس.

المبدأ الرابع: خلق قيمة مشتركة مع المجتمع

عند قيام فريق العمل بمشاركة تصميماتهم على الشبكة العنكبوتية بشكل مجاني قدموا مساهمة كبيرة للمجتمع المحلي والدولي، فلقد تم تنزيل الملف في جميع أنحاء إيطاليا وخارجها، وانطلق في تصنيعها كل من توفرت لديه الموارد المطلوبة وهو ما ساهم في انقاذ حياة عدد لا يحصى من المرضى. مما سبق يمكن القول أن الشبكة التعاونية بين العديد من الأشخاص والشركات الناشئة بإمكانها دفع عجلة الابتكار للوصول إلى حلول مبتكرة مقصدتها لها تأثير اجتماعي كبير.

8. الخاتمة

تعتبر الشركات الناشئة مفتاحاً رئيسياً لانعاش الاقتصاد وأكثر الأطراف تضرراً وقت الأزمات، ولقد توصلت الدراسة إلى أن الشركات الناشئة تأثرت بجائحة كوفيد-19 وما صاحبها من حالة عدم اليقين بشكل كبير، حيث أبدى بعضها افتقاراً لمهارات إدارة الأزمات لحداتها، كما واجه معظمها صعوبات مالية ونقصاً في السيولة النقدية، وصعوبة في الوفاء بالالتزامات نتيجة تفكك سلاسل التوريد وتسريح العمال، مع ضرورة ملحة لتغيير الاستراتيجيات التسويقية نتيجة التغيرات الحاصلة في سلوك الشراء لدى المستهلكين وتفضيلاتهم، بالإضافة إلى تراجع الطلب نتيجة تدهور القدرات الشرائية لدى المستهلكين؛ إلا أن هذه الأزمة خلقت فرصاً جديدة لهذه المؤسسات فالاحتياجات المستجدة للابتكارات المساعدة على التخفيف من وطأة الجائحة على المدى القصير وظهور متطلبات جديد للعملاء والتي يمكن أن تستمر على المدى المتوسط أو البعيد شكلت فرص عمل قيمة ينبغي على الشركات الناشئة اقتناصها.

ولتذليل التحديات واقتناص الفرص السابقة اعتمدت المؤسسات الناشئة على العديد من التدابير بغرض البقاء والاستمرار نذكر منها: تبني سياسات عمل مرنة، تعديل أو تغيير نموذج أعمالها بما يتوافق مع المتطلبات السوقية، توسيع عمليات الرقمنة لتعزيز التواصل الداخلي والخارجي، والاعتماد على التقنيات الحديثة والحلول الابتكارية في محاولة لخلق فرص جديدة من الأزمة؛ ويعتبر اعتماد شركة Isinnova على الابتكار أو الابتكار المقتصد على وجه التحديد خير دليل على أن اقتناص الفرص ومحاولة خلق حلول مبتكرة للشكاليات التي تواجه الشركات الناشئة أثناء الأزمات بالاعتماد على ما هو متاح من موارد رقيقة خلق شبكات تعاونية مع الآخرين من شأنه أن يساعد في التخفيف من سلبات الأزمة و تحقيق فوائد تعود على المجتمع.

المراجع

1. Adamopoulos, E., & Malik, W. (2021). Crisis Management and Early-Stage Greek Startups: The case of COVID-19 pandemic crisis. *Uppsala University* .

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

2. a-Gauthier, J. F., & Morelix, A. (2020). *Governments, Don't Let your Startups and Scaleups Die -The Importance of Well-Designed Startup Funding Policy in Times of Crisis*. Startup Genome.
3. Alam, K., Ali, M. A., Erdiaw-Kwasie, M., Shahiduzzaman, M., Velayutham, E., Murray, P. A., et al. (2022). Impact of ICTs on Innovation and Performance of Firms: Do Start-ups, Regional Proximity and Skills Matter? *Sustainability* , 14 (10).
4. Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management decision* , 47 (8), 1323-1339.
5. b-Gauthier, J. F., & Morelix, A. (2020). *Gobal Funding-The impact of Covid-19 on global startup ecosystems*. Startup Genome.
6. Bormans, J., Privitera, M., Bogen, E., & Cooney, T. (2020). *European Startup Monitor2019/2020*.
7. Breier, M., Kallmuenzer, A., Clauss, T., Gast, J., Kraus, S., & Tiberius, V. (2021). The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management* , 92.
8. Brown, R., & Rocha, A. (2020). Entrepreneurial uncertainty during the Covid-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance. *Journal of Business Venturing Insights* , 14, 1-10.
9. c-Gauthier, J. F., & Morelix, A. (2020). *The Impact of COVID-19 on Global Startup Ecosystems: Global Startup Survey*. Startup Genome.
10. Choong, Y. Y., Tan, H. W., Patel, D. C., Choong, W. T., Chen, C. H., Low, H. Y., et al. (2020). The global rise of 3D printing during the COVID-19 pandemic. *Nature Reviews Materials* , 5 (9), 637-639.
11. Ebersberger, B., & Kuckertz, A. (2021). Hop to it! The impact of organization type on innovation response time to the COVID-19 crisis. *ournal of Business Research* , 124, 126-135.
12. Ebrahimi, P., Salamzadeh, A., Soleimani, M., Khansari, S. M., Zarea, H., & Fekete-Farkas, M. (2022). Startups and Consumer Purchase Behavior: Application of Support Vector Machine Algorithm. *Big Data and Cognitive Computing* , 6 (2).
13. ECDC. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19) in the EU/EEA and the UK*. ECDC publications.
14. Ehsan, Z. (2021). *Defining a Startup-A Critical Analysis*. Bangladesh: East West University.
15. European-Commission. (2020). *Applications welcome from startups and SMEs with innovative solutions to tackle Coronavirus outbreak*. Retrieved 9 27, 2020, from https://research-and-innovation.ec.europa.eu/news/all-research-and-innovation-news/applications-welcome-startups-and-smes-innovative-solutions-tackle-coronavirus-outbreak-2020-03-13_en
16. Evans, N., & Elphick, S. (2005). Models of crisis management: An evaluation of their value for strategic planning in the international travel industry. *International journal of tourism research* , 7 (3), 135-150.
17. Filippetti, A., & Archibugi, D. (2011). Innovation in times of crisis: National Systems of Innovation, structure, and demand. *Research policy* , 40 (2), 179-192.
18. Foris, T., Tecău, A. S., Dragomir, C. C., & Foris, D. (2022). The Start-Up Manager in Times of Crisis: Challenges and Solutions for Increasing the Resilience of Companies and Sustainable Reconstruction. *Sustainability* , 14 (15).
19. Genome-a, S. (2020). *The Global Startup Ecosystem Report GSER*. Retrieved 9 26, 2022, from <https://startupgenome.com/reports/gser2020>

20. Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. *Journal of business research* , 110, 519-537.
21. Gómez-Prado, R., Alvarez-Risco, A., Cuya-Velásquez, B. B., Anderson-Seminario, M., M. D., Del-Aguila-Arcenales, S., et al. (2022). Product Innovation, Market Intelligence and Pricing Capability as a Competitive Advantage in the International Performance of Startups: Case of Peru. *Sustainability* , 14 (17).
22. Guckenbiehl, P., & Corral de Zubielqui, G. (2022). Start-ups' business model changes during the COVID-19 pandemic: Counteracting adversities and pursuing opportunities. *International small business journal* , 40 (2), 150-177.
23. Hempel, J. (2020). *LinkedIn Top Startups 2020: The 50 U.S. companies on the rise*. Retrieved 9 28, 2020, from <https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-top-startups-2020-50-us-companies-rise-jessi-hempel>
24. Herte, A. D. (2017). SMEs and Start-Ups, Importance and Support Policies in European Union and Romania. (pp. 56-60). ORADEA: Proceedings of the 8th Conference of Doctoral Students in Economic Sciences.
25. Hoang, H. V., Nguyen, C., & Nguyen, D. K. (2022). Corporate immunity, national culture and stock returns: Startups amid the COVID-19 pandemic. *International Review of Financial Analysis* , 79.
26. ISINNOVA. (n.d.). Retrieved 9 26, 2020, from <https://inonebreathnft.com/>
27. Jain, S. (2016). Growth of Startuo Ecosystems in India. *International Journal of Applied Research* , 2 (12), 152-154.
28. JHU. (24 september 2022). *COVID-19 Dashboard*. by the (JHU). ArcGIS. Johns Hopkins University. Retrieved.: Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University.
29. Kleinman, Z. (2020). *Coronavirus: 3D printers save hospital with valves*. Retrieved 9 30, 2020, from BBC News: <https://www.bbc.com/news/technology-51911070>
30. Kojima, N., Turner, F., Slepnev, V., Bacelar, A., Deming, L., Kodeboyina, S., et al. (2021). Self-collected oral fluid and nasal swabs demonstrate comparable sensitivity to clinician collected nasopharyngeal swabs for coronavirus disease 2019 detection. *Clinical Infectious Diseases* , 73 (9), 3106-3109.
31. Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A., Prochotta, A., et al. (2020). Startups in times of crisis—A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights* , 13.
32. Longhitano, G. A., Candido, G., Ribeiro Machado, L. M., Neto, P. I., de Oliveira, M. F., Noritomi, P. Y., et al. (2020). 3D-printed valves to assist noninvasive ventilation procedures during the COVID-19 pandemic: a case study. *Journal of 3D printing in medicine* , 4 (4), 193-202.
33. Merriam-webster-dictionary. (n.d.). Retrieved 9 24, 2022, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/crisis>
34. OECD. (2020). *Start-ups in the time of COVID-19: Facing the challenges, seizing the opportunities*. Retrieved 9 27, 2022
35. Rodrigues, C. D., & de Noronha, M. E. (2021). What companies can learn from unicorn startups to overcome the COVID-19 crisis. *Innovation & Management Review* .
36. Salamzadeh, A., & Dana, L. P. (2021). The coronavirus (COVID-19) pandemic: challenges among Iranian startups. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* , 33 (5), 489-512.

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

37. UNDP. (2020). *Assessment Report on Impact of COVID-19 Pandemic on Chinese Enterprises*. United Nations Development Programme in China.
38. Vesci, M., Feola, R., Parente, R., & Radjou, N. (2021). How to save the world during a pandemic event: A case study of frugal innovation. *R&D Management* , 51 (4), 352-363.
39. VUNO. (2019). *VUNO selected as a TOP 20 startup in MedTech Innovator Asia Pacific 2019*. Retrieved 9 24, 2022, from <https://www.vuno.co/en/news/view/521>
40. WHO. (2020). *Novel Coronavirus (2019-nCoV): Situation Report – 10*. World Health Organization.
41. Zhan, J., & Lu, S. (2021). Influence of COVID-19 Epidemic on China and Global Supply Chain and Policy Suggestions. *Open Journal of Business and Management* , 9 (5), 2497-2512.

42. الحفني. (2017). إدارة الأزمات. مجلة البحوث المالية والتجارية ، 2، 1-23.

دور حاضنات الاعمال في بناء القدرات الابداعية لدى المؤسسات الناشئة

السعيدى سعيدية*

*: جامعة قاصدي مرباح / ورقلة، saadiaessaidi@gmail.com

الملخص

تكمّن أهمية هذه الورقة البحثية في إبراز دور حاضنات الاعمال في نمو وتعزيز الجوانب الابداعية لدى المؤسسات الناشئة عبر العلاقة الثلاثية التي تنشأ بين القطاع العلمي المنتج للمعارف وقطاع الدولة الممول الرئيس والقطاع الصناعي المنتج للسلع والخدمات، حيث توصلنا في دراستنا على أن هذه الآلية تعد البيئة الملائمة لرفع القدرات المعرفية و الابداعية عبر الخدمات المتاحة المحتضنين في سبيل إنشاء لخلق قيم جديدة، تأسيسا على ما سبق تبرز لنا الإشكالية التالية :

كيف تساهم حاضنات الاعمال في بناء القدرات الابداعية لدى المؤسسات الناشئة؟

وفقا لمشكلة البحث الرئيسية يحاول البحث الإجابة على التساؤلات التالية :

1- ما هي حاضنات الأعمال؟

2- في ما تكمن البيئة الابداعية التي توفرها حاضنات الأعمال للمؤسسات الناشئة؟

3- كيف تتحقق حاضنات الأعمال العمليات الابداعية لدى المؤسسات الناشئة المحتضنة؟
إذ يكمن الهدف من هذه الدراسة الى الوصول وبناء مؤسسات مبدعة في مرحلة التخرج من الحاضنة.

وللإجابة على الأسئلة التي يطرحها موضوع البحث، اعتمدنا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي اللذان يتناسبان وطبيعة الطرح ومعالجة موضوع البحث للإلمام بمختلف المفاهيم النظرية التي تضمنتها الدراسة، وهذا بالاستعانة بالأدبيات النظرية التي تناولت موضوع بهدف توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث بغية تفسيرها والوقوف على دلالاتها.

الكلمات الدالة: حاضنات أعمال، بيئة، ابداع، مؤسسات ناشئة

1. المقدمة

تقوم عملية الاحتضان لمختلف أصناف الحاضنات على أساس مُدخل "المشاريع الإبداعية"، حيث تنشأ المؤسسة المحتضنة ضمن البيئة الثلاثية المؤسسة عبر الحاضنات التكنولوجية بين القطاع العلمي المنتج للمعارف وقطاع الدولة الممول الرئيس والقطاع الصناعي المنتج للسلع والخدمات بصفتهم الفاعلين الرئيسيين العموميين والخواص المساهمين في الاقتصاد المحلي، بهدف إحداث نمو اقتصادي مستدام يترافق مع النمو التكنولوجي

1.1. الدراسات السابقة

نذكر في ما يلي دراسات سابقة ذات الصلة بالموضوع

أطروحة دكتوراه (منشورة) نوقشت سنة 2007 بجامعة دوفين باريس بفرنسا، تحت عنوان : « les incubateurs publics : une innovation organisation pour la politique de valorisation de la recherche »

للباحث Emmanuel fremiot تناولت الدراسة الإطار العام للحاضنات العمومية، حيث سعت إلى إبراز دور الإبداع التنظيمي في إنشاء المؤسسات الصغيرة، كما تناولت الدراسة أيضا العلاقة بين البحث العلمي و هذا النوع من المؤسسات بالاعتماد على بنية الجامعات، توصلت نتائج البحث إلى أن شهدت حاضنات الأعمال تجديد نظام البحث والإبداع الفرنسي، كما مكنت قدراتها من تكييف القدرات المعرفية للمحتضن في سبيل إنشاء تنظيمات اقتصادية جديدة تعمل على تجديد النسيج الإنتاجي، ضمن التنافسية العالمية.

كما تتفق الدراسة أعلاه مع بحثنا في تناول موضوع المؤسسات المحتضنة، في حين ظهر الاختلاف في دراسة الإبداع التنظيمي لدى حاضنات الأعمال، في حين ركزت دراستنا على الجانب المفاهيمي وإبراز خصوصية الحاضنات كآلية لتعزيز العملية الإبداعية.

ب طروحة دكتوراه (منشورة) نوقشت سنة 2008 بمدرسة الدكتوراه علوم اقتصادية والتسيير، جامعة نانسي 2 الفرنسية، تحت عنوان : " Médiation et ressources sociales dans la création d'une spin off universitaire "enquête exploratoire sur le processus d'incubation" للباحث كمال ايمكرين، حاول الباحث الوصول إلى المقاربة والتحليل بين آلية الوساطة(الحاضنة) والموارد الاجتماعية و إنشاء المؤسسة التكنولوجية الجامعية من خلال البدء بتناول لعلاقات الصناعية-الجامعية و ظهور الجامعة المقاولانية

l'université entrepreneuriale، ثم المؤسسات التكنولوجية الجامعية spin-off كأسلوب لتمين البحث العلمي، ثم التطرق إلى الرس المال الاجتماعي كمورد لخدمة المقاولاتية ، وصولا إلى مفهوم الحاضنات المتضمن الحاضنات التكنولوجية وإنشاء المؤسسات المبدعة، ثم الوساطة و الموارد الاجتماعية في إنشاء المؤسسات التكنولوجية الجامعية ، اختتمت بنتائج التالية : يعد التثمين الاقتصادي للبحث العلمي مهام جديد كلية بالنسبة للباحثين الجامعيين، تعد الحاضنات التكنولوجية آلية الوساطة بين الجامعة وقطاع الصناعة، أتاحت علاقة الحاضنة بالرأس المال الاجتماعي آفاق جديدة للعمل المقاولاتي.

كما تتفق الدراسة أعلاه مع بحثنا من حيث تناول موضوع المؤسسات المحتضنة، ووقف الاختلاف على إبراز دور المورد الاجتماعي في إنشاء المؤسسات التكنولوجية بجانب ظهور الجامعة المقاولاتية، ومن زاوية أخرى ركزت دراستنا على إبراز المؤسسة الناشئة المبدعة.

ج أطروحة دكتوراه (منشورة) نوقشت سنة 2013 بجامعة كبيك الكندية ، تحت عنوان:

INCUBER L 'ENTREPRENEUR POUR DÉVELOPPER L 'ÉCONOMIE
LOCALE: L 'EXPÉRIENCE La CERÉ À ACTON VALE للباحث
FRÉDÉRIC MARCIL

سعت الدراسة إلى توضيح مفهوم حضانة الأعمال من حيث أشكالها وعوامل نجاحها كما تناول بالدراسة و التحليل أنواع حاضنات الأعمال، وركزت الدراسة على حاضنات المؤسسات وربطها بالمقولة في كندا عبر طرق ممارسة عمليات حضانة الأعمال ، مستعينا بالنموذج الفرنسي والبلجيكي، وخلص الباحث إلى : الحاضنة عبارة عن أداة تنمية اقتصادية محلية وتحمل قيمة مضافة، وأضاف الباحث لنجاح الحاضنة عليها بإتباع قواعد أساسية في ضمنها أن تضع طريقة لتقييم المشاريع .

وتتفق الدراسة أعلاه مع بحثنا من حيث تناول الجانب المفاهيمي لحاضنات الأعمال ، كما يكمن الاختلاف في تناول عملية تقييم وطرق نجاح حاضنات الأعمال، في حين ركزت دراستنا على بناء الجوانب الإبداعية للمؤسسات الناشئة.

2.1. محاور الدراسة

تبعاً لاهداف وتساؤلات المطروحة تم تقسيم البحث على النحو التالي :

أولاً: مفاهيم حول حاضنات الاعمال

ثانيا: البيئة الابداعية للمؤسسات الناشئة المحتضنة؛
ثالثا: تحقيق عمليات الابداع لدى للمؤسسات الناشئة المحتضنة.

2. مفهوم حاضنات الأعمال

نوضح مفهوم حاضنات الأعمال كما يلي:

1.2. تعريف حاضنات الأعمال

لتحديد مفهوم حاضنات الأعمال هناك عدة تعريفات جاءت من وجهات مختلفة مثلت مؤسسات وهيئات دولية إلى جانب كُتاب وباحثين نستعرض أهمها :

أ - تعريف الجمعية الأمريكية لحاضنات الأعمال : ترى بان حاضنات الأعمال « هي بيئة داعمة لأصحاب المشاريع خلال المراحل الحرجة من بدء الأعمال، تهدف إلى تطوير وتنمية أعمالهم وزيادة فرص النجاح واختصار الوقت» (nbia، 2013). يركز هذا تعريف على مداخلات الحاضنة والمتمثل في المبادرون إلى إنشاء مؤسسات، والسبيل إلى دعم هؤلاء المبادرين، وأيضا تأمين المراحل الأولى للإنشاء المشاريع.
ب- تعريف غرفة التجارة والصناعة الفرنسية : «حاضنات الأعمال هي هياكل دعم لإنشاء المؤسسات تحتوي على موارد مخصصة لمرافقة ومساعدة المؤسسات خلال المراحل الأولى للانطلاق» (Philippe، 2002). أما هذا التعريف فهو يركز على العنصر الفاعل، أي الحاضنة ذاتها باعتبارها أداة مرافقة وما تحتوي من الموارد

وانطلاقا من جملة التعاريف المقدمة، يلاحظ أنها لا تكاد تختلف في ما بينها إلا من حيث ذكرها أو إغفالها لأحد النقاط المحددة لحاضنات الأعمال، إذ يمكن استنتاج التعريف الآتي :

حاضنات الأعمال هي " مؤسسات تنموية تهدف إلى دعم المبادرين، والمبدعين، من أصحاب المشروعات الطموحة، الذين لا تتوافر لديهم الموارد الكافية لتحقيق طموحاتهم، ولتجسيد أفكارهم، ومساعدتهم على تأسيس هذه المشروعات، وذلك بتوفير بيئة متكاملة، وتقديم خدمات واستشارات، وآلات وتجهيزات ودعم، تؤدي إلى تطوير هذه المشروعات، وزيادة معدلات نجاحها، وكفاءتها الاقتصادية، إلى الحد الذي يضعها في بداية طريق النمو، ثم تتجه الحاضنة إلى مبادرين ومشروعات أخرى"

2.2. اصناف حاضنات الأعمال

تقوم الجمعية الامريكية لحاضنات الأعمال بتصنيف حاضنات الاعمال وفق طبيعة متعهد الحاضنة (Chiranjib، 2006)

كما استخلص الباحثون في دراسة أنجزت في 2002 في إطار برنامج بحث حول حاضنات الأعمال لأربعة (04) دول صناعية " فرنسا، ألمانيا، بريطانيا، والولايات المتحدة الأمريكية " تحت وصاية الوزارة المالية والصناعة الفرنسية، على أن (Philippe، 2002) « متعهد الحاضنة يعد المعيار المحدد لحاضنات الاعمال وعليه تم تجميعه ضمن أربعة مجموعات كما يلي:

- حاضنات التنمية الاقتصادية المحلية؛

- حاضنات تابعة للمؤسسات الأكاديمية والعلمية؛

- حاضنات تابعة للمؤسسات الصناعية؛

- حاضنات منشأة من طرف مستثمرين خواص.»

فكلا من التصنيف الأوروبي والجمعية الأمريكية لحاضنات الأعمال يعتمدان متعهد الحاضنة كمحدد لحاضنات الأعمال، (أخذنا بالتصنيف الأمريكي والأوروبي باعتبارهما النموذجان الأقدم والأبرز على المستوى العالمي)

3. البيئة الإبداعية للمؤسسات الناشئة المحتضنة

تعمل حاضنات الاعمال على تحقيق الابداع المؤسسي innovation institutionnelle عبر التواجد في ضمن اطار مؤسسي موحد على مستوى الاقتصاد الكلي "قطاع الدولة، القطاع العلمي الأكاديمي، القطاع الصناعي"، هذا المحيط المؤسسي المستقر يضمن أو يؤمن للحاضنة الأداء جيد خاصة على مستوى انتقاء المشاريع، وعمليات التكوين "المقاولاتي"، كما يؤثر هذا اطار المؤسسي بصفة مباشرة على المحتضنين في بناء معارف ومهارات تمكنه من الاندماج في حركية اقتصادية ضمن نشاطات متخصصة، وقبل توضيح أثر هذه العلاقة من الضروري توضيح مفهوم مصطلح الإبداع، و أسلوب اعتماد الإبداع في المؤسسات عموما.

1.3 مفهوم الإبداع وأسلوب تحقيقه

فالإبداع هو ترجمة لكلمة فرنسية "innovation" من أصل الكلمة اللاتينية "novus" الذي تعني جديد، وباللغة الانجليزية Innovate بمعنى إحداث شيء جديد، ويخص تقديم وإدخال شيء جديد الذي قد يترجم إلى العربية بالتجديد، مع أن التجديد قد يعني تجديد المنتج الحالي، وبالرغم من تمييز بعض الباحثين بين الإبداع، والابتكار، والتجديد، التي تتقارب إلى نفس المعنى بخلاف الاختراع، الذي يتوقف عند الإتيان بالفكرة أو شيء.

أ. تعريف الإبداع وأنواعه : يعرف الاقتصادي جوزيف شوم بيتر (Schumpeter) الإبداع بأنه "النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات

المنتج أو كيفية تصميمه (Lachman، 1993) كما يعرف اقتصادي (Drucker) الإبداع على أنه "المؤسسات المبدعة تخلق للوجود منتجات أو أحسن تكنولوجيا تدخل في الاقتصاد، لكن ذلك يؤدي الى تدمير المؤسسات غير المتحركة والساكنة على أساس رؤية واسعة للإبداع (بلوناس، 2008)

فالإبداع هو التوصل إلى تطبيق فكرة جديدة أو تطبيق أفكار معروفة على الإنتاج والآلات أو على طريقة الإنتاج أو إدخال تحسينات على مستوى التنظيمي للمؤسسة يكون لها تأثير في أداء المؤسسة.

كما حدد أيضا جوزيف شوم بيتر خمسة أشكال للإبداع وهي (Petres، 2002):

- إنتاج منتج جديد؛
 - إدماج طريقة جديدة في الإنتاج أو التسويق؛
 - استعمال مصدر جديد للمواد الأولية؛
 - فتح وغزو سوق جديدة؛
 - تحقيق تنظيم جديد للصناعة؛
- بالإضافة إلى هذه الأنواع هناك الإبداع التكنولوجي والإبداع التنظيمي والإبداع في السياسة التجارية وفي الموارد البشرية والخزينة
- وعلى هذا أساس تجتمع هذه الأنواع على منطلق طبيعة الإبداع.
- ب. أسلوب اعتماد الإبداع: تسعى المؤسسة الاقتصادية عموما إلى ترشيد استغلال مواردها الاقتصادية المتاحة لذا تقوم بالمفاضلة بين البدائل المتاحة في حصولها أو اعتماد الإبداع، ويمكن حصر هذه طرق في (Fréry، 1993):
- نشاط البحث و التطوير: تعتبر الطريقة الكلاسيكية للاعتماد الإبداع، إذ توفر للمؤسسة استقلالية أكثر ومكاسب معتبرة في حالة نجاح الإبداع.
 - عقود واتفاقيات التعاون أو"التطوير من الداخل": يشكل هذا الأسلوب مجالا واسعا للمؤسسات خصوصا الصغيرة و المتوسطة التي تتميز بمحدودية إمكانياتها البشرية والمالية، إذ يشترط في هذا الاسلوب تحمل التكاليف والإخطار بالمقابل تستفيد المؤسسة من تقليص مدة انجاز مشاريع البحث والتطوير.
- حيازة حصة في رأس مالها المخصص للإبداع والاستفادة من النتائج المحصل عليها، أو تملك كلي بشراء المؤسسة كاملة.
- النمو الخارجي : يتمثل في ملك مؤسسة لمؤسسة أخرى مبدعة بطريقة جزئية عن طريق ما يلي

- المناولة تخص عقود بحث بين المؤسسة وهيئات مختصة مثل مكاتب الدراسات، الاستشاريين، مراكز البحوث العمومية و الخاصة ومع الجامعات.

- اقتناء الرخص بمعنى اقتناء رخصة من مؤسسة مبدعة أو من فرد مبدع، من عيوب هذه الطريقة التبعية للمؤسسة الأم ما جعلها الطريقة الأقل استعمالا خاصة في الدول المتطورة.

2.3. العملية الابداعية للمؤسسات الناشئة المحتضنة

وفقا لهذه الاساليب المذكورة أعلاه تعمل الحاضنة على تنشيط العملية الابداعية على مستوى كل من المحتضنين والعناصر الفاعلة، وهذا لا يكون ممكن إلا عبر تواجدها في عدة مواقع نذكرها كما يلي :

أ. القرب المعرفي : يعمل على تبادل و اعادة بناء المعارف على مستوى المحتضنين، وكذا إشراك الثقافة المحلية بين المحتضنين و اعضاء الشبكة. كما يسمح بتقارب فكري في اطار تبادل المعرفي بين مختلف العناصر الفاعلة المشاركين في عملية الاحتضان.

ب. القرب التنظيمي : يسمح هذا التواجد بتقليص المسافة بين الثلاثي "القطاع المنتج للمعارف والمحتضنين والشركاء" خصوصا عند إعداد مخططات الأعمال وتحرير العقود التجارية، ومن جانب آخر تسهيل وظيفة المتعاملين في بناء المعارف و تخفيض كلفة التعاملات الضرورية بين مختلف التنظيمات.

ج. القرب الجغرافي : يسمح هذا التواجد بالوصول الى الهياكل الخاصة مثل المخابر العلمية لتحويل وتبادل المعارف "تأثير متبادل" سواء بين الأفراد "الحاضنة/ المحتضن" أو بين مجموعات أفراد "محتضنين وفريق الحاضنة والتنظيمات الخبرة".

د. القرب الاجتماعي : ترتبط العلاقات الاقتصادية بين الفاعلين بعلاقات اجتماعية، ويتحقق هذا القرب أو التواجد بسبب وجود علاقات قائمة على الثقة المتبادلة بين "محتضنين وفريق الحاضنة والتنظيمات الخبرة" الذين يتبادلون المعارف، فالثقة من هذا المنظار تصبح كعنصر محدد في عملية إنشاء المؤسسات، هذا الطرح الذي يأخذ في الحسبان القرب الاجتماعي ضمن تحليل العلاقات الاقتصادية يعود إلى أعمال (Granovetter) الذي يري أن هؤلاء ليسوا مرتبطين فقط ضمن علاقات السوق، لكنهم ينتمون إلى علاقات اجتماعية قائمة على بعض الثقة (FREMIOT، 2008).

فمحصلة أو نتاج هذا التواجد يسمح بإمكانية تكييف القدرات المعرفية للمحتضن في سبيل انشاء تنظيمات اقتصادية جديدة تعمل على تجديد النسيج الإنتاجي، ضف إلى ذلك بلوغ الاداء الجيد لوظيفة انتقاء ومتابعة المشاريع "مُدخلات الحاضنة" والتكوين في الحاضنة، كما يسمح بإنشاء

علاقة ثلاثية بين "القطاع المنتج للمعارف والمحتضنين والشركاء" مبنية على تبادل واستعمال المعارف والخبرات وربط العلاقة بين مختلف الشبكات العامة والخاصة. فالعملية لإبداعية لا تسمح باكتساب معارف ومهارات للمحتضنين فقط، إنما يعود أيضا بالتراكم المعرفي لمختلف التنظيمات المحلية المشاركة في عملية حضانة الاعمال.

4. تحقيق عمليات الابداع لدى للمؤسسات الناشئة المحتضنة

تتحقق العملية الإبداعية لدى للمؤسسات الناشئة المحتضنة عبر المراحل التالية، والتي نوضحها في الارقام الظاهرة على الشكل(1) إلى ما يلي :

- 1- دخول المشروع للحاضنة، ثم ربط المشروع بتمويلات عمومية "الدولة، جماعات محلية"؛
- 2- مجموع المعارف و الخبرات "cooching" المرافقة المتخصصة، التي تساهم في انطلاق المشروع داخل الحاضنة؛ فالحاضنة تتيح للمؤسسة المحتضنة قنوات تثمين المشروع وطرق ايداع براءات الاختراع تمكنها من تحقيق نجاحات ترفع من فرص حياة المؤسسات الصغيرة وتدفعها إلى مسار نموها. (c-erreipPupion، 2012)
- 3- مجموع العمليات التي تسمح برفع القدرات المعرفية، المرتبطة بدعم ومساعدة انطلاق المشاريع المحتضنة ؛
- « فالحاضنة تقوم بدور المحوّل commutateur بين المؤسسات المبدعة المحتضنة والفاعلين الاقتصاديين المحليين، وهذا بفضل وضعيتها وموقعها الجغرافي، والمعرفي، والتنظيمي، والمؤسسي» (FREMIOT، 2008) يسمح تموقع الحاضنة في الشكل بالتأثير على المؤسسة المحتضنة عن طريق المحيط الداخلي المؤفر لها وكذلك من رصد والاستفادة من المهارات المحلية المتوفرة لدى الفاعلين الاقتصاديين الذين تمثلون المحيط خارجي
- 4- نهاية عملية احتضان المشروع، ودخول المؤسسة الناشئة الى السوق؛
- 5- دخول عنصر جديد إلى السوق يؤدي إلى إرباك وضعية المؤسسات المتواجدة سابقا في السوق من حيث "الميزة التنافسية، التموضع،...." وبالتالي يؤدي إلي وفول البعض من المؤسسات الهشة من السوق، وفقا لظاهرة شومبيتر؛
- 6- النشاطات الجديدة المبدعة الناتجة عن المعارف تعد مصدرا جديدا للتمويل بالنسبة للسلطات العمومية؛

7- دينامية السوق ناتجة عن تثمين المعارف العلمية للقطاع العلمي الاكاديمي؛

8- علاقة بين القطاع الصناعي والقطاع العلمي الاكاديمي عبر التكوين والبحث؛

9- تمويل مؤسسات ناشئة عن طريق مؤسسات كبرى، التي يتم استضافتها في حاضنات المؤسسات ؛

10- حركية اقتصادية علمية أكاديمية مفادها دخول مؤسسات جديدة مبدعة؛
فعلى سبيل المثال ذكرت دراسة لشركة البحوث Cogentic, Inc. أن « 9 ملايين مؤسسة صغيرة وجديدة، بعد تعقب سجلاتها مبيعاتها وجد أن هذه المؤسسات ساهمت في 55% من الإبداعات في 362 صناعة مختلفة و90% من الإبداعات الجذرية » (نجم، 2003) فالدراسة تبرز المؤسسات الصغيرة كأحد أهم آليات التطور التكنولوجي من حيث قدرتها الفائقة على تطوير وتحديث عمليات الإنتاج بشكل أسرع وبتكلفة أقل عن الشركات الضخمة ذات الاستثمارات العالية.

فضلا عن ذلك يعتبر «إقامة حاضنات متخصصة في قطاعات محددة تعمل على تسهيل نقل وتوطين التكنولوجيا الحديثة و المتطورة، والتركيز على تنمية تكنولوجيات هذه القطاعات....» (جواد، 2007) ومثال على ذلك إقامة حاضنات للمشاريع المتخصصة لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات لتنشيط قطاع تكنولوجيا المعلومات".

إجمالا تمكن المعارف العلمية والتكنولوجية التي تتيحها حاضنات الاعمال للمشاريع/المؤسسات الناشئة من تجسيد الإبداعات الجديدة سواء في صورة سلع أو منتجات أو طرق إنتاج جديدة تماما أو تحسينها.

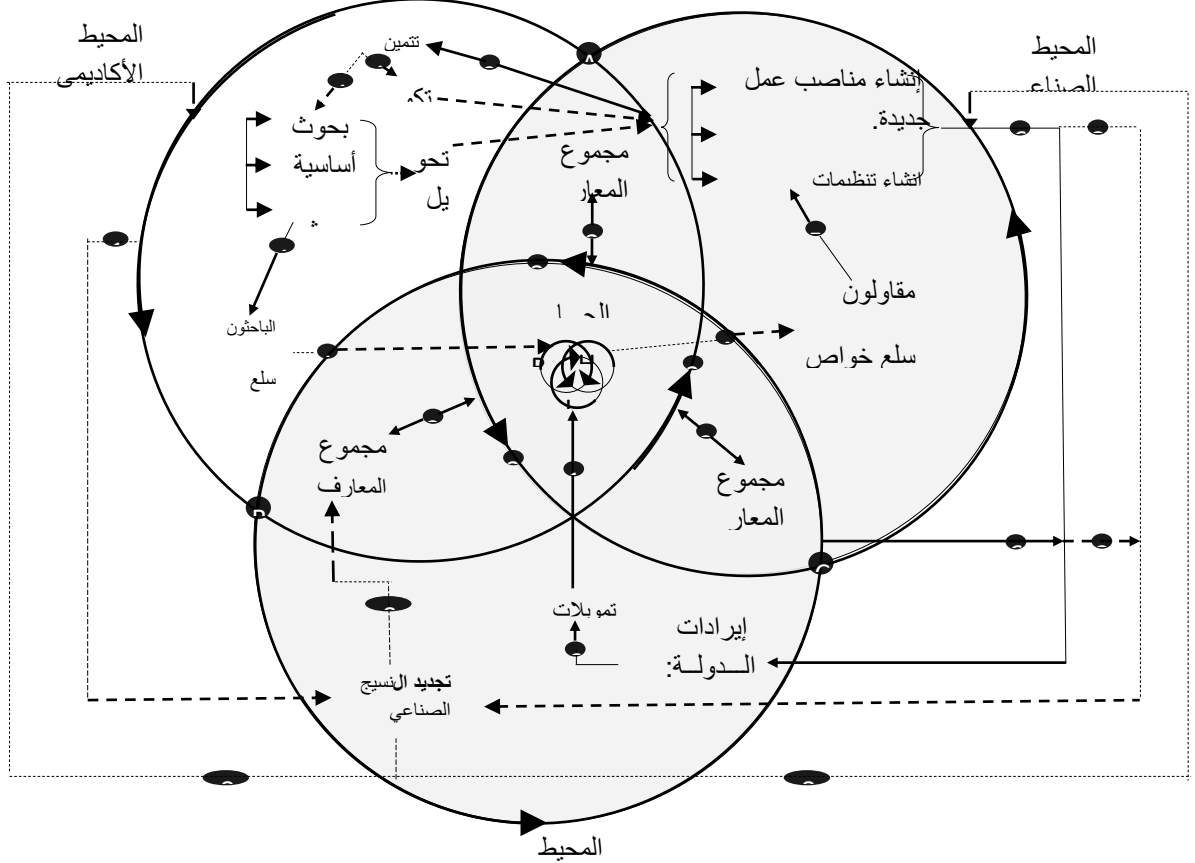
5. الخاتمة

أثرنا في هذه النقطة بالتحديد عمليات تحقيق الابداع لدى للمؤسسات الناشئة المحتضنة، سواء عبر تطبيق فكرة أو إدخال تحسينات على مستوى التنظيمي للمؤسسة التي تؤدي في مجملها الى احداث عملية الابداع.

ولتحقيق العملية الابداعية تتيح الحاضنة مجموع العمليات التي تسمح برفع القدرات المعرفية والمرتبطة بدعم ومساعدة المشاريع المحتضنة من خلال قنوات تثمين المشروع و طرق ايداع براءات الاختراع، فضلا الى اكتساب مجموع المعارف و الخبرات عبر ربط المؤسسات الناشئة المحتضنة بالفاعلين الاقتصاديين المحليين.

واستنتاجا مما سبق تسعى الحاضنة إلى تبنى علاقة قائمة على إنشاء تنظيمات جديدة تُعنى بتطور المؤسسة، ويتأتى هذا التطور من تنمية الجانب الإبداعي للمؤسسات المحتضنة تمكنها من تحقيق نجاحات ترفع من فرص حياة المؤسسات الناشئة وتدفعها إلى مسار نموها. التي تعد أحد الأدوار الإستراتيجية لحاضنات الاعمال.

الشكل 1: تحقيق عمليات الإبداع لدى للمؤسسات الناشئة المحتضنة



المصدر:

Emmanuel fremiot « les incubateurs publics : une innovation organisation pour la politique de valorisation de la recherche »
thèse de doctorat en Sciences Economiques université paris dauphine 12 juin 2007 p 77

المراجع

Chiranjibi . (2006) nepal prepared for government of nepal Ministr of finance) .strategy for promoting business incubationcentres in nepal)

[http://www.docstoc.com/docs/48489230/STRATEGY-FOR-PROMOTING-BUSINESS-INCUBATION-CENTERS-IN-NEPAL.](http://www.docstoc.com/docs/48489230/STRATEGY-FOR-PROMOTING-BUSINESS-INCUBATION-CENTERS-IN-NEPAL)

fremiot, E. (2007). « *les incubateurs publics : une innovation organisation pour la politique de valorisation de la recherche* » 12 juin .

thèse de doctorat en Sciences Economiques université paris dauphine .

Philippe Albert) .avril2002 .(*les incubateurs émergence d'une nouvelle industrie* , .Ministère de l'Economie des Finances et de l'Industrie . ,

,France, ,: chambre de commerce et d'industrie nice.

Tom Petres. (2002) « *Fabriquer le futur, l'imaginaire au service de l'innovation* »Paris , Dunod,

erreip-c. Pupion, (2012) « *Le rôle de l'incubateur public dans la création d'entreprises innovantes : le cas Etincel* », Gestion 2000,

نجم عبود نجم، (2003) *دائرة الابتكار المفاهيم و الخصائص وتجارب حديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،*

نبيل جواد. (2007). ، *إدارة و تنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة* *Gestion des P.M.E* . مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، لبنان.

دعائم الإبداع في المؤسسات الناشئة لتحقيق الميزة التنافسية في الجزائر

عفيف رمضاني* و علي مكيد**

*: جامعة يحيى فارس المدية، ramdani.afif@univ-medea.dz ؛

** : جامعة يحيى فارس المدية، mekid_a@yahoo.fr

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى معالجة العلاقة بين أهم مؤشرين تقوم عليهما معظم المؤسسات الناشئة التي تسعى إلى مواكبة التغيرات التي تحدث في بيئة الأعمال في الوقت الحالي، وهما كل من الإبداع والميزة التنافسية، حيث نسعى إلى توضيح الإطار التصوري لهما، مع محاولة إبراز دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية، بصفة تحليلية نظرية لإمكانية الوقوف على أهم النتائج الخاصة بتأكيد الفرضيات المعتمدة على مدى فعالية عامل الإبداع في المؤسسة الناشئة في كسب وتثمين الميزة التنافسية، بما يضمن تحقيق الأهداف.

الكلمات الدالة: الإبداع، الميزة التنافسية، المؤسسات الناشئة.

ABSTRACT

This research paper aims to address the relationship between the two most important indicators that most the startup seek to keep pace with the changes that occur in the business environment at the present time, which are both creativity and competitive advantage, as we seek to clarify the conceptual framework for them, while trying to highlight the role of creativity in winning Competitive advantage and maintaining them, while conducting an analytical study for the possibility of identifying the most important results of confirming the hypotheses based on the effectiveness of the creativity factor in the organization in gaining and valuing the competitive advantage in a way that ensures the achievement of objectives.

Keyword: Creativity, Competitive Advantage, The Startup's.

1. المقدمة

تعمل المؤسسات الناشئة في ظل عدّة متغيرات وظروف متجددة، تفرض عليها تحديات عديدة، مما يتطلب منها الاستجابة لمتطلباتها، باستخدام عدّة بدائل واستراتيجيات بغية التمكن من الاستمرارية والنمو بما يضمن تحقيق الأهداف في ظل التنافس القائم في بيئة الأعمال، من بين هذه الاستراتيجيات هي اتجاه المؤسسات الناشئة في الوقت الحالي إلى توظيف الإبداع ومزاياه للتمكن من التموّل وتحقيق أعلى مستويات من الحصة السوقية، حيث أن التفكير الإبداعي في إدارة هذه الأنماط من المؤسسات يضفي عدّة مميزات تمكن من تحقيق ميزة تنافسية أو تنميتها والمساعدة على تطويرها، من هنا يتبين بأن الإبداع يعد من أبرز العوامل الأساسية المؤثرة والمساعدة على تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الهادفة لتحقيق نمو المؤسسة متسارع، حيث سيتم من خلال هذه الورقة البحثية العمل على اكتشاف الإطار المفاهيمي لهذه المتغيرات للوصول إلى أهداف الدراسة وذلك من خلال الإجابة عن ما يلي :

ما هو دور ومساهمة الإبداع في تحقيق وتنمية الميزة التنافسية في المؤسسة الناشئة

في الجزائر؟

1.1 فرضيات الدراسة

- الإبداع، استراتيجية وأداة فعّالة لتحقيق الأهداف وتساوم في تحقيق الميزة التنافسية؛
- يمكن اعتبار أن الميزة التنافسية هي أهم محرك تضمن بقاء واستمرارية المؤسسة الناشئة في تحقيق أهدافها؛

2.1 أهداف البحث

يهدف هذا البحث عموماً إلى إبراز مصطلح الإبداع كمدخل مفاهيمي، باعتباره الأداة الحديثة المعتمدة من طرف معظم المؤسسات الناشئة من أجل تحقيق أو كسب الميزة التنافسية في ظل التحديات التي تفرضها تغيرات بيئة الأعمال المعاصرة، مع محاولة تحليل دور الإبداع لتحقيق التميز بما يسمح باختيار الفرضيات المستند عليها، ومنه عرض النتائج الموجهة لإثراء البحث العلمي في مجال ريادة الأعمال والمقاولاتية في الجزائر.

3.1 محاور البحث

شملت هذه الورقة البحثية ثلاث محاور مستمدة من طبيعة الإشكالية والفرضيات المطروحة للإجابة عنها، وهي كالتالي:

- المحور الأول: الإطار المفاهيمي للإبداع في المؤسسة الناشئة؛
- المحور الثاني: ماهية الميزة التنافسية؛
- المحور الثالث: تحليل العلاقة بين المتغيرين.

2. المنهجية

بدأ استخدام المصطلح start-up بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك، وكلمة up-start تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و "up" هو ما يشير لفكرة النمو القوي (عراب، صديقي، 2021)، حيث تعرف المؤسسة الناشئة على أنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، كما أنها تتميز بارتفاع عدم التأكد ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها (شريف، 2018)، وتعتبر من المشاريع الفنية ذات إمكانية نمو عالية لذلك تختلف عن المؤسسات التقليدية بسبب طبيعتها الإبداعية إضافة إلى كونها نتيجة للجمع بين النسيج الاقتصادي وروح الصرامة وثقافة المخاطرة (علاء الدين، محمد، 2020).

يلحظ الاهتمام الكبير الذي حظي به موضوع المؤسسات الناشئة startups وريادة الأعمال في الجزائر خلال السنوات الأخيرة سواء من قبل السلطات الرسمية أو الهيئات الأكاديمية، إلا أن هذا النوع من المؤسسات الناشئة يواجه العديد من الصعوبات نظرا لحدثة عهده في الجزائر من جهة، ومن جهة أخرى فإن هذا النوع من المؤسسات يواجه العديد من الصعوبات حتى في الدول المتقدمة نتيجة تبنيه للأفكار المستحدثة والابداعية، والتي عادة ما تكون عالية المخاطر. (عراب، صديقي، 2021)، حيث أنها مؤسسات صغيرة تتطلب تكاليف منخفضة بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي (مصطفى، علي، 2020).

المؤسسة الناشئة هي مجموع الموارد البشرية والمالية والمادية التي تسعى لترقية فكرة إبداعية، عادة يكون تمويلها من متعاملين اقتصاديين كالبانوك والمؤسسات الرائدة والهيئات الحكومية الداعمة (هشام، جهاد، 2017)، وتعتمد بشكل رئيسي على التكنولوجيا للتوسع والنمو السريع في السوق وزيادة الأرباح، وتتميز المؤسسات الناشئة بأنها تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة، وإشباع السوق بطريقة ذكية وعصرية، إذ يعتمد مؤسسو الشركات الناشئة على التكنولوجيا للنمو والتقدم، وللعثور على التمويل من خلال منصات الانترنت (بن عيادة، 2022). فمن خلال هذه المفاهيم نجد أن المعايير المستخدمة لتعريف المؤسسات الناشئة تعتمد في الأساس على عنصرين هامين يتمثلان في أنها مؤسسات حديثة ومبنية على الابتكار لا سيما في مجال التكنولوجيا الحديثة (دراني، 2022).

تمثل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أو الناشئة نسبة كبيرة من المؤسسات في العديد من دول العالم لما لها من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المؤسسات، فهي تعتبر من أهم

المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي وتمثل إحدى دعائم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما تساهم بشكل كبير في تحقيق التنمية وزيادة الإنتاج المحلي، والتكامل والاندماج (قاشي، أبركان، 2017).

يجب تصحيح المقولة الشائعة "المشاريع الصغيرة لا تتطلب اهتمام كبير"، وهذا الحكم الأولي لا يتوافق مع ما هو عليه أغلب المشاريع حاليا ومنها العالمية التي بدأ تجسيده بفكرة ومشروع صغيرة ومن أمثلة ذلك "Apple" و "Facbook" و "Intel" وغيرها من المشاريع التي تطورت وأصبحت شركات عالميا لها مداخيل تفوق مداخيل عالية جدا.

حيث تزايد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة وذلك إدراكا للدور الحيوي والفعال الذي تلعبه في رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي، ونظرا لسهولة تكيفها التي تجعلها قادرة على رفع الكفاءة الإنتاجية، التقليل من البطالة ورفع المستوى المعيشي للأفراد، وغير ذلك من الأهداف التي تمثل في مجملها دافعا حقيقيا للتنمية (عمامرة، ملاح، 2017)

لا شك أن الدولة الجزائرية قد أدركت جيدا القيمة الاستراتيجية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة، والمتوسطة، في تكوين نسيج اقتصادي متكامل وتنافسي، وأنها بذلك اتخذت العديد من الإجراءات والتدابير اللازمة التي ترجمت في استصدار القوانين والمراسيم المتعلقة بتنظيم نشاط هذه المؤسسات من جهة، والمتعلقة بإنشاء الهيئات، الوكالات المعنية بتطبيق هذه التدابير والسياسات ميدانيا من جهة أخرى (بلمهدي يوسف، 2011).

تضمن المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 إنشاء اللجنة الوطنية لمنح علامة مؤسسة ناشئة، ومشروع مبتكر وحاضنة أعمال، وتم استحداث هذه اللجنة بهدف المساهمة في تشخيص المشاريع المبتكرة وترقيتها والمشاركة في ترقية النظم البيئية للمؤسسات الناشئة، وتتكون اللجنة التي يرأسها الوزير المنتدب لدى الوزير الأول المكلف بالمؤسسات الناشئة ممثلين عن 9 قطاعات وزارية، وهي المالية، التعليم العالي والبحث العلمي، البريد والمواصلات، الصناعة، الفلاحة، الصيد البحري، الرقمنة، والانتقال الطاقوي.

حيث تم إنشاء حساب تخصيص خاص بموجب نص المادة 131 من قانون المالية لسنة 2020 بعنوان "صندوق دعم وتطوير المنظومة الاقتصادية للمؤسسات الناشئة" start-up وبعد تعيين وزير منتدب لدى الوزير الأول مكلفا بالمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، ثم صدور المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و "مشروع مبتكر" و "حاضنة أعمال"، وتتولى المشاركة في ترقية النظم البيئية للمؤسسات الناشئة.

1.2. الإطار المفاهيمي للإبداع

غالبا ما نجد في العديد من المراجع ولدى مختلف الباحثين عدم التفرقة بين الإبداع والابتكار، في العديد من المراجع نفس المدلول والمعنى، إلا أن العديد من الأكاديميين يميلون إلى ضرورة التفرقة وتعارض الاصطلاحات وترجمتها، فالابتكار l'innovation هو خلق أو اكتشاف أو تطوير (منتج، خدمة، طريقة عمل) مما يؤدي تحقيق التميز وإضافة القيمة، أما الإبداع La Créativité فهو يشمل كل النشاطات المؤدية إلى خلق القيمة أو تحسين ما هو موجود منها؛ وهو بذلك يشمل الابتكار، التطوير، التحسين، حيث نجد أن "Teresa M. Amabile" قد حدد العلاقة بين الإبداع والابتكار، بأن الابتكار هو قاعدة الإبداع (Amabile, 1996)، من خلال ما تقدم فإن هذا المحور يعتبر كمدخل للتعريف والإحاطة بالمتغير المستقل للورقة البحثية المعتمد، ومنه سيحاول الباحثين الإجابة انطلاقا من هذا التفريع على ما المقصود بالإبداع؟ ومدى أهميته لدى المؤسسات التي تنشط في بيئة أعمال تنافسية، والتي تهدف إلى التوسع والنمو .

1.1 تعريف الإبداع Créativité

يعتبر عامل الإبداع من نتاج البحث والتطوير، والذي يعد من بين أهم الاستراتيجيات التي تمكن المؤسسات الناشئة من تعزيز التوقع وتحقيق التميز والنمو، في ظل بيئة الأعمال المتغيرة، بما يضمن للمؤسسة من تنمية مهاراتها وقدراتها التنافسية.

من ناحية التأصيل اللغوي للإبداع هو مشتق من معنى أبداع الشيء أي أنشأه على غير مثال سابق، حيث جاء تعريفه في معجم إدارة الموارد البشرية بأنه: " هو إيجاد طرق جديدة في العمل أو الأفكار المبتكرة لحل المشاكل، والتي تؤدي إلى زيادة كفاءة العمل وقدرات العاملين فيه (Habib, 2003)، ويعبر على أنه توفير شيء يتصف بالحدثة، كما عرّف الإبداع على أنه " تطبيق فكرة جديدة أو تحسين أخرى موجودة داخل المؤسسة، أو تمت استعارتها من خارجها، سواء كانت تتعلق بالمنتج، الوسيلة، النظام، العملية، البرامج أو الخدمة، وهي جديدة بالنسبة للمؤسسة حين تطبيقها (حنان، 2010)

أما "Joseph Schumpeter" فعرّف الإبداع على أنه: " هو المخرجات الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كفاءات تصميمه (Jean, 1993) "، أما "Peter Drucher" فعرفه على أنه: "تغيير منتج للقيمة المضافة، ويساهم في زيادة رضى الزبون والمستهلك عن المنتج (بيتر، 1998)، إذا الإبداع هو: "عملية خلاقية تؤدي إلى إنتاج أفكار جديدة، مفيدة وغير مألوفاة من قبل فرد أو مجموعة أفراد لتحقيق هدف معين" (عبد الحليم، 2005) .

مما سبق فإن فالإبداع Créativité هو خاصية جوهرية ذهنية تمكّن الفرد أو الإداري من التفكير بطرق غير تقليدية Non Conventiennel ، أو غالبا ما تؤدي هذه الخاصية إلى الابتكار l'innovation أو استخدام أساليب مغايرة غير عادية أثناء التعامل مع وضعية معينة، حيث يتولّد على ذلك شيء أو مهارات جديدة أو نشاط له صفات تميزه عن باقي الأنشطة أو الوظائف الأخرى، ومنه فإن الابتكار هو التمسك بفكرة مبدعة وتحويلها إلى منتج أو خدمة نافعة أو أداء مثال، بمعنى أن الابتكار هو التطبيق العملي للإبداع (حسن ابراهيم، 2005).

قد يكون هناك تباين كبير وواضح بين الابتكار ومصطلحات أخرى متداخلة كالاختراع Invention، والأفكار المبرهنة Idées rendues manifestes ، والأفكار المطبقة بنجاح Idées appliquées avec succès. وغالبا ما يكون الهدف الرئيسي من الإبداع هو التغيير الإيجابي، أي جعل شيء ما أو فكرة ما أفضل مما هي عليه، وعليه يمكن النظر إلى الإبداع بأنه النشاط الذي يساهم في التوصل إلى التغيير الإيجابي للأشياء سواء بالخلق للجديد، بالتطوير أو بالتحسين لما هو موجود حاليا وظائف ومواصفات جديدة.

2.1 أنواع الإبداع وصفات المبدعين

يعكس الطابع الإبداعي في المؤسسة الناشئة مدى قدرة المؤسسة على التميز في حل المشكلات التي تواجهها والتأقلم مع متغيرات البيئة التنافسية، من خلال التفاعل المستمر والتحديث للأنشطة والمنتجات التي تقدّمها، لذا سيتم التطرق لأهم أنواع وصفات الإبداع في المؤسسة الناشئة.

أنواع الإبداع داخل المؤسسة الناشئة: كثير من الباحثين الذين عالجوا موضوع الإبداع حاولوا الإحاطة بخصائصه الأساسية، وذلك بالاعتماد أنماطه، تصنيفاته وأنواعه للتمكن من حصر معانيه، وقد حدّد "Tom Peter" خمس أنواع للإبداع، يمكن تصنيفها فيما يلي: (Tom, 2006)

- ✓ إنتاج منتج جديد؛ أو اعتماد طريقة إنتاج جديدة؛
- ✓ تحقيق تنظيم وآليات عمل جديدة؛
- ✓ استخدام مصدر جديد لمدخلات الإنتاج؛
- ✓ فتح مدخل جديد (سوق جديدة).

كما يمكن أن نصنّف أنواع الإبداع من خلال أهدافه، بين الإبداع في المنتج أو الخدمة، الإبداع في الأداء، فيقصد من الإبداع في المنتج إدخال منتج أو خدمة جديدة للسوق أو بطريقة محسّنة وبخصائص إضافية جديدة للمنتج السابق، حيث يمكن التمييز بين ثلاث أنواع من الإبداع في المنتج وهي: الإبداع الذي له علاقة بالتركيبة الوظيفية للمنتج، الإبداع التكنولوجي، الإبداعات في الخصائص (فارس، 2007) بالإضافة إلى التصنيف حسب درجة أو طبيعة

الإبداع، حيث يمكن التمييز بين الإبداع الجزئي أو الإبداع الكلي، لأن الإبداع الجزئي يهتم بالتحسين، التطوير أو التحديث سواء كان ذلك للمنتج أو للخدمة.

هذه الأنواع من نشاطات الإبداع لها تأثيرات على مستوى المؤسسة ككل، مثل تحسين ورفع مستوى الأداء (Joel, 1993)، أما الإبداع الكلي (الجزري) فله تأثير كبير على أداء وثقافة المؤسسة، ويتطلب ذلك معرفة كبيرة وجديدة، من خلال إبراز عامل الكفاءة إلى تحقيق الإبداع، لما له من تأثير على القوى الخارجية المنافسة للمؤسسة الناشئة، ويمكن هنا الإشارة كذلك إلى تصنيفات الباحث "Camille Carrier" حيث أضاف إلى تلك الأنواع كل من الإبداعات المبرمجة، الإبداعات غير المبرمجة، الإبداعات المتقطعة وإبداعات التأقلم، الإبداعات الفردية والإبداعات الجماعية، وذلك حسب الهدف الذي تسعى إليه المؤسسة (Camille, Denis, 1996).

3.1 صفات الإداريين المبدعين

يتنوع الأداء الإبداعي للأفراد العاملين أو الإداريين في المؤسسة الناشئة وفقا لمستوى الكفاءة والفعالية والدور الوظيفي الذي يشغلونه، ومنه كلما توفرت الظروف والشروط الملائمة للإبداع كلما أمكن من تقديم مستويات عالية من الحس الإبداعي، التي تمكن المؤسسة من التفاعل مع بيئتها وخلق جو تنافسي داخلها، كما إن للمبدعين داخل المؤسسة مجموعة من الصفات والمقومات من أبرزها الدوافع والقدرة على التميز، ويمكن تصنيف أهم الصفات التي تجتمع في الإداريين المبدعين في العناصر الآتية:

- ✓ القدرة على إنتاج أكبر قدر من الأفكار المبتكرة والخلاقة، ويتم وصف المبدع بسهولة اكتشاف الأفكار وسهولة توليدها؛
- ✓ القدرة على تغيير الحالة الذهنية وفقا لتغيير المواقف، حيث يكتشف المبدع بسهولة العديد من الحلول لجميع الوضعيات؛
- ✓ يبتعد المبدع عن الحلول المألوفة والتقليدية ومحاولة عدم تكرار وإعادة إنتاج الأفكار السابقة؛
- ✓ يقوم الإداري المبدع بالربط بين جوانب الخبرة وإعادة بنائها وفق الاتجاهات الحديثة التي ترغب فيها المؤسسة (محمد عدنان، 2003).

4.1 شروط الإبداع

الإبداع هو إيجاد شيء جديد أو التطوير فيه، ومنه يمكن طرح تساؤل هنا: ما هي الشروط الأساسية التي يقوم عليها الإبداع داخل العملية الإدارية للمؤسسة الناشئة؟ انطلاقا من عامل ضرورة وجود المعرفة والثقافة التنظيمية المشجعة داخل المؤسسة الناشئة، باعتبار أن المعرفة هي المقوم الأبرز لتدعيم مكانة ودور الإبداع، ومنه العمل على ترقية أفكار الإداريين وتثمينها

لضمان تحقيق الإبداع، ولكي يتحقق الإبداع في المؤسسات يجب توفر عدّة شروط لذلك، يمكن إبرازها فيما يلي:

- الظروف والبيئة الملائمة بالنسبة للأعمال العادية يمكن إتقانها بمهارة وفقا لتوفر عاملين أساسيين هما توفر الحد الأدنى من الوسائل والحد الأدنى كذلك من الاعتبار والتقدير للمستخدمين (محمد سعيد، 2003)؛
- الإعلام والتسيير الفعال: يعتبر الإعلام وأسلوب الاتصال وسهولة انتقال المعلومات من أبرز المحددات الرئيسية لفعالية الإبداع في المؤسسات، حيث أنه هناك عدّة مصادر يمكن أن توفر المعلومة المهمة سواء بالنسبة للمؤسسة أو للمبدعين، وهي تتمثل في المساهمات النظرية والتطبيقية، وإجراء اللقاءات والندوات العلمية لتطوير الأفكار وخلق فضاءات للإبداع.
- الإدارة الفعالة: تركز الإدارة الفعالة للإبداع على مجموعة من القواعد أو الأسس، من أبرزها توظيف الأفراد وتوجيههم لمهام ونشاطات على أساس قدراتهم وموهبتهم وإشراكهم في اتخاذ القرارات المرتبطة بمهامهم وتفويضهم للإشراف بطريقة مرنة (عزاوي، علفية 2005)؛
- منح الأفراد المبدعين داخل المؤسسة درجة كبيرة من الاستقلالية لتعزيز روح المبادرة والدافعية نحو تطوير الأفكار؛
- العمل على التنسيق بين أفكار المبدعين في المؤسسة بتوفير الإمكانيات اللازمة والضرورية لذلك (خضير، 2014)؛
- تطوير ثقافة المؤسسة وهي تنمية مجموعة القيمة والمفاهيم الإدارية وطرق التفكير المشتركة بين أفراد المؤسسة التي قد تكون غير مكتوبة، ويتشارك في بعثها الأفراد المكونين وتوجهاتهم العامة (قوي، 2003).

5.1 مصادر الإبداع

- حسب "Schernmerhon J" فإن مصادر الإبداع تكمن في تلك الأفكار الجديدة التي يتم وضعها في الممارسة، مع التأكيد على أن أفضل المؤسسات هي المؤسسات التي تتوصل إلى خلق أفكار إبداعية ثم تطبيقها وفقا لعمليات متكاملة من الفكرة إلى المنتج ومن ثم إلى السوق والتميز، وقد أكد أن الإبداع = الميزة التنافسية (نجمة، 2011)، حيث يشمل الإبداع ما يلي:
- الاختراع: وهو إحداث تغيير جوهري يؤدي إلى استحداث منتج أو خدمة جديدة، فالاختراع يشير إلى التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا والمعارف العلمية

الجدية والتي تكون انطلاقا من تطبيقها الحصول على شيء جديد (سعيد، فاطمة، 2010)؛

- التطوير والتحديث: وهو أن يشتمل المنتج أو الخدمة على عملية تحسين وظيفي أو زيادة الجودة، حيث يقصد بالتحسين هنا هو إدخال تعديلات أو تغييرات صغيرة أو كبيرة على العمليات أو المنتجات الحالية مما يجعلها أكثر كفاءة وملائمة في الاستخدام (نجم عبود، 2003)؛
- الإبداع في المنتج: يشمل التحسينات المدخلة على المنتجات في شكل خصائص مستحدثة جديدة؛
- الإبداع في تقديم الخدمات: وذلك بتطوير أساليب إدارية مؤطرة جديدة؛ لأن الإبداع في الممارسات والعمليات: وذلك بإدخال عدّة عوامل تشغيلية جديدة أو تحسينية لتقليل التكلفة وزيادة مستوى الإنتاجية (خليل، 2008)، بالإضافة إلى انتقاء الأفكار الجديدة غير المسبوقة لتحقيق المزايا والأهداف للمؤسسة؛
- تأطير عملية الإبداع يساهم في بناء جو يساهم في تطوير الأداء وخلق منتجات بديلة تستجيب لمتطلبات تغيرات بيئة الأعمال التنافسية.

أضاف الباحث "Antonio Lerro" بأن مصادر الإبداع تتمثل أساسا في الرأس المال الفكري والموارد المادية التي تعتبر العامل الأساسي لترقية الإبداع، حيث أن رأس المال الفكري في حالات توفر البيئة الملائمة يساهم في تحويل الأفكار إلى معرفة ومهارات وعمليات ونظم جديدة لفائدة المؤسسة، ومنه فإن رأس المال الفكري أهم مصدر للإبداع يضمن استخدامه التطوير الإبداعي والاستراتيجي الذي تعتمد عليه المؤسسة في التجديد والذي يعد الوسيلة المثلى للبقاء والاستمرارية في ظل البيئة التنافسية المتسارعة؛ بالإضافة إلى أن أثر رأس المال الفكري على المؤسسات يتمثل في الاستثمار في الأصول الفكرية التي تضمن تفعيل وتنمية القدرات الإبداعية، مما يؤدي إلى تحسين إنتاجية المؤسسة وزيادة مردوديتها وربحيتها، مما يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية وحياسة أكبر قدر ممكن من الحصة السوقية (عبد المنعم، 2009).

3.2 القدرات الإبداعية للمؤسسة الناشئة

يعد مفهوم القدرات الإبداعية للمؤسسة الناشئة من المفاهيم الحديثة التي تشير إلى الاستخدام الفعال للموارد من خلال الدعم المالي لنشاط البحث والتطوير، باعتبار عدّة متغيرات من أبرزها: تحسين الجودة أو زيادة الوظائف، تقليل تكلفة الإنتاج والتوزيع، القدرة على التوسع والنمو، القدرة على تقديم منتجات وخدمات جديدة (صبرينة، 2015)، كما يشير كذلك مفهوم القدرات الإبداعية

إلى الكفاءة في تنسيق مواردها ووضعها تحت الاستخدام الإنتاجي الأمثل، في إطار تلك الأنظمة المعتادة للمؤسسة الناشئة .

إذا فهي الطريقة التي تعتمد عليها المؤسسة في إدارة أنشطتها من أجل تحقيق الأهداف، حيث تعتبر القدرات الإبداعية بأنها ميزة خاصة بالمؤسسة والتي تعطيها القدرة على التكيف السريع والفعال ومنحها الطرق الجديدة وكذلك إدخال منتجات محسنة وجديدة (Bilan, 2012) ، حيث اتفق كل من " Lawson et Samon " بأن مصطلح القدرات الإبداعية هو الإشارة إلى تلك المهارات العالية للمؤسسة الناشئة من خلال استخدام مواردها المتاحة وتحويلها إلى مخرجات مبتكرة، أما " Chonticha. M " فقد أشار إلى أن القدرة الإبداعية للمؤسسة هي مقدرة المؤسسة وتمكنها من تحويل المعرفة والأفكار إلى منتجات جديدة، عمليات، مهام وأداء، وتنظيم لفائدة المؤسسة، لذلك نجد أن القدرات الإبداعية للمؤسسة يمكن أن تتجلى فيما يلي (Cengiz Y, 2008):

- ✓ تقديم منتجات جديدة لتلبية الاحتياجات المتطورة السوق؛
 - ✓ توظيف التقنيات المناسبة والحديثة للرفع من مستوى الإنتاجية وتحسين الأداء؛
 - ✓ وضع واعتماد المنتجات طرق وأساليب إدارية حديثة تعزز من قدرة المؤسسة على الاستغلال الأمثل لمواردها؛
 - ✓ تشجيع الثقافة الإبداعية داخل المؤسسة واستقطاب الموارد المتميزة.
- من خلال البحث والتطوير والاستثمار في المرد البشري واعتماد بيئة ملائمة تضمن توزيع الكفاءات والخبرات داخل المؤسسة، بالإضافة إلى متطلب القدرة على التكيف وعلى مواكبة التغير البيئي. وذلك لتحديد ما هو جديد، مما يؤدي إلى استيعاب أكبر قدر من المعرفة والذي سينتج عنه قدرة تكيفية مستمرة وقابلة للتجديد، من خلال توليد أفكار إبداعية جديدة؛ فينبغي على المؤسسات أن تكون أكثر قدرة على التكيف مع المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية، من خلال الحصول على الأفكار الإبداعية الجديدة وتطبيقها مما يضمن ترسيخ ثقافة المؤسسة (نجمة، 2011).

3.2 أهمية وأهداف الإبداع في المؤسسة الناشئة

يعتبر الإبداع هو من أهم الأدوات التي تستخدمها المؤسسة في تعزيز جاهزيتها التنافسية وتطوير أداءها العام، والذي بدوره يساهم في تحقيق الميزة التنافسية ضمن بيئة الأعمال، وزيادة حجم ومستوى المبيعات والحفاظ واكتساب الزبائن، حيث بينت العديد من الدراسات والأبحاث بأن الإبداع من أهم العوامل التي تزيد من قيمة المؤسسة وتضمن تحقيق أهدافها، وهي بذلك تعتبر أهم استراتيجية هامة ومحركة لتوجهات وأنشطة المؤسسة، من خلال خلق مهارات جديدة أو تطوير الأداء والأفكار الخلاقة، التي تعكس الاستجابة لمتطلبات بيئة الأعمال وترسيخ مكانة

المؤسسة في ظل المنافسة القائمة في السوق، حيث نلاحظ بأن الإبداع يساعد على التحسين المستمر لوظائف وأداء المؤسسة الناشئة، مما يساهم في ترسيخ ثقافة المؤسسة.

كما أن تطوير روح الإبداع في المؤسسات مرهون بمدى توفر مجموعة من الشروط والعوامل أهمها هو مناخ العمل الملائم ومدى التحفيز التي تقدمها المؤسسة لمبدعيها، لأن تسيير نشاطات الإبداع قد يختلف من مؤسسة لأخرى، إلا أن ما هو معترف عليه هو أن تحسين أساليب تسيير وترقية الإبداع والاهتمام به يعطي للمؤسسة قدرة تنافسية عالية مما يساعد على مواجهة منافسيها، وهذا على المستوى الجزئي بينما يعتبر الإبداع أداة مهمة ورئيسية لتحقيق التنمية واستدامتها على المستوى الكلي، بالإضافة إلى أن الإبداع يؤدي إلى الانفتاح على الأفكار الجديدة، الاستجابة بفاعلية للفرص والتحديات والمسؤوليات لإدارة المخاطر والتكيف مع المتغيرات، كما يساهم الإبداع في تحقيق الذات الإبداعية للمؤسسات وتطوير المنتجات (فهيمة، حنان، وسام، 2011).

2.2 ماهية الميزة التنافسية

موضوع الميزة التنافسية من بين أهم المواضيع التي لاقت قبول واهتمام كبير لدى العديد من المؤسسات الناشئة في مجالات المال والأعمال، ويأتي هذا في ظل الاستجابة لمتغيرات بيئة الأعمال والوتيرة المتسارعة للعولمة والانفتاح والتوسع الاقتصادي وتحرر الأسواق، حيث أضحى مصطلح المنافسة المصطلح الأبرز في أدبيات الفكر الإداري الحديث، والتي تسعى من خلاله المؤسسات إلى التمكن من اكتساب ميزة تمكّنها من تعزيز موقفها وتحقيق استدامة التميز في النمو، من خلال اكتساب عدّة صفات وخصائص تميّز عملياتها، وخدماتها ومنتجاتها عن باقي المنافسين. بناء على ما تقدّم سيتم بواسطة هذا المحور التطرق إلى مفهوم الميزة التنافسية كمدخل تنظيري والإحاطة بأهم جوانبه.

1.2 تعريف الميزة التنافسية

تعرف التنافسية على مستوى المؤسسة الناشئة على أنها القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق، مما يضمن استمرارية المؤسسة، ويتم ذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج الموظفة باستخدام التكنولوجيا (دويس، 2005)، حيث أبرز "Muchielli J" أن التنافسية هي: "مدى قدرة المؤسسة على تحقيق، المحافظة وتطوير الحصة السوقية وضمان النمو"، فحسب "Pitts et Lei" هي استغلال المؤسسة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها. حيث تنشأ قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم (صلاح، 2010)، وأما حسب "M Porter": "القدرة على خلق القيمة التي تستطيع المؤسسة أن تحققها لربائنها، بحيث يمكن

أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج وتعوّض الزيادة السعرية المفروضة (Tang, 2008) "، ومنه قدرة الصناعات لدى مؤسسة معينة على الابتكار والتطور للوصول إلى أعلى مستوى من التقنية والإنتاجية (Michel, 1990).

أما بالنسبة لمحبي الدين القطب " فعرفها على أنها: "هي العامل المؤثر الذي يسمح للمؤسسة على اختلاف السلع أو الخدمات التي تنتجها بمنافسة الآخرين ويؤدي بالنتيجة إلى زيادة الحصة السوقية" (محي الدين، 2012)، أما الميزة التنافسية فهي: توفر خاصية لدى المؤسسة الناشئة وتوفر لها القدرة على التقدم والتفوق على المنافسين من حيث عناصر التكلفة والجودة بالإضافة إلى حجم السوق المستهدف بما يعبر عنه بالحصة السوقية، بما يضمن تحقيق السيطرة والاستمرارية وتطوير الأداء وتحقيق الأهداف في ظل بيئة متجددة.

من خلال ما سبق فإن الميزة التنافسية هي حصول المؤسسة الناشئة على وضعية استثنائية في السوق ناتجة على حيازتها لعناصر إنتاجية قد يسمح لها بتقديم أفضل قيمة للزبائن مقارنة بمنافسيها، مما يؤدي بزيادة حصتها السوقية وتحسين الوضعية التنافسية لها، من خلال توفر عدة شروط أساسية، وهي تتمثل في التالي:

- ✓ أن يكون عنصر التميز حاسم وتعطي الأسبقية والتفوق على المنافسين؛
- ✓ ضرورة الاستمرارية وحماية عنصر التميز وتطويره؛
- ✓ إمكانية الحفاظ على التفرد والسبق على المنافسين لأطول مدة زمنية ممكنة.

2.2 محددات الميزة التنافسية للمؤسسة الناشئة

يعتبر العديد من الباحثين في المجال التسويقي والإداري للمؤسسات أن الميزة التنافسية تقوم على عدة محددات أو أبعاد يجب توفّرها، من أبرزها قوام فكرة إبراز القيمة لدى الزبون وتطويرها باستغلال الإمكانيات والموارد اللازمة، مما يعزز رضا الزبون حول الجودة والسعر المقابل للمنتج أو الخدمة المقدّمة، ومنه خلق مصطلح التميّز عن المؤسسات المنافسة، حيث يتحقّق التميز عن طريق استراتيجية متبعة، ولا يمكن ذلك عن طريق نماذج التحليل والتخطيط فقط، وإنما بتحديد أبعاد ومحددات الميزة للمؤسسة (W. Chan, 1999)، حيث تتحدّد الميزة التنافسية من خلال متغيرين هامين وهما: حجم الميزة التنافسية وبعد (نطاق) التنافس، ويمكن إبراز ذلك من خلال ما يلي:

بناء على مبدأ الاستمرارية، تتحقق الميزة التنافسية إذا تمكنت المؤسسة من المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو ميزة جودة المنتج، ومن هنا كلما كانت الميزة أكبر كلما كان على المؤسسات المنافسة بذل جهود أكبر من أجل التغلّب عليها، وكذلك الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة فإن الميزة التنافسية لها دورة حياها تبدأ بمرحلة التقديم أو النمو السريع، ثم تليها مرحلة

التبني والتوظيف الأمثل من قبل المؤسسات المنافسة، ثم مرحلة النزول في حالة قيام المؤسسات المنافسة بتقليدها أو محاكاة الميزة التنافسية ومحاولة التفوق عليها، ومنه تصبح من الضرورة استخدام العامل التكنولوجي بغية تخفيض التكلفة أو تدعيم ميزة جودة المنتج أو خلق ميزة تنافسية جديدة تحقق الرضى والقبول للمستهلك أو الزبون (نبيل مرسي، 1998)

نشير إلى أن المؤسسات الناشئة التي تريد البقاء والريادة في محيط يتميّز بالتحوّلات وشدة المنافسة، يطلب منها امتلاك قدرات معينة تؤهلها لتحقيق ذلك، تتمثل هذه القدرات في مجموع الكفاءات (التنظيمية، التسييرية، التكنولوجية) الضرورية، التي تمكنها من تحقيق أهدافها، ومنها إمكانية تلبية حاجيات المستهلكين والسهر على إرضائهم (بوبة، 2012)، أما في الواقع العملي للمؤسسات، نجد أن الميزة التنافسية تختلف من مؤسسة إلى أخرى، وتعمل كل مؤسسة على أن توظّف ميزتها للحصول على قطاعات سوقية وأن تعمل على التموضع فيها (كريالي، 2000).

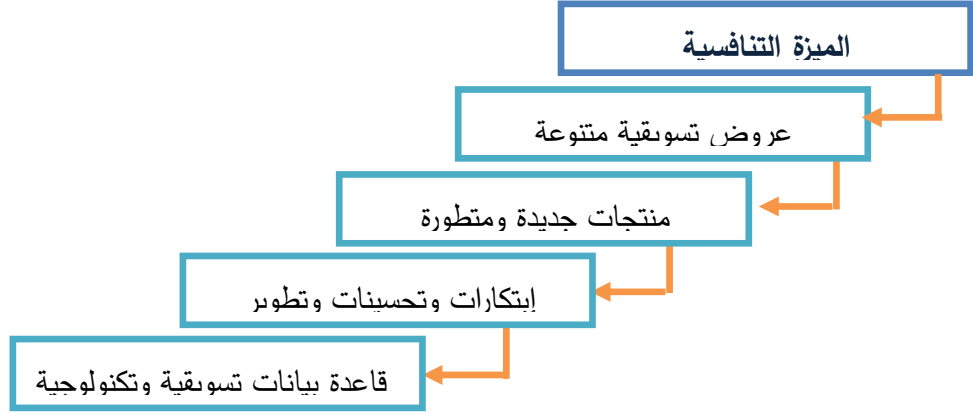
إن محددات الميزة التنافسية تجمعها قيام استراتيجية التنافس من خلال جملة المهارات والمزايا التي تؤثر على الحصة السوقية، بالإضافة إلى وجود عامل التميز وهو حالة من الإبداع الإداري والتفوق التنظيمي الذي يحقّق مستويات غير عادية من الأداء وتنفيذ العمليات الإنتاجية والتسويقية والمالية وغيرها في المؤسسة، مما ينتج عنه نتائج وإنجازات تتفوق على ما يحقّقه المنافسون ويرضى عنه الزبائن وجميع أصحاب المصالح المشتركة للمؤسسة (علي، 2001)، أما فيما يخص مقومات الحصول على ميزة تنافسية متواصلة، فينبغي أن تكون عدّة متطلبات متوقّرة ومن أبرزها المهارات واتباع طرق التنافس والاستراتيجيات المعتمدة سواء للمنتج أو التسعير أو استراتيجيات مصادر التوريد والتسويق (نبيل محمد، 2003)، مما يضمن استدامة الميزة وذلك إذا تمكّنت من تطبيق استراتيجية مثلى تسمح لها بخلق القيمة وجاذبية الخدمات، التي تتميز بها عن منافسيها وعن إمكانية اعتمادها وتطبيقها. (Nicole, 2000)

3.2 أنواع الميزة التنافسية للمؤسسة

الميزة التنافسية هي كل العوامل التي تمنح للمؤسسة الريادة والتفوق على منافسيها في تقديم المنتجات والخدمات باستخدام العامل المعرفي والتكنولوجي (Anderw, 2010)، حيث نلاحظ من خلال هذا المفهوم بأن الميزة التنافسية تشمل عدة أنواع تتمثل في متطلبات عروض التسويق واستخدام العامل التكنولوجي، مما يحقق مزايا عديدة من أبرزها: تحقيق العوائد من خلال حياة حصة سوقية كبيرة، وتحقيق وضمان ولاء الزبائن من خلال تطوير سمعة المؤسسة واستمراريتها، والشكل الآتي يبرز أنواع الميزة التنافسية للمؤسسة الناشئة.

الشكل (01): أنواع ومتطلبات تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الناشئة.

الشكل رقم (01): أنواع ومتطلبات تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الناشئة.



المصدر: إعداد الباحثين، 1998، بالاعتماد على: علي السلمي، تطوير أداء وتجديد المؤسسات، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.

من خلال الشكل أعلاه، يتضح بأن الميزة التنافسية لتحقيقها يتطلب توفر عدّة متطلبات من أبرزها توفر قاعدة بيانات تسويقية إنتاجية وتطويرية خاصة بالعامل التكنولوجي، بالإضافة إلى إقامة الابتكارات وإجراء التحسينات والإبداع.

4.2 مصادر الميزة التنافسية للمؤسسة

تعتمد المؤسسة في تملك الميزة التنافسية والتي يصعب تقليدها على العديد من المصادر المساعدة لذلك فيما يلي:

أ. التكلفة: يعتبر التحكم بالتكلفة وتخفيضها هي العامل التنافسي الهام، الذي يحدد مدى وزن الميزة التنافسية للمؤسسة، حيث أنه يمكن تحديد أنواع الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال عنصرين مهمين ومهما عامل التكلفة الأقل وتميّز المنتج أو الخدمة عن باقي المنتجات أو الخدمات المنافسة الأخرى، حيث أن ميزة التكلفة الأقل تعني القدرة على عرض وتقديم منتجات بتكلفة أقل من المنافسين، وهو ما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر، وفي هذه الحالة يجب تحديد الأنشطة التي تدرج ضمن سلسلة القيمة للمؤسسة، والتي تمثل مصادر هامة ميزة التكلفة (نبيل مرسي، 1998)؛

ب. المعرفة والإبداع: حيث تمثل المعرفة مصدر أساسي لاكتساب وتطوير الميزة التنافسية، حيث تساهم في تحقيق إضافات نوعية في الأداء أو على المنتج من خلال تميّز المنتجات والخدمات؛ حيث تسعى المؤسسة بعامل الإبداع إلى محاولة التطوير المستمر في منتجاتها واكتساب ميزة تنافسية عالية؛

ت. المرونة: هي مدى قدرة المؤسسة على التكيف ضمن المتغيرات التي تفرضها بيئة الأعمال وتغييراتها على الأداء والمنتجات (إسماعيل، 2013)؛

ث. الوقت: يعد الوقت عامل مهم في تسيير المؤسسات الناشئة، من خلال بعث المشاريع والمنتجات في الوقت المناسب؛

ج. الجودة: لتوفّر الجودة وجب ضمان ثلاث أبعاد وهي المطابقة والاستجابة لمتطلبات الزبائن، والصلاحية اللازمة لذلك، حيث تعتمد المؤسسة على الجودة الشاملة كأداة استراتيجية لبناء الميزة التنافسية، وكسب ثقة وولاء الزبائن؛

ح. المزايا التنافسية: استخدام العامل التكنولوجي الذي يميّز المنتج والخدمة عن باقي المؤسسات المنافسة (الصادق، 2015).

الميزة التنافسية للمؤسسة الناشئة، هي محور مجموعة من الركائز الأساسية الواجب توفّرها، وهي كل من متطلبات المعرفة والإبداع والتجديد، بالإضافة إلى توفّر كل من المرونة في الأداء وتوفّر عامل الوقت والتكلفة والمزايا التنافسية للمؤسسة.

3. تحليل ومناقشة

1.3 التحليل النوعي للعلاقة بين المتغيرات

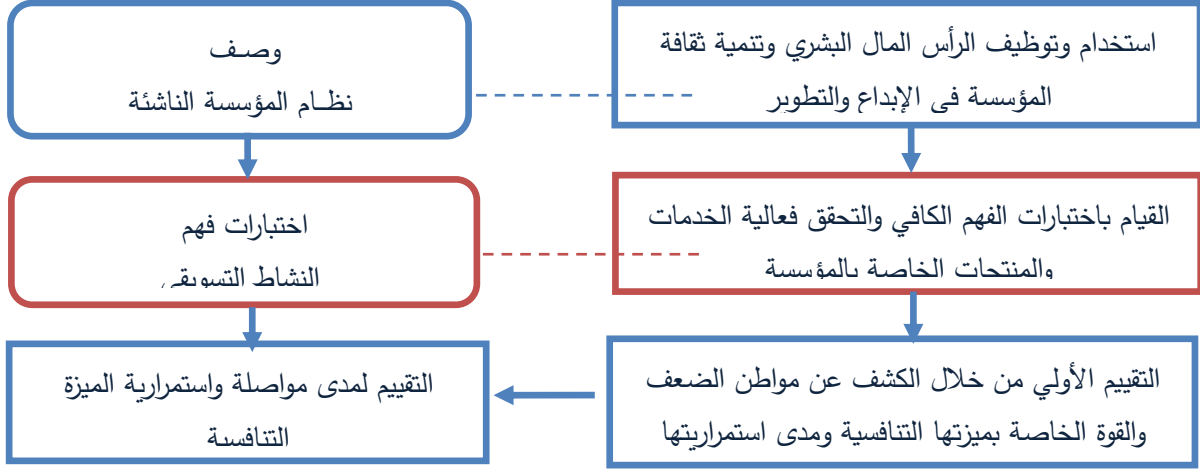
حيث يوضّح الشكل الآتي موقع الإبداع وعلاقته بمجالات بناء الميزة التنافسية والعمل على خلقها وكسبها والتطوير فيها، من خلال وظيفة الدعم والتأكيد على طرح الأفكار والبدائل، باعتباره أداة داعمة ضمن النظم الخبيرة النوعية التي تندرج ضمن متطلبات ثقافة المؤسسة.

إن تحديد وجعل وظيفة مهمة بحجم وظيفة الإبداع وتكريسها ضمن ثقافة المؤسسة يعتبر بين الأهمية والإلزامية من خلال الأهداف التي يحملها في خلق الميزة التنافسية وضمن استمراريته، وذلك عن طريق المساهمة في البناء والتحليل لوضعية المؤسسة الناشئة ومتطلبات البيئة التنافسية، ورسم الاستراتيجيات المثلى لملائمة أنشطة المؤسسة مع متغيرات البيئة التنافسية.

2.3 مراحل الإبداع لخدمة الميزة التنافسية

حيث تعمل وظيفة الإبداع في المؤسسة الناشئة على الوقوف التأكيد على مدى فعالية وسلامة الخدمات والمنتجات وفقا لمتطلبات احتياجات الزبائن، من خلال جملة من المراحل المعتمدة والتي تتوافق في طبيعتها مع ما هو متعارف عليه دوليا وإمداد المؤسسة بخبرات وتحليلات كافية، والشكل الآتي يوضّح تلك الخطوات.

الشكل (02): مراحل تقييم الإبداع داخل المؤسسة لدعم الميزة التنافسية.



المصدر: إعداد الباحثين، بالاعتماد على تحليل وظائف المؤسسات الناشئة.

يفسّر الشكل أعلاه، مراحل تقييم الإبداع انطلاقاً من استخدام وتوظيف الرأس المال البشري بالاعتماد على ثقافة المؤسسة، والقيام باختبارات الفهم الكافي والتحقق من فعالية الخدمات والمنتجات بالمؤسسة، بالإضافة إلى العمل على تقييم الميزة التنافسية لاستمرارها، بما يخدم وصف نظام المؤسسة واختبارات الفهم للنشاط التسويقي لتقييم وتحديث الميزة التنافسية.

3.3 تراكم المعرفة والإبداع لخدمة الميزة التنافسية

يمكن استخلاص الفكرة العامة التي تحملها علاقة الإبداع بالميزة التنافسية في أن الإبداع عامل أساسي ويعد من أهم ركائز خلق الميزة التنافسية، حيث يدرك مدراء المؤسسات أن توظيف الإبداع على المدى القصير يساهم في خلق القيمة، أما فيما يخص مجريات عملية الإبداع فإن ارتباطها وثيق جداً بمدى توفر المعلومات وإتاحتها للاستخدام كبدائل متاحة باستخدام البيئة الملائمة المشجعة لذلك، ويكون هنا الإبداع بمثابة المدخلات المبذولة من قبل إدارة المؤسسة لتبني الميزة التنافسية. وفقاً لمبدأ تراكم المعرفة واستخداماتها المتاحة لخدمة أهداف المؤسسة، حيث إن العلاقة القائمة بين مدخلات عملية الإبداع من خلال ترجمتها في شكل معلومات وبيانات متاحة مستمدة من عدة مصادر لتراكم المعرفة في المؤسسة، يبيّن موقع الإبداع باعتباره أحد المعلومات الأساسية والضرورية التي يتم الاستئناس بها والعمل على ضوءها من خلال خلق الميزة التنافسية؛ حيث يسعى مستخدمو المعلومات والبيانات في المؤسسة إلى تحليل الوضعية التنافسية والتسويقية.

4.3 علاقة وظيفة الإبداع لخدمة أهداف التسويق في المؤسسة الناشئة

يتضح بناء على ما سيتضمنه هذا المحور بأن أساس قيام وظائف المؤسسات الناشئة وجوهرها هو عملية الإبداع لما له من أهمية والدور الذي يلعبه باعتباره أهم الآليات المحركة لأنشطة المؤسسة، في شكل تطوير وتحديث وتحسين المنتجات والأداء والإجراءات الإدارية والمالية متعدّدة الوظائف، حيث يتجسّد ذلك من خلال استخدام وتوظيف الإبداع كعامل جوهري في بناء الميزة التنافسية وضمان استمراريتها.

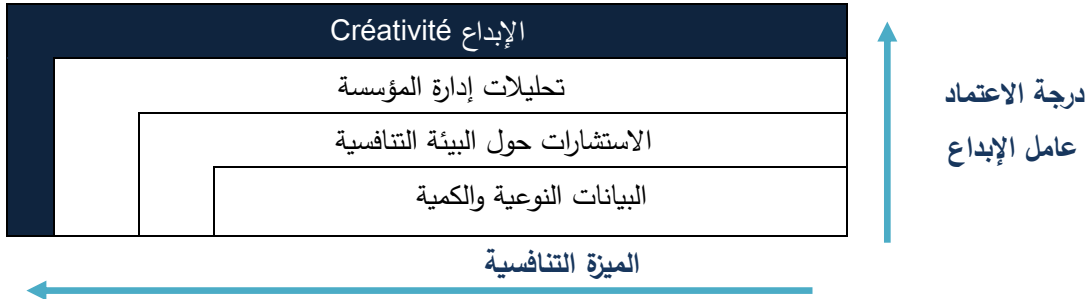
بناء على ما تقدّم فإن الإبداع والميزة التنافسية يعدّان على أنهما ركيزة قيام المؤسسة الناشئة في الوقت الحالي، نظرا للوظيفة ذات الأهمية التي يحملانها بالإضافة إلى العلاقة التكاملية التي تضمن وتساوم في تحقيق الأهداف، والشكل الآتي يبرز تلك العلاقة القائمة بين وظيفة الإبداع وإدارة التسويق في دعم الميزة التنافسية، بناء على ما تقدّم في تحليل العلاقة، من خلال تبيين وترقية وظيفة التسويق لخدمة أهداف المؤسسة الناشئة.

يمكن استخلاص أن مهام الإداريين والعاملين في المؤسسة يقتصر حول إحداث التطوير والتحديث اللازم للمنتجات، وفقا للعلاقة التكاملية بين جهة الإشراف على التسويق والجهة المسؤولة عن المنافسة، من خلال الدعم وتقديم الاستشارات والتقييم والاستشراف.

5.3 درجة اعتماد الإبداع في تنمية وكسب الميزة التنافسية

في هذا المحور سيتم تبيان مدى درجة اعتماد الإبداع في بناء الميزة التنافسية، من خلال النموذج الذي يتضمّن الشكل أدناه، المستمد أساسا من البدائل المتاحة المتعدّدة المصادر والمستخدمة في إدارة التسويق في إدارة المؤسسة الناشئة، وهو أحد النماذج المتعارف عليها والمعتمدة دوليا، والمعومول بها في المؤسسة الناشئة.

الشكل (03): مدى درجة الاعتماد على عامل الإبداع في الميزة التنافسية في المؤسسة الناشئة



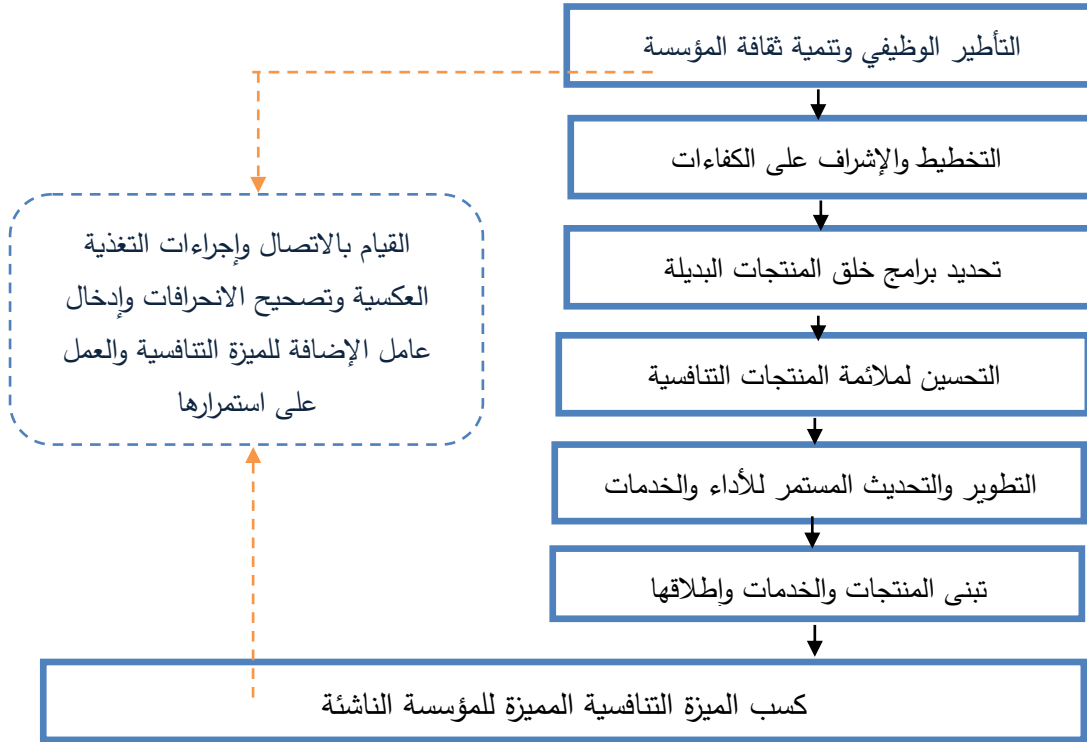
المصدر: إعداد الباحثين، بالاعتماد على تحليل وظيفة التسويق في المؤسسة الناشئة.

يلاحظ من خلال الشكل أعلاه، أن الإبداع يحضاً بمكانة عالية للاعتماد في تحقيق الميزة التنافسية بالمقارنة مع العوامل الأخرى المدرجة في الاعتماد المتفاوتة الاعتماد بين البيانات النوعية والكمية للتسويق والاستشارات حول البيئة التنافسية وتحليلات إدارة المؤسسة الناشئة، حيث أن نسبة الاعتماد عالية مقارنة بتلك العوامل الأخرى، حيث يعتمد الإبداع على كفاءة المورد البشري والخبرات المتراكمة في التسيير للمؤسسة الناشئة.

6.3 مراحل الإبداع لتحقيق الميزة التنافسية

يعدّ هذا النموذج الممثل في الشكل أدناه، أهم النماذج المعتمدة لدى المؤسسات التي تشهد منافسة عالية، والتي تتبنى النظم والإجراءات النمطية العالية على أساس المعايير المنظمة لوظيفة الإبداع، والتي تحمل الطابع المنسّق والمبوّب وفقاً لمراحل موضوعية متّسقة، لغرض خدمة الميزة والتميز بين المؤسسات، ويتم وصف ذلك انطلاقاً من الشكل الآتي الذي يبرز تلك المراحل.

الشكل (04): مراحل الإبداع لخدمة الميزة التنافسية في المؤسسة الناشئة.



المصدر: إعداد الباحثين، بالاعتماد على تحليل وظيفة الإبداع في المؤسسة.

يبرز الشكل أعلاه، مراحل الإبداع ومهامه ضمن وظائف المؤسسة الناشئة، من خلال ضرورة تنمية ثقافة المؤسسة ومتطلبات وجود التكوين والتأهيل الكافي للكفاءات والتخطيط لها، مع تحديد البرامج والمنتجات التي تتوافق مع متطلبات البيئة التنافسية، والعمل على إدخال

التطوير والتحسين فيها من خلال التبنّي وإطلاق المنتجات الجديدة التي تتميز بعدة خصائص ومقومات تؤهلها لتكون منافسة للمنتجات الموجودة في السوق، وبهذه الخطوة تكون المؤسسة قد اكتسبت ميزة تنافسية مميزة.

4. الخاتمة

يعتبر تزايد حدة المنافسة التي أصبحت تهدد الكثير من المؤسسات الناشئة، لذا أصبح من الإلزامي والضروري اللجوء إلى تطوير و تثمين الإبداع، مما يضيف نوعا ما طابع الأمان لدى مسيري المؤسسة بشأن إمكانية التوقع والتكيف مع المتغيرات البيئية، ويأتي هذا باكتساب ميزة تنافسية تميز المؤسسة الناشئة عن باقي المؤسسات من حيث تميز المنتج والخدمات والأداء الأمثل للمؤسسة الناشئة حتى تضمن الاستمرارية والنمو في ظل بيئة أعمال متسارعة، حيث يعد الإبداع من أهم المصادر الرئيسية التي من خلالها يمكن اكتساب الميزة التنافسية وبنائها، إذا يمنح الإبداع للمؤسسة قدرة تكنولوجية من خلال تحسين وخلق المنتجات وتطوير الأداء ميزة أو قيمة تميز المؤسسة عن باقي منافسيها، وتسعى المؤسسة بذلك إلى تثمينها وتعزيزها بغية تحقيق الأهداف الحالية والمستقبلية، ويمكن أن نوضح أهم النتائج التي توصلت إليه هذه الورقة البحثية، في ما يلي:

1.4 أهم لنتائج المتوصل إليها

- ✓ يعمل الإبداع على توليد العديد من الأساليب والأفكار الجديدة التي تساهم في رفع الأداء وتحسينه داخل المؤسسة الناشئة؛
- ✓ يعتبر الإبداع عامل أساس وأحد متطلبات قيام الميزة التنافسية، وهو من أبرز العوامل التي تؤدي بالمؤسسة لتحقيق الأهداف؛
- ✓ تعتبر المؤسسة أن لقوام ميزة تنافسية تميزها عن باقي المنافين وجب بذلك توفر عامل الإبداع والاستثمار في التكنولوجيا لضمان تشجيعه وترقيته داخل المؤسسة؛
- ✓ إن اعتماد الإبداع كخطوة لكسب الميزة التنافسية في المؤسسة يتطلب تفعيل دور الموارد البشرية لإقامة البحث و تثمينه، بالإضافة إلى وضع وتأمين قدرات مالية وتكنولوجيا تتوافق مع بيئة الأعمال التنافسية؛
- ✓ يسعى عامل الإبداع في المؤسسة الناشئة إلى تحقيق واكتساب الميزة التنافسية من خلال التوظيف الأمثل للموارد المتاحة، مما يؤدي إلى خلق قيمة مضافة بإتباع أساليب متطورة وحديثة في الأداء؛

- ✓ إن التكيف مع البيئة التنافسية يتطلب على المؤسسة التميز من خلال المنتجات والخدمات التي تقدمها، بالاعتماد على العامل التكنولوجي والإبداع المتجدد من خلال بعث ثقافة التعلم والتطوير وإنتاج المعرفة، مما يضمن تحقيق الأهداف على المدى البعيد؛
- ✓ إن بقاء المؤسسة الناشئة ومواصلة نموها في ظل متغيرات البيئة المتجددة والتنفسية التي تشهدها، يستوجب على المؤسسة ترقية أدائها ومهاراتها من خلال الإبداع الذي يضمن التجديد والتحسين للميزة التنافسية؛
- ✓ إن أبرز ما يعيق اكتساب الميزة التنافسية لدى بعض المؤسسات هو عدم وجود عامل الإبداع أو تكتل واندماج أعمال المؤسسات المنافسة في الجزائر والتناسق فيما بينها؛
- ✓ الغاية من وجود وظيفة الإبداع هي الدعم والمساهمة في بناء الميزة التنافسية ومنه تحقيق الأهداف؛
- ✓ يساعد الإبداع المؤسسة الناشئة في الكشف عن نقاط القوة والضعف الخاصة بالأداء حتى تضمن البقاء والاستمرارية؛
- ✓ توظيف الإبداع في المؤسسة الناشئة يساهم في الحفاظ على الحصة السوقية وكسبها. وعليه فيمكن القول بأن فرضيات البحث هي مقبولة.

المراجع

- شريفة بوالشعور، 2018، دور حاضرات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة، دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادي، المجلد 4، العدد 2.
- هشام بروال، جهاد خلوط، 2017، التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، المجلد 20، العدد 3.
- بن عياد جليلة، 2022، دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية، مجلة الدراسات القانونية، جامعة يحيى فارس المدينة، المجلد 08، العدد 01.
- علاء الدين بوضياف، محمد زبير، 2020، دور حاضرات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 4، العدد 1.
- مصطفى بورنان، علي صولي، 2020، الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة)، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 11، العدد 01.
- دراني ليندة، 2022، استراتيجيات دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر كرهان للحد من البطالة، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 08، العدد 02.
- Amabile T.M,1996 , Creativity in Context, Westview Press, New York.
- Habib Sahhaf, 2003, Dictionary of Humain Resources Management, library du Liban publishers, Beirut.

- يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
- حنان رزق الله، 2010، أثر التمكين على تحسين جودة الخدمة التعليمية بالجامعة، دراسة ميدانية لكليات جامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير في تسيير المؤسسات، جامعة قسنطينة الجزائر .
 - Jean Lachman, 1993, Le Financement des Stratégies de l'innovation, Economica, Paris.
 - بيتر دوركر، 1988، التجديد والمقارنة، ترجمة ممارسات ومبادئ، ترجمة حسين عبد الفتاح، مركز الكتب الأردني، الأردن.
 - عبد الحليم رفعت القاعوري، 2005، إدارة الإبداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر .
 - حسن إبراهيم بلوط، 2005، المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات، دار النهضة العربية، بيروت.
 - Tom Peter, 2006, Fabriquer le future, l'imaginaire au services de l'innovation, Dunod, Paris.
 - فارس طراد، 2007، دور الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير تخصص تسيير المنظمات، جامعة بومرداس، الجزائر .
 - Joel Broustail et Frederic Frer 1993 , Le Management Stratégique de l'innovation, Édition Dalloz.
 - Camille Carrier et Denis Jean Garand, 1996, Le Concept d'innovation: débats et ambiguïtés, 5^{ème} Conférence Internationale de Mangement Stratégique, 13-14-15 Mai, France.
 - محمد عدنان وديع، 2003، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة دورية -جسر التنمية-، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد: 24.
 - لأخضر خراز، 2011، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان الجزائر .
 - محمد سعيد أوكيل، 2003، العلاقة بين تكنولوجيا التطور الاقتصادي في البلدان النامية العربية، مجلة الاقتصاد والتسيير والتجارة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد: 08.
 - عزاوي عمر، علفية محمد، 2005، الإبداع لتحقيق الميزة التنافسية، مداخلة مقدّمة ضمن المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميّز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي: 08-09 مارس.
 - خيضر خنفري، 2014، دور الإبداع والابتكار في تطوير منظمات الأعمال، مقال علمي، جامعة بومرداس الجزائر .
 - قوي بوحنية، 2003، ثقافة المؤسسة كمدخل أساسي للتنمية الشاملة، دراسة في طبيعة العلاقة بين المحدّدات الثقافية وكفاءة الأداء، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد الثاني.
 - نجمة عباس، الإبداع وضرورة تحوّل منظمات الأعمال المعاصرة إلى منظمات متعلّمة، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة الجزائر، يومي: 18-19 ماي، 2011.

- يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
- السعيد بومنجل، فاطمة الزهراء رقايقية، مساهمة براءة الاختراع في دعم وحماية الإبداع التكنولوجي وتحقيق التميز التنافسي المستديم في منظمات الأعمال في الجزائر، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة الجزائر، يومي: 12 -13 ماي .
 - نجن عبود نجم، 2003، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)، دار وائل للنشر، الأردن.
 - خليل عبد الرزاق، هناء نور الدين، دور حاضرات الأعمال في دعم الإبداع لدى المؤسسات الصغيرة في البلدان العربية، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف الجزائر، يومي: 17-18 أبريل 2008.
 - عبد المنعم أسامة، عبد الوهاب المطارنة، رأس المال الفكري وأثره على الإبداع والتفوق المؤسس في الشركات الصناعية الأردنية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة بسكرة، العدد: 06، ديسمبر 2009.
 - صبرينة ترغيني، 2015، دور التفكير الاستراتيجي في تفعيل القدرات الإبداعية للمؤسسة، أطروحة دكتوراه في تخصص تسيير المنظمات، جامعة بسكرة.
 - Balan P, Lindsay N, 2012, Innovation Capability: Exploring the factors that make up this construct in the services sector.
 - Vedina R, Baumane I, 2009, Innovation Capabilities in small catching-up Economies: Evedence from food production and tourisme Sector SME, Spain.
 - Cengiz Y, Gul Sen, 2008, Innovation Capability, Innovtion Strategy and Market Orientation: an Empirical analysis Turkich Software Industry, International Journal of Innovation Management Vol: 12, Istanbul.
 - نجمة عباس، الإبداع وضرورة تحول منظمات الأعمال المعاصرة إلى منظمات متعلمة، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة الجزائر، يومي: 18 -19 ماي، 2011.
 - فهيمة باديسي، حنان رزق الله، وسام شيلي، تنمية الإبداع ودوره في رفع أداء المنظمات، الملتقى الدولي حول الإبداع التنظيمي الحديثة، جامعة سعد دحلب الجزائر، يومي: 18-19 ماي 2011.
 - دويس محمد الطيب، 2005 براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة الجزائر .
 - صلاح النعيمي، 2010، كيف يمكن للمؤسسات أن تحقق ميزات التنافسية، الكتاب الجامع لأبحاث مؤتمر التفكير الإداري والاستراتيجي في عالم متغير، مكتبة المجتمع العربي، عمان الأردن.
 - Tang Yong Tao, 2008, Contraction Competitiveness and Competitivite Strategy in Hon Kong, The Hong Kong Polytechnic University Doctor of philosophy.
 - Michel Porter, the Competitive Advantage of Nations, Harvard Business Review, Vol 90 – 102, March –April, 1990.
 - محي الدين القطب، 2012، الخيار الاستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية، دار الحامد للنشر، عمان الأردن.

- يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
- **l'innovation de Valeur logique Sous-jacent a une forte Croissance**, 1999 W .Chan Kim et Renee Mauborgne, Harvard Business Revue, les opportunité de croissance, édition d'organisation, France.
 - نبيل مرسي خليل، 1998، **الميزة التنافسية في مجال بيئة الأعمال**، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر.
 - وبعثة عبد الوهاب، 2012، **دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية**، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري الجزائر.
 - كريالي بغداد، 2000، **تنافسية المؤسسات الوطنية في ظل التحولات الاقتصادية**، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة وهران الجزائر.
 - علي السلمي، 2001، **خواطر في الإدارة المعاصرة، مكتبة الإدارة الجديدة**، دار غريب للطباعة، مصر.
 - نبيل محمد مرسي، 2003، **الإدارة الاستراتيجية، تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس**، دار الجامعة الحديدة للنشر، مصر.
 - Nicole Hoffmank, 2000, **An Examination of the Sustainable Competitive Advantage Concept: Past, Present, And Future**, Academy of Marketing Science Review.
 - Anderw Pearson, 2010 **The Stretegists Choice: Competitive Strategy and the question of how to compete**, UBS Unique Business Strategies, Competitve-Strategy Revew, Issu: May.
 - صورية معموري، هجيرة الشيخ، **محددات وعوامل نجاح الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية**، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلفة، يوم: 09-10 نوفمبر 2010.
 - وسيلة بوازيد، 2012، **مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية**، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة سطيف الجزائر.
 - حجاج عبد الرؤوف، 2007، **الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها**، مذكرة ماجستير في تخصص اقتصاد المؤسسات، جامعة سكيكدة الجزائر.
 - الصادق لشهب، 2015، **دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية**، مذكرة ماجستير، تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، جامعة تلمسان الجزائر.

الابتكار في المؤسسات الناشئة: تجارب دولية ناجحة

ط.د خديش غادة* د. مرابطي سناء**

*:جامعة أم البواقي، Khadich.ghada@univ-oeb.dz ؛

** : جامعة أم البواقي، Merabti.sana@gmail.com

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مدى مساهمة الابتكار في ترقية وتطوير المؤسسات الناشئة لما لها من دور اقتصادي مهم في تحقيق التنمية المستدامة في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة، انطلاقا من عرض مجموعة من التجارب الدولية الناجحة في المجال سعيا لتطبيقها في الجزائر وذلك باتباع المنهج الوصفي.

وقد خلصت الدراسة إلى أن للابتكار مساهمة فعالة لترقية المؤسسات الناشئة والرفع من مستوى أدائها، وأنه يمثل الركيزة الأساسية التي يقوم عليها استمرار نشاط مثل هذه المشاريع الناشئة خصوصا في ظل التطورات التكنولوجية وباعتبار أن الابتكار من بين المقومات الأساسية لنجاح المؤسسات الناشئة في مختلف دول العالم خاصة الجزائرية منها حتى تستطيع اللحاق بالدول التي سبقتها إلى هذا المجال من خلال التركيز على رأس المال البشري وتدريب وتكوين الفرد الجزائري خاصة على مستوى القطاع التكنولوجي، وفي الأخير توصي الدراسة بضرورة تبني الحكومات لاستراتيجية تمكن من خلالها أصحاب المشاريع المبتكرة من تحقيقها وتجسيدها ودفعها إلى النمو والتوسع وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي. **الكلمات المفتاحية:** الابتكار، المؤسسات الناشئة، دور الحكومات، اقتصاد المعرفة، النمو الاقتصادي.

تصنيف جيل: M13 :O3

ABSTRACT

This study aims to highlight the extent to which innovation contributes to the promotion and development of emerging enterprises because of their important economic role in achieving sustainable development in the knowledge-based economy, from the presentation of a series of successful international experiences in the field in order to implement them in Algeria through a descriptive approach.

The study concluded that innovation has an effective contribution to make to upgrading emerging enterprises and upgrading their performance and that it constitutes the cornerstone of the continued activity of such emerging enterprises, especially in the light of technological developments. Innovation is one of the key elements of the success of emerging enterprises in various countries of the world, especially Algeria, so that they can catch up with their predecessors in this area by focusing on human capital and the training and composition of the Algerian individual, especially in the technological sector, Finally, the

study recommends that Governments adopt a strategy through which innovative entrepreneurs can achieve, embody and drive growth and expansion and thus achieve economic growth.

Keywords: Innovation, Startups, Role of governments, Economic knowledge, Economic growth.

Jel classification Codes: M13:O3

1. المقدمة:

في ظل هيمنة اقتصاد المعرفة على بيئة الأعمال أصبحت المؤسسات اليوم على اختلاف طبيعتها وأنواعها وأحجامها ملزمة على تبني استراتيجيات قائمة على المعرفة تمكنها من الاستمرار في أداء نشاطها ويعتبر الإبداع والابتكار أهم هذه الاستراتيجيات حتى تستطيع مواكبة التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية خصوصا المتعلقة بالتكنولوجيا، فكلما كانت المؤسسة على قدر من التمكن من التكنولوجيات الحديثة زاد عنصر الإبداع والابتكار فيها أي أن الاعتماد على المعرفة كعامل أساسي للنجاح والتميز هو أمر حتمي، وتحت وطأة سرعة هذه التغيرات وارتفاع درجة المخاطرة في بيئة الأعمال واشتداد المنافسة أصبحت المؤسسات تسعى إلى اتباع كافة السبل التي من شأنها الرفع من أدائها حفاظا على حصتها السوقية وكذا السعي لتحقيق الريادة والنمو والتفوق التنافسي، أي أن عمليتي الإبداع والابتكار اليوم انتقلت من كونها ضرورية إلى كونها حتمية.

من ناحية أخرى تعتبر المؤسسات الناشئة في وقتنا الحالي عامل مهم في تحقيق التنمية المستدامة، خصوصا بفضل الدور الاقتصادي الذي تلعبه في الحد من البطالة وتشغيل الشباب والرفع من مستوى التفكير الإبداعي والابتكاري لديهم وبالتالي فهي تلعب دور في دفع عجلة النمو الاقتصادي كما أنها تتمتع بمرونتها وقابليتها للاستجابة للتكنولوجيات الحديثة والإبداع والابتكار أكثر من استجابة المؤسسات الكبرى بفضل صغر حجمها فتكون المشاكل التشغيلية فيها أقل، وما يشجع ظهور هذه المؤسسات بالدرجة الأولى هو توفير أرضية مجهزة لها وهنا تظهر أهمية ما تقدمه الدول والحكومات من دعم من خلال التشريعات القانونية المختلفة المتعلقة بإنشاء حاضنات ومسرعات الأعمال التي تحتضن هذه المشاريع وتدعمها بالتمويل الكافي حتى تصبح مؤسسات رائدة في مجالها باعتبار أن المؤسسة الناشئة ماهي إلا مرحلة مؤقتة من دورة حياة المؤسسات الكبرى الموجودة حاليا، من خلال ماسبق تنبثق إشكالية الدراسة حول كيفية توطين سبل واستراتيجيات المعرفة المتمثلة في الابتكار كأهم عامل في نجاح المؤسسات الناشئة وترقيتها من أجل النمو والتوسع والريادة خصوصا في ظل محيط حافل بالتطورات التكنولوجية المتسارعة، يمكن التعبير عن الإشكالية المطروحة بالسؤال الجوهري التالي: كيف يساهم الابتكار في نجاح المؤسسات الناشئة؟

ويندرج ضمنها الأسئلة الفرعية التالية:

- السؤال الفرعي الأول: ما درجة تشجيع الابتكار داخل المؤسسات الناشئة ؟

- **السؤال الفرعي الثاني:** فيم تتمثل أهم مقومات نجاح المؤسسات الناشئة؟
- **السؤال الفرعي الثالث:** هل يوجد نماذج دولية ناجحة في مجال الابتكار في المؤسسات الناشئة؟ وهل للجزائر تجربة ناجحة في هذا المجال؟
- وكإجابة مبدئية لهذه التساؤلات نصيغ الفرضيات التالية :
- **الفرضية الجوهرية:** تساهم عملية الابتكار بشكل مباشر وفعال على نجاح المؤسسات الناشئة.
- **الفرضية الفرعية الأولى:** مستوى تشجيع الابتكار داخل المؤسسات الناشئة مرتفع باعتبارها مؤسسات تحاكي التطورات التكنولوجية الحاصلة مما يحفزها على الإبداع والابتكار أكثر بهدف الوصول إلى الريادة.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** تتمثل مقومات نجاح المؤسسات الناشئة بالدرجة الأولى في تواجد الدافع الريادي والحافز لمدير المؤسسة للتوسع والطموح للنمو.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد العديد من النماذج الدولية الرائدة في مجال الابتكار في المؤسسات الناشئة لكن بالمقابل تعتبر المؤسسات الناشئة حديثة العهد بالنسبة للجزائر إلا أنها تسعى لتشجيع أصحاب المشاريع على تجسيد أفكارهم المبدعة من خلال النصوص القانونية التي توضح سبل إنشائها وآليات الحصول على الدعم المالي الكافي لها.
- **أهمية الدراسة وأهدافها:** لهذه الدراسة أهمية بالغة على المستويين العلمي والعملي، حيث من الناحية العلمية يعدّ الموضوع المعالج حديث نسبيا لازال موضع اهتمام الباحثين وخاصة أن الابتكار يتسم بالتجديد المستمر وتأثره بعامل التغيير خصوصا في التكنولوجيا ومن جهة أخرى فالمؤسسات الناشئة تعتبر حديثة العهد بالنسبة للجزائر، كما تتمثل أهميته العملية كونه يعدّ مرشدا لأصحاب المشاريع المبتكرة ولمسيري المؤسسات الناشئة الجزائرية باعتبارها مؤسسات مندفعة نحو النمو.
- ومن أجل تحقيق مبتغى الدراسة سعيا للإجابة عن الإشكالية والتساؤلات المطروحة فيمكن تلخيص الأهداف في النقاط التالية :
- إدراك مدى أهمية مواكبة التطورات الحاصلة في مجال الإبداع والابتكار ومساهمته في نجاح المؤسسات الناشئة؛
- تقديم توصيات ومقترحات لأصحاب المؤسسات الناشئة لتسيير منشآتهم ودفعها لتحقيق النمو.
- **منهج الدراسة:** من أجل تحقيق هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي باعتباره يتماشى وموضوع الدراسة.
- **هيكل الدراسة:** تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور بالإضافة للمقدمة والخاتمة كالتالي :
- المحور الأول:** مراجعة للأعمال البحثية السابقة
- المحور الثاني:** الأطر النظرية للابتكار والمؤسسات الناشئة

المحور الثالث: نماذج دولية ناجحة في مجال الابتكار في المؤسسات الناشئة.

2. مراجعة الأعمال البحثية السابقة:

سنعرض في هذا المحور الدراسات السابقة التي تناولت الابتكار، المؤسسات الناشئة والتي تم ربطها في أغلب الأحيان بمتغيرات أخرى قريبة من الدراسة الحالية أو بعيدة عنها والتي مكنتنا من بناء هذا الموضوع وربط هذه المتغيرات مع بعضها البعض في محاولة للخروج بنتائج تساعد مسيري المؤسسات الناشئة وأصحاب المشاريع المبتكرة على تجسيد مشاريعهم بالارتكاز على قاعدة رصينة والدفع بها نحو تحقيق النمو والريادة والتفوق التنافسي.

دراسة (Szłapkaa, Stachowiakb, Batzc,Fertsch, 2017, pp. 2203 – 2210) هدفت

هذه الدراسة إلى تحليل مستوى الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحديد محددات الابتكار ومساهمتها في تطوير سلاسل القيمة، حيث تصف نموذجا اصطناعيا مقترحا للابتكار يتضمن مستوى التحليل الابتكاري الذي تمثله الشركات من مختلف الأحجام والصناعات في مختلف أنحاء العالم، يؤدي التحليل إلى استنتاج مفاده أن مستوى ابتكار الشركات البولندية منخفض إلى معتدل أي أنه يحتاج إلى المزيد من الدعم، تدعو الدراسة إلى ضرورة تعزيز الابتكار من خلال التعاون والمهارات وتدفق الكفاءات بين الشركات حيث تسعى جاهدة إلى تطوير منصة لتكنولوجيا المعلومات تدعم المعارف الابتكارية ونقل المصاعب والتحديات واستيعابها.

دراسة (Vnoučková, 2018, pp. 27-43) التي تبحث في معايير الإبداع والابتكار في

المشاريع الناشئة وتنظيم المشاريع الابتكارية، تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحديد مناهج ومقاربات الابتكار في مجال المقاولات المبتكرة باعتبار أن الابتكار والتنمية أحد أهم مصار الميزات التنافسية بالنسبة للمؤسسات، وتطور الورقة معايير النجاح الحالية للشركات الناشئة بناء على البحث النوعي الذي تم إجراؤه مع قادة الشركات الناشئة باستخدام الاستبيان الذي وزع على عينة من الموظفين في بعض من الشركات في الجمهورية التشيكية، توصلت الدراسة إلى أن معايير نجاح الشركات الناشئة هي: استخدام التعليم والتدريب، المعرفة بإدارة المشاريع، الاهتمام الشخصي بتنفيذ المشاريع وكفاءة الحلول المطروحة.

ودراسة (Boyoung.k & Hyojin.K 1& Youngok.J, 2018, pp. 1-15) هي الأخرى

تناولت عوامل النجاح الحاسمة لتصميم أعمال مشروع بدأ لتوه حيث فتحت الاتجاهات الأخيرة للشركات الناشئة نوافذ جديدة للفرص أمام الصغار وغير المختصين فتتمو بذلك المؤسسات الناشئة بسرعة في المجتمع الحديث تلبية لاحتياجات المستهلكين من خلال تطوير منتجات وخدمات مبتكرة، والتي لخصتها في أربعة عوامل اعتمادا على رأي 24 خبيرا 12 منهم من شركات ناشئة تعتمد على التصميم و12 من شركات ناشئة تعتمد على التكنولوجيا وهي: "ريادة الأعمال، الابتكار، التكنولوجيا، الاقتصاديات" توصلت

إلى نتائج مهمة مفادها أن تسويق الفكرة الذي يندرج ضمن معيار الابتكار يعدّ من أهم عوامل نجاح تصميم أعمال المؤسسة الناشئة.

دراسة (صافي، 2021، الصفحات 269-301) تهدف هذه الورقة إلى إبراز مساهمة الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية وتطوير المؤسسات الناشئة في ظل الظروف الاقتصادية غير المستقرة وشدة المنافسة، وذلك باتباع المنهج الوصفي التحليلي، تشير الدراسة إلى أن الحكومات أصبحت ملزمة بجعل الابتكار كخيار استراتيجي بهدف تعظيم البحث والتطوير في المؤسسات الناشئة وبالتالي تطوير العمليات الابتكارية في مجال الخدمات والإنتاج، تبين من خلال هذه الدراسة أن الابتكار عامل مهم للتطور بالنسبة للمؤسسات الناشئة والأمر يتطلب معرفة العوامل المشجعة عليه، وتوصي بإنشاء شبكة الخدمات المعلوماتية للمؤسسات الناشئة والتي توفر كل المعلومات لأصحاب هذه المؤسسات لتستطيع تحقيق الربح والنمو.

دراسة (ليتييم، 2022، الصفحات 124-134) تهدف الباحثة من خلال هذه الورقة البحثية إلى دراسة مقومات نجاح المؤسسات الناشئة وتحولها إلى مؤسسات لها وزن في عملية التنمية الاقتصادية وذلك باتباع المنهج الوصفي، حيث قسمت مقومات النجاح إلى قسمين وهي المقومات الخاصة بمسيري الشركات الناشئة وتلك الخاصة بتسيير الشركات الناشئة وبعملها، توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن الابتكار والابداع تعدّ من أهم مقومات النجاح فالصمود أمام المنافسة لا يكون إلا عن طريق الإبداع والتجديد لتقديم منتجات جديدة تختلف عن ما يقدمه المنافسون.

دراسة (بنوجعفر، شالا، طبوش، 2021، الصفحات 90-107) تهدف الدراسة إلى التعريف بالمؤسسات الناشئة وأهم المفاهيم الخاصة بها وإبراز دورها الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية، كما تعرض مجموعة من التجارب الرائدة في هذا المجال عربيا للاستفادة منها وأخذ الدروس منها، وتوصلت في الأخير إلى نتائج مهمة من بينها أن الجزائر مازالت تعاني من نقص الأعمال الرائدة حيث أن أغلبها لا يلبي احتياجات السوق ولا يخرج عن مجال التسويق الإلكتروني، وتوصي بضرورة تقديم التدريب للشباب المقاول وتقديم التمويل الكافي ودعم إنشاء حاضنات الأعمال.

من خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة توصلنا إلى الدراسة الحالية التي يتم فيها الربط بين كل من الابتكار والمؤسسات الناشئة في محاولة لتقديم حلول لمسيري هذه المؤسسات ترشدهم وتدفع بهم نحو النمو والتوسع من خلال إلقاء الضوء على أهمية عملية الابتكار ومساهمتها الفعالة في نجاح المؤسسات الناشئة وعرض نماذج دولية ناجحة بغية الاستفادة منها لتطبيقها في الجزائر.

3. الأطر النظرية للابتكار والمؤسسات الناشئة:

سنتناول في هذا المحور المفاهيم المتعلقة بكل من الابتكار والمؤسسات الناشئة حيث سنقدم تعريفا للابتكار وأهم تصنيفاته كما سنتعرض إلى مختلف جوانب المؤسسات الناشئة والتي تهمنا في الدراسة.

1.1.3. الابتكار

كثيرا ما يتم الخلط بين مصطلحي الإبداع "Creativity" والابتكار "Innovation" فالإبداع يشير إلى توليد الأفكار ويشير الابتكار إلى المرحلة اللاحقة من تنفيذ الأفكار نحو إجراءات أو ممارسات أو منتجات أفضل. (Anderson, Potočnik, Zhou, 2014, p. 1298)

1.1.3. تعريف الابتكار

يتبنى المؤلفون مصطلحات عديدة مثل: "الاختراع"، "الاكتشاف"، "الحدثة" للدلالة على نفس المفهوم وهو "الابتكار"، بحيث يشير الاكتشاف إلى اكتشاف شيء مجهول أو غير معروف ولكنه موجود مسبقا، أما الاختراع يشير إلى اختراع شيء جديد من الصفر أي لم يكن له وجود من قبل، أما الحدثة فتكون متناقضة نوعا ما مع التقاليد الحالية، فبالرجوع إلى (Joseph Shumpeter (1934) فالاكتشاف هو إدراك المورد الجديد بالنسبة للمؤسسة أما الابتكار فهو دمج هذا المورد في السلعة الموجهة للسوق (Durieux, 1997, p. 9).

كما يمكن النظر إلى الابتكار على أنه يحتوي على ثلاثة عناصر متميزة ومتراصة هي: المدخلات أو الموارد مثل الأشخاص والمال، والتي يتم تعديتها في عمليات تعمل على تحويل المدخلات، والنواتج أو النتائج النهائية (المخرجات) التي تشمل العوائد النقدية والفوائد غير المباشرة مثل العلامة التجارية الأقوى والمعرفة المكتسبة التي يمكن تطبيقها على العروض والأغراض الأخرى، حيث يمكن وينبغي قياس جميع المكونات الثلاثة (Szłapkaa, Stachowiakb, Batzc,Fertsch, 2017, p. 2204)، نلاحظ أنه لم يتم تبني مفهوم موحد للابتكار من قبل الباحثين لذا يمكن تصنيف تعريفات الابتكار كما هو موضح في الملحق 1.

من خلال ما سبق يمكن أن نقدم تعريفا للابتكار على أنه عملية تنطلق من فكرة إبداعية جديدة يتم تنفيذها على أرض الواقع، يمكن أن ينتج عنها منتجات أو خدمات تدخل إلى السوق أول مرة أو أساليب جديدة للإنتاج أو اختراعات مطبقة والتي تندرج ضمن أهم مؤشرات قياس الابتكار، ويظهر الابتكار كظاهرة معقدة تنقسم على ثلاث مستويات هي: على المستوى الفردي (إبداع الموظفين) والمستوى التنظيمي أين يتم اتباع أساليب وعمليات إدارية مناسبة لها القدرة على إشراك وتوجيه الموارد اللازمة للعملية الابتكارية.

2.1.3. أنواع الابتكار

مهما كان نوع الشركة صغيرة أو كبيرة، ذات خبرة أو مبتدئة لا بد لها من اكتشاف الابتكار وتطبيقه حسب ما يتناسب مع إمكانياتها وحجمها وذلك من أجل اقتناص الفرص الموجودة في السوق ساعية بذلك إلى خلق قيمة تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في بيئة الأعمال شديدة المنافسة، وهذا ما تسمح به هذه الأصناف المتميزة للابتكار وهي: (Doyle, 2020):

-**الابتكار التدريجي Incremental Innovation**: من أجل أن توسع الشركة من حصتها السوقية وتحصل على قيمة أكبر في سوق قائمة فعلا، لابد أن تركز على الابتكار التدريجي القائم على تقليل العيوب في المنتجات أو الخدمات المقدمة وتحسين الأداء بشكل مستمر فعلى سبيل المثال تقوم بتوسيع خطوط الإنتاج، خفض التكاليف، هذا النوع من الابتكار يحدث على المدى القصير ولا يحتاج مبالغ ضخمة أو تكنولوجيات عالية.

-**الابتكار المعماري Architectural Innovation**: يعبر هذا النوع من الابتكار على تغيير التصميم العام لمنتج ما من خلال تفكيك مكوناته الحالية وإعادة دمجها بطريقة مبدعة وفريدة يحدث هذا الابتكار على المدى القصير إلى المتوسط.

-**الابتكار الهدام Disruptive Innovation**: يحدث هذا النوع من الابتكار في حالة نشوء تكنولوجيات جديدة فيتم استغلالها لتوفير بدائل أكثر كفاءة من ما هو موجود في السوق فعليا ويطبق هذا الابتكار لخدمة الاحتياجات المتطورة لقاعدة المستهلكين مما يخلق قيمة جديدة تماما يستغرق حدوثه من المدى متوسط إلى المدى الطويل.

-**الابتكار الجذري Radical Innovation**: هنا تقوم الشركة بتطبيق تكنولوجيات جديدة تماما لإنتاج منتجات أو خدمات جديدة كليا في أسواق جديدة لم تكن موجودة من قبل، يحتاج هذا النوع من الابتكار إلى مبالغ استثمارية ضخمة وتكنولوجيات جد عالية ويستغرق حدوثه مدى طويل.

3.1.3. المؤشرات العالمية للابتكار

انطلاقا من كون الابتكار يلعب دورا رئيسا في التنمية، ونظرا لأهميته لابد أن يمتلك صناع السياسات القدرة على قياس نتائجه وتقييمها ولامتلاك هذه القدرة، سيحتاجون إلى مؤشرات ابتكار تتجاوز المقاييس التقليدية للمدخلات، مثل مستوى تمويل البحوث والتطوير ويلزم أن تتوفر المؤشرات لدعم عملية وضع السياسات باعتبارها عملية مستمرة (مطاوع، أبا الخيل، توكل السيد ابراهيم، 2017، صفحة 8).

ولهذا الغرض تم استحداث مؤشر الابتكار العالمي GII وهو "مؤشر مركب يقيس الابتكار عبر مدخلاته ومخرجاته وتقاس مدخلات الابتكار بناء على المؤسسات القوية العاملة والبنية التحتية وتطور الأسواق والأعمال التجارية، أما مخرجاته فتقاس بناء على مخرجات المعرفة والإبداع والتكنولوجيا" (رؤية الإمارات، 2021)، حيث اشتركت في وضعه جامعة كورنيل، والمعهد الأوروبي لإدارة الأعمال INSEAD، والمنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO، ويشتمل على نحو 80 مؤشرا تفصيليا لمكونات بيئة الابتكار والإبداع، من حيث مدخلاتها ونواتجها (مطاوع، أبا الخيل، توكل السيد ابراهيم، 2017، صفحة 9).

2.3. المؤسسات الناشئة Start-ups

1.2.3 تعريف المؤسسات الناشئة

يمكن إرجاع أصل المؤسسات الناشئة إلى السبعينات، عندما بدأت الشركات الصغيرة والمرنة والمبتكرة للغاية في الظهور في البلدان المتقدمة، مما أحدث ثورة في السوق التقليدية للسلع والخدمات وإدارة المنظمات (Skawinska.E and Zalewski.R.I, 2020, p. 1)، وتعرف المؤسسة الناشئة عموماً بأنها "شركة جديدة يبدؤها رواد الأعمال من خلال الجمع بين الأعمال والأفكار والموارد" ويعرفها Blank بأنها "منظمة مؤقتة مصممة للبحث عن نموذج أعمال قابل للتكرار والتطوير" أما Reis أوضح بأن الشركة الناشئة هي "منظمة تم إطلاقها لإنشاء منتجات أو خدمات جديدة في حالة شديدة من حالة عدم اليقين" (Boyoung.k & Hyojin.K 1& Youngok.J, 2018, p. 2)

وحسب القاموس الانجليزي تعرف المؤسسات الناشئة START-UP على "أنها مشروع صغير بدأ لتوه وهي كلمة تتكون من جزأين "Start" بمعنى الانطلاق و "Up" وهو ما يشير إلى فكرة النمو القوي"، وبدأ استخدام مصطلح بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال مخاطر (Risque-Capital)، وفي أيامنا الحالية يعرفها القاموس الفرنسي La Rousse على أنها "مؤسسات شابة مبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة" (منهوم، 2020، صفحة 79).

يمكن إذاً أن نعرف المؤسسات الناشئة بأنها فكرة مبدعة تبلورت في ذهن شخص معين له طموح وإرادة لجعلها تتجسد على أرض الواقع، تتميز بحالة من عدم اليقين والمخاطرة العالية ويكونها مرحلة مؤقتة قابلة للتوسع والتطور.

2.2.3. مقومات نجاح المؤسسات الناشئة:

للمؤسسات الناشئة عدة عوامل تدعم نجاحها إلا أن أبرزها يتمثل في تلك المقومات المتعلقة بمسيري المؤسسات الناشئة، وتلك المتعلقة بتسيير عملها والتي سنذكرها اختصاراً في الجدولين التاليين:
-المقومات المتعلقة بمسيري المؤسسات الناشئة: تتعلق هذه المقومات بالصفات الشخصية لأصحاب المشاريع والمؤسسات الناشئة والتي يمكن اختصارها في الجدول التالي:

الجدول 1: المقومات المتعلقة بمسيري المؤسسات الناشئة

الخصائص الشخصية لمسيري المؤسسات الناشئة	الابتكار الأخضر والمؤسسات الناشئة
تتمثل في: الحاجة إلى الإنجاز، المخاطرة، المبادرة، الابتكار، تقبل الفشل، التحدي بالإضافة إلى امتلاك مهارات إدارية، اجتماعية، شخصية، ومقاولاتية، بالنسبة للجزائر قد أخفقت سياستها نوعاً ما في تنمية المقاول المبدع، المبتكر، الفعال بحيث يفنقر إلى تلك المهارات والكفاءات	يعدّ الإبداع والابتكار أحد أهم مقومات نجاح المؤسسات الناشئة حيث يتجسد الإبداع في توليد الأفكار التي ينتج عنها الاستغلال التجاري الناجح للأفكار الجديدة، فلا يمكن الصمود أمام المنافسة إلا عن طريق الإبداع والتجديد والأصالة من أجل تقديم منتج جديد مختلف عن ماهو

المتعلقة بالرؤية الاستراتيجية ونمط التسيير وشبكة علاقات الأعمال التي تسمح بإيجاد المشاريع الإبداعية وغيرها من المهارات.	موجود في السوق وكذا يتوافق مع رغبات وأذواق الزبائن.
---	---

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على (البيتم نادية، 2022، الصفحات 127-129).

-المقومات المتعلقة بتسيير المؤسسات الناشئة وبعملها: ترتبط هذه المؤشرات بكيفية تسيير وعمل المؤسسات الناشئة والتي نذكرها في النقاط التالية:

الجدول 2: المقومات المتعلقة بتسيير المؤسسات الناشئة وبعملها

تمويل المؤسسات الناشئة	المرافقة وأجهزة دعم الشركات الناشئة
لطالما كان تمويل المؤسسات الناشئة من أكبر العوائق التي تواجهها، بالنسبة للجزائر فهي توفر صيغ تمويل تقليدية: الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الصندوق الوطني للتأمين على البطالة، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر إلا أن هذه الصيغ لا تتناسب مع المؤسسات الناشئة فرغم إنشاء صندوق تمويل المؤسسات الناشئة سنة 2021 إلا أنه بمثابة حل مؤقت فقط.	تأخذ عدة أشكال كالإرشاد، التدريب والمشتلات والحاضنات وتعتبر هذه الأخيرة من أهم وسائل دعم المؤسسات الناشئة والتي أثبتت نجاعتها في احتضان العديد من المشاريع الناشئة المبتكرة واستمرارية نشاطها لأكثر من ثلاث سنوات.

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على (البيتم نادية، 2022، الصفحات 129-130).

3.3. أهمية الابتكار في نجاح المؤسسات الناشئة وأهم التحديات التي تواجهها:

في ظل ما يشهده العالم من تغيرات وتسارع التكنولوجيا وتطورها أصبح من الضروري على المؤسسات عموما والناشئة خصوصا مواكبة التطورات في مجالي الإبداع والابتكار وزيادة الوعي بما يتعلق بوظيفتي البحث والتطوير وتشجيع الأفراد المبدعين على طرح المزيد من الأفكار الإبداعية والعمل على تجسيدها سعيا لتحقيق النمو والوصول إلى الريادة .

1.3.3. أهمية عملية الابتكار في نجاح المؤسسات الناشئة:

تواجه المؤسسات الناشئة العديد من العقبات التي تهدد استمرارية نشاطها، فتجد نفسها بالأخير مجبرة على تبني مبدأ التغيير والتكيف مع التطورات الحاصلة في مجال الإبداع والابتكار لاغتنام الفرص وإيجاد البدائل والحلول فيصبح بذلك الاهتمام بالإبداع والابتكار أمر حتمي لتحسين أداء المؤسسات الناشئة (صافي، 2021، صفحة 286)، فالابتكار مهم للغاية لأنه الطريقة الوحيدة للتميز التنافسي واستمرارية المؤسسة ترتبط بالممارسة الحالية للابتكار، حيث تتمثل ميزات وفوائد الابتكار حسب موقع THE ITFACTORY في مايلي:

- **الميزة التنافسية:** يوفر الابتكار ميزة تنافسية للمؤسسة الناشئة ويساعدها على أن تصبح رائدة في السوق التي تعمل فيها؛

- **زيادة الكفاءة والإنتاجية:** يسمح الابتكار للمؤسسة بالنمو وفقا للطلب بزيادة الكفاءة والإنتاجية، بعبارة أخرى مع تركيز رجل الأعمال على إيجاد حلول جديدة دائما أو تحسين الحلول الحالية سيجد في النهاية أنه من الأسهل حل المشكلات ومواجهة التحديات بعقل أكثر تنظيما وبالتالي يكون العمل أكثر كفاءة وإنتاجية.

- **المنافسة مع الشركات الكبيرة:** فبمجرد وجود فكرة مبتكرة جديدة في السوق تمثل تهديدا للمؤسسات الكبيرة وتخلق جوا من التوتر في بيئة العمل.

فنظرا لأهمية العملية الابتكارية في نجاح المؤسسات الناشئة ولما لها من فوائد لتعزيز ودعم القدرة التنافسية للمؤسسة فلا بد من أن ترتكز على بنية رصينة وقاعدة أساسية للابتكار وذلك انطلاقا من جودة العنصر البشري أي أن يكون مؤهلا وذا تفكير إبداعي مفيد يسمح بإنتاج العديد من الأفكار في صالح المؤسسة وتقدمها وكذا درجة وعيه بمجريات التغيرات البيئية والتكنولوجية، من جهة أخرى فنجاح المؤسسة الناشئة أيضا يعتمد على الأساليب التي تتبعها مع موظفيها من بينها أسلوب حل المشكلات ومشاركة المعارف ونقلها والثقافة التنظيمية المبنية على تشجيع الإنتاج المعرفي وأخيرا مرونتها في التعامل مع مختلف التغيرات المحلية والعالمية. (صافي، 2021، صفحة 274).

2.3.3. التحديات الجديدة التي تواجه المؤسسات الناشئة في مجال الابتكار:

في ظل المنافسة الشديدة التي تسود عالم الأعمال اليوم ومع إنبثاق الإقتصاد القائم على المعرفة فإن ثمة تحديات كبيرة تواجه الشركات في مجال الابتكار، يتمثل أهمها في عدم دراية المختصين أنفسهم عن مجريات الأحداث في المستقبل القريب، التحدي الثاني يتمثل في أن الابتكار عبارة عن صندوق أسود لا نعرف شيئا داخله وهذا ما يزيد من عامل المخاطرة، التحدي الثالث يتمثل في المعرفة بحد ذاتها ففي ظل حماية الابتكار لا بد وأن تكون المعرفة ضمنية حتى لا يتم تقليدها أو سرقتها، التحدي الرابع هو أنه مع الأعمال الإلكترونية التي لا تتطلب إستثمارات ضخمة فإن الشركات الصغيرة أصبحت قادرة على الدخول بابتكارات جديدة مهددة بذلك الشركات العملاقة (عبود، 2009، صفحة 13).

أما بالنسبة للتحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر نجد: (بوالشعور، 2018، صفحة

429)

- حداثة فكرة المؤسسات الناشئة في الجزائر؛

- ضعف المورد البشري وعدم تأهيله خاصة فيما يتعلق بنقص الأفكار الإبداعية والمبتكرة؛

- ضعف التمويل ونقص رأس المال المغامر للاستثمار؛

- ضعف الإنفاق الحكومي على البحث العلمي وانفصال الجامعة ومراكز البحث عن أرض الواقع؛

- التخلف التقني؛

- عدم مطابقة المعايير الدولية مما يجعل من المنتج الجزائري عاجزا عن دخول أسواق كبرى نظرا لضعف تنافسيته.

أي أنه لا يمكن النجاح في مجال إنشاء المؤسسات الناشئة والمشاريع المبتكرة إلا في حالة بذل جهود كبيرة لمواجهة هذه التحديات والتحرر من القيود التي تحكمها من خلال تدريب العنصر البشري وتأهيله وتحفيزه على البحث لإيجاد أفكار جديدة مبتكرة باعتباره أهم عامل، ثم العمل على توفير الموارد المادية والتمويل التي تحتاجه هذه المؤسسات للانطلاق من خلال دعم إنشاء حاضنات ومسرعات الأعمال، ومحاولة الحصول على التكنولوجيات الحديثة العالمية والتأقلم معها والاستفادة من التجارب الدولية الناجحة في هذا المجال ومحاولة إسقاطها على الجزائر.

4. تجارب دولية ناجحة في مجال الابتكار في المؤسسات الناشئة:

في هذا المحور سنتطرق إلى بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال الابتكار في المؤسسات الناشئة وكيف تساهم الدول والحكومات في تشجيع ودعم ظهور هذه المؤسسات لما لها من دور مهم في تحقيق التنمية المستدامة، وقد أخذنا عينة من المؤسسات الناشئة الأفريقية (تونس، مصر، غانا، رواندا، منطقة الشرق الأوسط، نيجيريا، جنوب وشرق إفريقيا) ومؤسسات ناشئة عالمية في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها كما ألقينا الضوء على التجربة الجزائرية في هذا المجال على الرغم من أن المؤسسات الناشئة حديثة العهد بالنسبة إليها.

1.4. عرض بعض التجارب الناجحة في إفريقيا:

في هذا العنصر سنختصر بعض التجارب الناشئة الناجحة في مناطق مختلفة من إفريقيا الشمالية الوسطى والجنوبية كما هو مبين في الملحق 2، والذي نلاحظ من خلاله أن هذه المؤسسات قائمة على أفكار مبدعة ومبتكرة تعتمد بالدرجة الأولى على شبكة الانترنت مواكبة بذلك التطورات التكنولوجية التي تحيط ببيئة الأعمال اليوم، كما أنها تسعى لتوسيع أعمالها في أسواق جديدة وتوظيف المزيد من العمال فهي بذلك تساهم في عملية التنمية وزيادة معدلات التشغيل للحد من البطالة، كما نلاحظ أن هذه المؤسسات غالبا ما تنضم إلى مسرعات أعمال لتحصل على التمويل الكافي الذي يجعلها تتطرق في عالم الأعمال ولم لا تصبح رائدة في مجالها، مما يجعلنا نستنتج أن هذه الدول تشجع ظهور المؤسسات الناشئة وتوفر لها كل السبل والوسائل والدعم المالي والحكومي من خلال التشريعات القانونية المختلفة.

2.4. عرض بعض التجارب العالمية الناجحة:

سنتطرق في هذا العنصر إلى بعض التجارب العالمية الناجحة في مجال الابتكار في المؤسسات الناشئة الميمنة في الملحق 3، لاقت هذه المؤسسات نجاحا مبهرًا في عالم الأعمال واشتهرت بفضل أفكارها المبتكرة وسهولة استخدامها مما يجذب المزيد من الأفراد على الإقبال عليها وخاصة أنها تسهل عليهم

القيام بمهامهم الخاصة بالعمل أو على الصعيد الشخصي نظرا لاعتمادها على التكنولوجيات الحديثة ومواكبتها للتطورات الحاصلة في السنوات الأخيرة، ويعبر SR Square عن مؤشر ما بين 0 و 100.000 يعكس أهمية المؤسسة الناشئة على مستوى شبكة الانترنت وتأثيرها الاجتماعي، أي كلما زاد استخدام الناس لها وإعجابهم بها زادت أهميتها، ونلاحظ من الجدول أنه كلما كانت قديمة كلما كان المؤشر ذو قيمة أكبر وهذا يعني أنها حافظت على مكانتها وانجذب لها زبائن أكثر كما هو الحال في مؤسسة Tilda Publishing.

3.4. عرض التجربة الجزائرية في مجال الابتكار في المؤسسات الناشئة:

بالنسبة للجزائر تعتبر المؤسسات الناشئة حديثة العهد ولا تمتلك فيها تجارب كبيرة إلا أنها تسعى جاهدة في السنوات الأخيرة إلى تشجيع ظهور مثل هذه المؤسسات من خلال النصوص القانونية والتشريعات المتعلقة بكيفيات إنشائها إلى غاية حصولها على التمويل الكافي لانطلاقها، كما أنها تحت الشباب على الإبداع والابتكار خصوصا خريجي الجامعات من خلال إنشاء دور للمقاولاتية لتحفيزهم وتنمية الفكر المقاولاتي لديهم، فقد جاء في ملخص تصريحات رئيس الجمهورية خلال الملتقى السنوي للمؤسسات الناشئة ما يلي (الجزائر دايلي، 2020):

- يعلن رئيس الجمهورية عن انطلاق صندوق تمويل المؤسسات الناشئة؛
- تتحمل الدولة كافة المخاطر في حالة فشل المشاريع الناشئة بعد التدقيق في وضعيتها؛
- تجسيد المشاريع والابتكارات يبدأ بمجرد تصريح لدى الإدارة المعنية؛
- إعفاءات ضريبية جديدة لفائدة المؤسسات الناشئة وتسهيلات لإنشاء الحاضنات والمسرعات؛
- تمويل المشاريع يكون في فترة قصيرة؛
- اعتبر رئيس الجمهورية أصحاب المشاريع الناشئة الركيزة الأساسية لاقتصاد المعرفة ومشاريعهم تحمل مردودية واسعة.

على الرغم من أن الجزائر بلد متأخر نوعا ما في عالم التكنولوجيا إلا أن الشباب له طموح في تحقيق أفكاره الإبداعية، حيث حاولنا عرض مجموعة من المؤسسات الناشئة الجزائرية لسنة 2022/2021 مبينة في (انظر الملحق 4)، حيث نلاحظ أن معظم المؤسسات الناشئة الجزائرية تنشط أكثر في قطاع التسويق الإلكتروني، لذا تعتبر التجربة الجزائرية في مجال المؤسسات الناشئة تجربة جد محتشمة ولا زالت في بداياتها تحتاج إلى دعم أكثر من قبل الحكومة الجزائرية خاصة فيما يتعلق بتوفير سبل الوصول إلى التكنولوجيات العالمية.

- الاستراتيجية الجزائرية لدعم إنشاء المشاريع الناشئة:

قامت الجزائر وفقا لتصريحات رئيس الجمهورية المذكورة آنفا بإنشاء الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة لتمكين أصحاب المشاريع من تفادي الإجراءات البيروقراطية البنكية تسهلا لإجراءات الحصول على التمويل وتوفير الدعم لانطلاق هذه المؤسسات ويتم تمويل هذا الصندوق عن طريق وزارة المؤسسات الناشئة و6 بنوك عمومية، ويبقى المجال مفتوحا أمام القطاع الخاص لتقديم الدعم، وكذلك الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب التي وجدت لغرض مرافقة الشباب ذوي المشاريع قصد إحداث أنشطة إنتاجية أو خدماتية من شأنها توفير المزيد من مناصب الشغل (بورويصة، 2022، الصفحات 84-85).

وفقا لبيانات موقع Startup Ranking بلغ عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر 115 مؤسسة لسنة 2022 بعدما كانت 87 مؤسسة ناشئة سنة 2021 و 41 مؤسسة سنة 2020 نلاحظ أنها في تزايد وهذا ما يثبت نجاعة استراتيجية الجزائر لدعم إنشاء المؤسسات الناشئة.

5. خاتمة

نظرا لما يحيط ببيئة الأعمال من عوامل بيئية شديدة التغير والتقلب خصوصا في مجال التكنولوجيا يصبح الاعتماد على المعرفة أمرا ضروريا، فالمؤسسات اليوم على اختلاف طبيعتها وأحجامها بحاجة ماسة إلى استراتيجيات قائمة على المعرفة أهمها الإبداع والابتكار.

من خلال ماتم عرضه في الدراسة فقد توصلنا إلى النتائج التالية:

- تساهم عملية الابتكار بشكل مباشر وفعال على نجاح المؤسسات الناشئة.
- تطوير الموارد البشرية يعتبر من أهم معايير نجاح المؤسسات الناشئة وذلك باستخدام التعليم والتدريب وتنمية المعارف بخصوص إدارة المشاريع.
- للابتكار مؤشرات عالمية تستخدم لقياسه أشهرها مؤشر GII وهو مؤشر مركب من العديد من المؤشرات التفصيلية التي تقيس الابتكار بناء على مدخلاته ومخرجاته.
- كلما كان للمؤسسة القدرة على تحويل مدخلات الابتكار إلى مخرجات كلما زادت حظوظها في البقاء والاستمرار.
- تتمثل مقومات نجاح المؤسسات الناشئة بالدرجة الأولى في الصفات الشخصية لمسيرى المؤسسات الناشئة، الابتكار الأخضر ثم تليها المقومات المتعلقة بسير المؤسسات الناشئة وبعملها.
- التجارب الدولية الناجحة المعروضة تؤكد على أهمية توفر المورد المالي فعدم حصولها على التمويل سيقف عائقا أمام نجاحها، بالنسبة للجزائر فهي مؤخرا أبدت اهتمامها بمجال المؤسسات الناشئة من خلال الوقوف على وضع القوانين التي تساهم في تسهيل إجراءات إنشائها وتمويلها بواسطة صندوق تمويل المؤسسات الناشئة.

التوصيات: توصي الدراسة بـ :

- ضرورة انتهاج الفكر الإبداعي لأصحاب المؤسسات الناشئة؛
- قبول المخاطرة والتغيير كعوامل حاسمة للنجاح؛
- الاعتماد على المعرفة كمورد مهم ومصدر أساسي للميزة التنافسية؛
- تشجيع الابتكار والتأقلم مع مستجدات التكنولوجيا وتوفير برامج تدريب وتكوين لأصحاب المشاريع المبتكرة للتمكن من مختلف البرمجيات والإعلام الآلي للحصول على نتائج أسرع؛
- ضرورة اتباع الحكومة لاستراتيجيات مساعدة وداعمة لأصحاب المشاريع بما يعود بالفائدة على الاقتصاد ككل.

المراجع:

- Anderson, Potočnik, Zhou. (2014). “ Innovation and Creativity in Organizations:A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. ” *Journal of Management*, 40(5), 1297-1333. Doi:10.1177/0149206314527128
- Boyoung.k & Hyojin.K 1& Youngok.J. (2018).“Critical Success Factors of a Design Startup Business. ” *journal of sustainability*, 10(9), 1-15. Doi: 10.3390/su10092981
- Startup Ranking .(2022). “.Discover, rank and prospect startups worldwide”. Retrieved from [/https://www.startupranking.com](https://www.startupranking.com)
- Doyle, M. (july 20, 2020). “Four Types of Innovation in Business. ” Retrieved from The World We Create.net: <https://theworldwecreate.net/insights/four-types-of-innovation-in-business>
- Durieux, F. (1997). “*Management de l’Innovation : une approche Evolutionniste.* ” Université Paris-Dauphine, science de gestion, Paris.
- Matuska, Sokol . (2014). “*ATTRIBUTES OF MODERN ORGANIZATION Creativity – Knowledge – Innovation – Trust.* ” London: Sciemcee Publishing, London.
- Pereira, S. (n.d.). *The ITFactory*. Retrieved from Startup Knowledge Base: <https://www.the-itfactory.com/startup-knowledgebase/fr/article/importance-of-innovation/>
- Skawinska.E and Zalewski.R.I. (2020). Success Factors of Startups in the EU A Comparative Study. *Journal of sustainability*, 12, 1-28. Doi:10.3390/su12198200
- Szłapkaa, Stachowiakb, Batzc,Fertsch. (2017). The level of innovation in SMEs, the determinants of innovation and their contribution to development of value chains. 27th *International Conference on Flexible Automation and Intelligent Manufacturing* (pp. 2203 – 2210). Modena, Italy: Procedia Manufacturing.
- Vnoučková, L. (2018). Criteria of Innovativeness and Creativity in Start-Ups and Innovative Entrepreneurship. *QUALITY INNOVATION PROSPERITY*, 22(1), 27-43. Doi:10.12776/QIP.V22I1.1040

الجزائر دايلي. (3 أكتوبر، 2020). تم الاسترداد من ملخص تصريحات رئيس الجمهورية خلال الملتقى السنوي

للمؤسسات الناشئة: <https://edd-dz.net/35195.html>

بلقاسم منهوم. (2020). تقنية رأس المال المخاطر كأحد مقومات نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر - دراسة شركة Sofinance أنموذجا. مجمع أعمال الكتاب الجماعي حول: المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، 87-104.

- يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
بنوجعفر، شالا، طبوش . (2021). المؤسسات الناشئة في الجزائر: الواقع والتحديات -مع الإشارة إلى التجارب الرائدة في العالم العربي-. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 8(1)، 90-107.
- ترتيب أقوى الشركات الناشئة في الجزائر لنهاية لسنة 2021 - 2022. (2 ماي، 2022). تم الاسترداد من Teeqnya: <https://www.teeqnya.com/2021/12/2021-2022.html?m=1>
- رؤية الإمارات. (2021). تم الاسترداد من مؤشر الابتكار العالمي: <https://www.vision2021.ae>
- شريفة بالشعور. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups: دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 4(2)، 417-431.
- عبد القادر صافي. (2021). مساهمة الابتكار في تطوير وترقية المؤسسة الناشئة. مجلة المدبر، 8(1)، 269-301.
- مريم بورويصة. (2022). المؤسسات الناشئة كدعامة أساسية لبناء وتطوير اقتصاد المعرفة في الجزائر. مجلة قضايا معرفية، 2(2)، 77-94.
- مطواع، أبا الخيل، توكل السيد ابراهيم. (2017). تصور مقترح لتفعيل الابتكار والإبداع وريادة الأعمال. الجامعات ورؤية المستقبل ابتكار واستثمار (الصفحات 1-29). المملكة العربية السعودية: جامعة المجمعة.
- نادية لتييم. (2022). المؤسسات الناشئة: دراسة في مقومات النجاح. مجلة قضايا معرفية، 2(2)، 124-134.
- نجم عبود. (2009). المخاطرة الابتكارية في بيئة الأعمال المتغيرة. جامعة الزيتونة الأردنية، 1-21.

الملاحق

ملحق 1: تصنيفات مفهوم الابتكار

<p>ينظر للابتكار على أنه شيء جديد له تأثير اقتصادي مباشر وفقا لنهج جوزيف شومبيتر:</p> <ul style="list-style-type: none"> -إدخال شيء جديد لم يتعامل معه المستهلك من قبل. -إدخال أساليب إنتاج جديدة مثبتة عمليا في الصناعة. -فتح سوق جديد. -الحصول على مصادر جديدة للموارد الخام أو المنتجات شبه تامة بغض النظر إن كان المصدر موجود بالفعل أو لم يتم إنشاؤه بعد. 	<p>-الابتكار باعتباره شيء جديد:</p>
<p>الابتكار هو اختراع مطبق ولا يهم إن كان أصليا أو مقلدا فعادة ما يتم تسجيل الاختراعات في فهارس حكومية علنية يتم حمايتها بالقانون لحماية الممتلكات الفكرية للمخترع أو الشركة، كما يعتبر الاختراع المطبق أحد أهم مؤشرات الابتكار ويتفق مع هذا النهج كل من Jonsthor و Kotler و Seng.</p>	<p>-الابتكار باعتباره اختراع مطبق:</p>
<p>ينطوي الابتكار على ظواهر مرتبطة بوضوح بالتقدم فالابتكار يصاحب التقدم الاجتماعي لا إراديا كما أنه مسبب للتقدم، يكمن الفرق الرئيسي بين الابتكار والتقدم في أن الانعكاس الاقتصادي لعمليات الابتكار يجب أن</p>	<p>-الابتكار باعتباره تقدم:</p>

يقاس كميًا على مستوى الاقتصاد الجزئي في حين أن انعكاس عمليات التقدم على مختلف أنواعه تكون صعبة القياس على هذا المستوى بل قياسها يكون أفضل على مستوى الاقتصاد الكلي.	
يؤكد العديد من المؤلفين أن الابتكار يحتاج إلى أفكار إبداعية، ويمكن افتراض أن الإبداع هو القوة الدافعة وراء خلق المعرفة الجديدة وتوليد نواتج مبتكرة، ولكن من المهم أن يمثل الإبداع معرفة ضمنية وأن يستخدم بطريقة غامضة للغاية.	-الابتكار باعتباره إبداع:
الابتكار ظاهرة معقدة ويمكن إدراكها على ثلاث مستويات: -الابتكار على المستوى الفردي لسلوك الموظف (المستوى النفسي). -الابتكار على المستوى التنظيمي لإنتاجية الشركة (الاقتصاد الجزئي). -الابتكار على مستوى الاقتصاد الكلي للقدرة التنافسية الإقليمية. على الرغم من أن المستويات الثلاثة مترابطة إلا أن الأهمية الحاسمة للابتكار تكمن في المزج الذكي بين المستوى الفردي (الأصول العقلية للموظفين -الإبداع-) والمستوى التنظيمي (عمليات الإدارة المناسبة القادرة على توجيه الموارد التنظيمية اللازمة لاكتساب الابتكار).	-الابتكار باعتباره ابتكار:

المصدر: من إعداد الباحثتان بالاعتماد على: (Matuska, Sokol , 2014, pp. 73-77)

الملحق 02: تجارب ناشئة افريقية ناجحة

اسم المؤسسة الناشئة	سنة الإنشاء	البلد	المنتج/الخدمة التي تقدمها	شرح الفكرة الابتكارية القائمة عليها والتمويل المتحصل عليه
Lamma	2020	تونس	تقديم خدمات مشاركة السيارات	شاركت المؤسسة في مسرعة الأعمال Flat6Labs في مطلع عام 2021 وحصلت على التمويل من Orange Ventures في نهاية العام، تخطط الشركة للتوسع عالمياً، تسعى إلى توسيع أعمالها وتوظيف عمال أكثر.
Minly	2020	منطقة الشرق الأوسط	شراء رسائل فيديو شخصية المشاهير المفضلين لديهم	حققت نمواً كبيراً مع وجود 50 ألف مستخدم مسجل على المنصة، حصلت المؤسسة على تمويل أولي بمبلغ تجاوز 3,6 مليون دولار، تسعى الشركة إلى التوسع وتعيين موظفين

أكثر خلال عام 2022.				
أنهت الشركة عام 2021 بحصولها على تمويل تأسيسي بلغ مليون دولار أمريكي وطورت الشركة منصة لتبادل المعلومات الصحية باسم HealthTag تتيح للمرضى والمهنيين في مجال الرعاية الصحية الوصول بشكل آمن إلى السجلات الطبية المخزنة في قاعدة البيانات، حصلت الشركة على تمويل من Magic Fund، وAcuity Ventures، وLaunch Ventures Africa، وPlug and Play.	متخصصة في الصحة الالكترونية	مصر	2021	Bypa-ss
تربط المنصة بين الشركات الناشئة والمستثمرين مع أي شخص قادر على شراء أسهم في قائمة الشركات الناشئة بمبلغ يقل عن 10 دولار، حصلت على تمويل أولي من GreenHouse Capital .	منصة لتمويل المشاريع	نيجيريا	2021	GetEquity
تهدف الشركة إلى تبسيط التجارة عبر الحدود وتسريع نموها، أعلنت حصولها على تمويل أولي بلغ 3 مليون دولار.	تقديم حلول رقمية لمالكي البضائع	غانا	2018	Jetstream
تتيح هذه المنصة للمطورين خدمة ربط تطبيقاتهم بالحسابات المالية في غضون دقائق مما يسمح لمستخدميهم بمشاركة تاريخ معاملاتهم، تأكيد هوياتهم، أعلنت الشركة حصولها على 4 مليون دولار في جولة تمويل تأسيسي في فيفري 2021.	ربط التطبيقات بالحسابات المالية	جنوب افريقيا	2021	Stitch
تقدم المؤسسة خدمات تأمينية بهدف تمكين شركات الأعمال التجارية من عرض منتجات التأمين الرقمي بسهولة وسلاسة، انضمت إلى مسرعة الأعمال التكنولوجية المالية	تقديم خدمات تأمينية	شرق افريقيا	2018	Lami

1,8 catalyst fund وحصلت على تمويل مليون دولار في جولة تمويل أولي، تخطط الشركة للتوسع في أسواق جديدة وتعيين المزيد من الموظفين خلال عام 2022.				
يساعد البرنامج اللوجستي القائم على البيانات مقدمي خدمات الرعاية الصحية على إدارة مشترياتهم بشكل أفضل، حصلت الشركة على تمويل أولي عام 2021 لزيادة التوسع وخدمت أكثر من 400 عميل.	إدارة المشتريات بشكل أفضل	رواندا	2018	Viebeg

المصدر: من إعداد الباحثتان بالاعتماد على-<https://disrupt-africa.com/2022/01/14/12-african-startups-to-watch-in-2022> (Consulté le 12/09/2022)

الملحق 3: عرض بعض التجارب العالمية الناجحة

Sr square	سنة الإنشاء	البلد	اسم المؤسسة الناشئة ووصف خدمتها
35988	2017	بريطانيا	logikfx: تساعد الأشخاص على اكتساب الثقة في تعاملاتهم بالمحافظ الاستثمارية والتداولية.
11107	2020	سينغافورا	Forma: هو منشئ قوي لسير العمل يعطي تحكما كاملا للمستخدمين لبناء أي عملية يحتاجونها تسمح لهم بإنشاء قواعد بيانات فعالة بسهولة وتخزين المعلومات.
31329	2019	و.م.أ	EagleOwl: منصة لإدارة المطاعم قائمة على المعلومات المحوسبة، تساعد أصحاب المطاعم على تحسين أرباحهم النهائية بنسبة تصل إلى 20% حيث توفر رؤى قوية وقابلة للتنفيذ بشأن تخفيض التكاليف وتحسين الهامش والكثير من المزايا الأخرى
57282	2017	فرنسا	BailFacile: منصة لإدارة الإيجارات تستهدف الملاك المستقلين.
4005	2021	و.م.أ	Impossible Fitness: قاعدة بيانات شاملة للتمرينات والتدريبات.
22953	2020	و.م.أ	UBIAI: مهمتها هي وضع أدوات سهلة الاستخدام لمساعدة المطورين والشركات على تجربة أفكار التعلم

			الآلي بسرعة وتطبيقها على مشاكل العالم الحقيقي دون إضافة الوقت.
85699	2016	فرنسا	Tilda Publishing: تساعد في إنشاء مواقع ويب للأعمال التجارية ووسائل الإعلام، كما تمكن من إعداد مقالات وقصص مصورة
18871	2021	بريطانيا	BasketApp: هي منصة تسمح للمستخدمين بالتسوق عبر الانترنت بإضافة أي سلعة في سلة المشتريات مع إبقائهم على اطلاع مستمر بالأسعار.
15669	2021	و.م.أ	Weld AI: تطبيق مجاني يسمح باسترداد البيانات الخاصة بإعلاناتك بطريقة سهلة وسريعة وذلك فقط بتسجيل الدخول بحساب google.
27383	2021	اندونيسيا	AnakBisa: مؤسسة ناشئة توفر للأطفال دورات تدريبية مختلفة.

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على:

<https://www.startupranking.com/startup/new> Consulté le (10/10/2022)

ملحق 4: التجربة الجزائرية في مجال المؤسسات الناشئة

اسم المؤسسة الناشئة	الخدمة التي تقدمها
Siamois QCM	منصة مخصصة لطلبة الطب للتحضير للامتحانات بالاعتماد على المؤطرين في الميدان، يقدم الموقع خدماته على الكمبيوتر والهاتف.
سكوار Sekoir	يقدم الموقع خدمة تبادل العملات للأفراد الجزائريين ويوفر أدوات المصادقية والأمان في التعامل فهو يساعد على الشراء من خلال بائعين معتمدين أو لهم تقييم جيد وبالتالي فالموقع لا مكان فيه للمختلسين.
Batolis	موقع يساعد على التسوق اونلاين في الجزائر وهو المنافس رقم 1 للموقع الفرنسي jumia .
yassir	تطبيق يسير لتوفير خدمات التوصيل للأشخاص في سيارات الأجرة، بدأت الشركة مؤخرا في توسيع أعمالها خارج الجزائر: المغرب تونس فرنسا كندا وتتوسع خدماتها بدخول مجال توصيل الأكل والشراء عبر الانترنت.

موقع واعد للتسوق في الجزائر من مميزاته أنه يوفر خدمات الدفع عبر بطاقات الفيزا وكذلك التوصيل عبر مختلف الشركات المحلية والعالمية.	zawwali
شركة مالية جزائرية ناشئة رائدة في مجال الدفع الالكتروني والبنوك الالكترونية، توفر إمكانيات تحويل واستقبال الأموال من حسابات البنكية للفرد المستفيد، كما توفر خدمات مثل بطاقات الفيزا وماستر كارد والبطاقات الافتراضية.	Ubexpay
عبارة عن موقع يوفر فرص العمل من مختلف الشركات العالمية والمحلية في مختلف التخصصات تحمل شعار فرص لكل ويتمثل هدفها في ربط المواهب بالفرص المناسبة لها.	GlobalOpportunities
يوفر الموقع دروس وجلسات من طرف مجموعة من الأساتذة في تخصصات ومواد مختلفة.	Academiatouna
مجلة مختصة في ريادة الأعمال للطموحين لاقتناص الفرص للقيام بالتجارة أو القيام بتكوين شركات ناشئة أو مصغرة حيث يمدّهم بالأفكار المختلفة لذلك.	Lafirist
موقع يوفر خدمات المبيت وكراء الشقق.	Nbatou
موقع يوفر معلومات عن أطباء أخصائيين مع إمكانية حجز موعد أونلاين.	dzdoc
شركة التوصيل الصاعدة بقوة في الجزائر بسبب انتشارها في كل ولايات الوطن وخدماتها الاحترافية	Yalidine

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على <https://www.teeqnya.com/2021/12/2021->

(Consulté le 16/09/2022) [2022.html?m=1](https://www.teeqnya.com/2021/12/2021-2022.html?m=1)

"المؤسسات الناشئة ومدى مساهمتها في دعم البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة".

بطاهر بختة*

*جامعة ابن خلدون تيارت، bakhta_48@hotmail.fr

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تعريف بمؤسسات الناشئة ومدى مساهمتها في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة. فالمؤسسات الناشئة تبقى حديث الساعة نظرا لما حازت عليه من اهتمام من قبل الكثير من الباحثين في شتى المجالات، خاصة الاقتصاد ولما تقدمه من دعم لعجلة التنمية المختلفة خاصة منها المستدامة بأبعادها المتعددة. فقد حصلت المؤسسات الناشئة على دفعة قوية من قبل الحكومة لتحقيق التوازن بين أبعاد التنمية المستدامة المتداخلة فيما بينها خاصة البعد الاقتصادي ومدى تأثيرها على الاقتصاد لكل دولة.

كلمات مفتاحية: المؤسسات الناشئة؛ البعد الاقتصادي؛ التنمية المستدامة.

Abstract

This research aims to introduce emerging institutions and their contribution to achieving the economic dimension of sustainable development. Emerging institutions remain the talk of the hour due to the attention they have received from many researchers in various fields, especially the economy, and the support they provide for the different wheel of development, especially the sustainable one with its multiple dimensions. The emerging institutions received a strong push from the government to achieve a balance between the interrelated dimensions of sustainable development, especially the economic dimension, and the extent of its impact on the economy of each country.

Keywords: startups; economic dimension; sustainable development.

1. المقدمة

تعد المؤسسات الناشئة مفتاح اقتصاد أي بلد في ظل التغيرات الحاصلة في العالم نتيجة لازمة المنتشرة الناتجة عن الحروب والتغيرات الفيزيولوجية في بنية العديد من القطاعات، جعلت الباحثين يبحثون عن آليات جديدة تواكب هذه التغيرات التي انتشرت بسرعة البرق. فالمؤسسات الناشئة تعد رهانا وخيارا ممتازا لاقتصاد أي بلد لتعزيز عجلة تنميته المستدامة بمختلف أبعادها خاصة بعدها الاقتصادي. فالبرغم ما تحققة هذه المؤسسات إلا أنها اشتاحتها العديد من العقبات التي تجعلها في بعض الأحيان غير قادرة على مضي قدما وتحقيق المزيد من الايجابيات للاقتصاد ككل.

ومن خلال ما تم طرحه يمكن تحديد إشكالية التالية: "ما مدى مساهمة المؤسسات

الناشئة في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة؟"

الأسئلة الفرعية

- ماهو الإطار النظري للمؤسسات الناشئة؟
- ماهي مرتكزات التنمية المستدامة؟
- ماهو دور المؤسسات الناشئة في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة؟

الفرضيات

- المؤسسات الناشئة لم تساعد في بشكل مطلوب في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة.

المنهج المستخدم

للإجابة عن إشكالية الدراسة وبغية الإلمام بكافة الجوانب النظرية لمحاور، تم اعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم مع معطيات هذا البحث، الذي كان عبارة عن دراسة نظرية استشرافية لموضوع جد مهم وهو المؤسسات الناشئة ومدى دعمها للبعد الاقتصادي للتنمية المستدامة.

هيكل البحث

تم تقسيم هذا البحث إلى ثلاث محاور للإجابة على الإشكالية هذه الدراسة، المحور الأول ركز على الإطار النظري للمؤسسات الناشئة، والمحور الثاني اشتمل على مرتكزات التنمية المستدامة، والمحور الثالث ركز على دور المؤسسات الناشئة في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة.

2. الإطار النظري للمؤسسات الناشئة

تعد المؤسسات الناشئة من المؤسسات حديثة النشأة، والتي تسعى إلى خلق منتجات جديدة ومختلفة عن الموجودة في الأسواق حالياً، لتحقيق لها التميز وتجعلها في مكانة مرموقة.

1.2. دورة حياة المؤسسة الناشئة

تمر هذه المؤسسات بعدة مراحل أثناء نشأتها نذكر منها: (بوالشعور، 2018)

-المرحلة الأولى: وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد يطرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو حتى مجنونة، وخلال هذه المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيداً ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل. والبحث عن يمولاً، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.

-**المرحلة الثانية (مرحلة الانطلاق):** في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجهه المقاول في هذه المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها مادياً، وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف بـ (Friends, Family, Fools)، فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة م المصدر الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الحمقى وهم الأشخاص المستعدين للمقامرة بأموالهم إذا صح القول خاصة عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية.

-**المرحلة الثالثة (مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو):** يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هذه المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى الخارج مبتكره الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

-**المرحلة الرابعة (الانزلاق في الوادي):** وبالرغم من استمرار الممولين المغامرين بتمويل المشروع إلا أنه ستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة.

-**المرحلة الخامسة (تسلق المنحدر):** يستمر رائد الاعتمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ الشركة الناشئة بالنهوض من جيد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.

-**المرحلة السادسة (مرحلة النمو المرتفع):** في هذه المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختيار، وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى 30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

2.2. خصائص المؤسسات الناشئة

للمؤسسات الناشئة مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها وتميزها عن الأنواع الأخرى من المؤسسات، والتي وردت في مختلف التعاريف: (إسماعيل، 2020)

-**مؤسسة حديثة التكوين، شابة ومؤقتة:** معظم المؤسسات الناشئة نجدها في السوق التجريبية بحيث من المعروف أنها تبدأ كأفكار مفترضة من قبل صاحب المشروع، أي من عملية التفكير

الذي يؤدي إلى الخروج للعمل) قبل أن تسجل قانونيا (وبالتالي هي شابة وتكون لفترة معينة ثم تنتقل للتخرج "scale-up" لتصبح مؤسسة كبيرة أو تتعرض للفشل وتنتقل إلى فرصة أخرى .
-الابتكار: من مميزات المؤسسات الناشئة القدرة على الإبداع والابتكار والتطوير الدائم بحيث تكون لها القدرة على خلق منتج جديد أو تطوير منتج قدير بواصفات جديدة، بخدمة جديدة، وطريقة توريد جديدة وما إلى ذلك.

-القدرة العالية على النمو والتطور: أكثر صفة تشارك بها المؤسسات الناشئة هي القدرة على النمو واكتساح الأسواق وتحقيق إيرادات سريعة وكبيرة جدا مقارنة بتكاليف التأسيس والعمل وهي ما يشجع أصحاب الأموال على تمويلها، فهي مؤسسات تتطور سريعا ولها القدرة على توليد أرباح كبيرة جدا.

-الخطر: وهي العمل في ظل ظروف عدم التأكد الشديد لأنها تركز على الابتكار في سوق غير موجود وإن وُجد فهو غير مشبع وبالتالي صعوبة القيام بأبحاث السوق نظرا لقلّة المعلومات إذا تجد المؤسسات الناشئة نفسها تعمل في المجهول.

-التنوع السوقي: إن المؤسسات الناشئة فقد تألقت في مجال التقنية والتكنولوجيا فقد اتجهت نحو الأسواق الرقمية أما بانتشارها فهي حاليا تخرق أسواق تقليدية مثل الفلاحة والصناعة والتعليم وغيرهم.

-المجموعة: يقوم المقاول بتكوين فريق بهدف تخصيص الإمكانيات كل حسب مهارته في مجاله خاصة أن أغلب أصحاب المؤسسات الناشئة شباب جامعي أو خريج جامعات عادة ما تكون خبرته قليلة حيث يعملون على تحقيق التكامل بين أعضاء الفريق لإنجاح الفكرة وإطلاق مؤسستهم.

-التركيز على منتج /خدمة واحدة: في هذه الحالة يتم تركيز المقاول على الفكرة المبتكرة ويطورها حتى لا يشتت ذهنهم، من أجل الوصول للمطلوب كون التعامل مع الابتكار حساس ويتطلب الكثير من الجهد.

-رؤوس الأموال والمستثمرون: عادة ما يبدأ المقاول بالاعتماد على التمويل الذاتي أو من طرف الأصدقاء والعائلة لكن كل مؤسسة ناشئة تقوم في اقتصاد المعرفة نجدها تتجه نحو نوعين من المستثمرين خاصة: أصحاب رأس المال المخاطر وملائكة الأعمال

"business Angel" حيث يوفرون لها رؤوس أموال التي تسمح لها بالنمو والتطور.

من الشائع استخدام مصطلح "startup" بأوساط الأعمال الجزائرية حيث أصبح متداول على أنه مؤسسات صغيرة حديثة النشأة وما هذا إلا جزء من خصائص المؤسسات الناشئة، كما أصبح

مصطلح "Business Angel" متداول بأي وسط تمويلي والغرض منه أي نوع من الشراكة وهذا يتعارض مع ما هو معروف بأوساط المؤسسات الناشئة بالعالم عامة.

3.2. الإجراءات المتخذة في سبيل دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر

من أهم الإجراءات المتخذة في سبيل دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر نذكر منها: (بسويح، 2020)

-وضع إطار قانوني وتنظيمي ووظيفي لبدء العمل وكذلك لتحديد الطرق والوسائل لتقييم أدائها ووضع خارطة طريق لتمويلها، سيشمل هذا التمويل سوق الأسهم و رأس مال المخاطر؛

-إنشاء صندوق خاص بتمويل المؤسسات الناشئة بالتعاون مع البنوك العمومية؛

-مشروع إنشاء مجلس وطني للابتكار؛

-وضع خارطة طريق لتمويل هذا النوع من المؤسسات، بإشراك البورصة ورأس المال الاستثماري، وتحديد كيفية مساهمة المتغيرين، وتطبيق آليات إعفاء ضريبي " شبه كلي"، لتمكين الشباب من الإسهام بفعالية في فك ارتباط الاقتصاد الوطني بالمحروقات؛

-إنشاء " مدينة المؤسسات الناشئة"، التي ستكون بمثابة مركز تكنولوجي متعدد الخدمات، بجاذبية عالية، ما يسمح بتعزيز مكانة الجزائر كقطب إفريقي للإبداع والابتكار؛

-من جهة أخرى، تعمل الوزارة على وضع الأسس القانونية لمعاهد نقل التكنولوجيا، خلال الربع الأول من عام 2020، على أن تتطرق المرحلة التجريبية عبر جامعتين بإنشاء مركزين مختصين بالذكاء الصناعي وانترنت الأشياء التي تعمل بالتعاون مع الكفاءات الجزائرية بالخارج؛

-إصلاح معمق للنظام الجبائي وكل ما يتبعه من تنظيمات وتحفيزات جبائية لفائدة المؤسسات خاصة الناشئة والمؤسسات الصغيرة و المتوسطة؛

-قانون المالية لسنة 2020 جاء بتدابير وتحفيزات جبائية جديدة لفائدة أصحاب المؤسسات الناشئة، لاسيما التي تنشط في مجالات الابتكار والتكنولوجيات الجديدة وذلك من خلال إعفائها من الضريبة على الأرباح والرسم على القيمة المضافة، بهدف ضمان تطوير أدائها مما يسمح بتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة لبلادنا على المدى المتوسط.

كما تضمن القانون إعفاءات من الضرائب والرسوم الجمركية في مرحلة الاستغلال مع إقرار تسهيل وصول هذه المؤسسات إلى العقار لتوسعة مشاريعها الاستثمارية. قرار الإطلاق الرسمي للصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة، الذي يهدف إلى تمكين الشباب أصحاب المشاريع من تقادي البنوك والإجراءات البيروقراطية.

3. مرتكزات التنمية المستدامة

إن التنمية المستدامة دائما ما عبرت عن احتياجات الأجيال القادمة، وهذا ما جعلها تحاول دائما المحافظة على الموارد النادرة لأجل مستقبل الأفراد القادمة.

1.3. جوانب التنمية المستدامة وأهدافها

1.1.3. جوانب التنمية المستدامة

ومن التعاريف للتنمية المستدامة يركز على عدة الجوانب نذكر منها:

-**الجانب البيئي:** "Environmental side" يعرف التنمية المستدامة بأنها "استخدام الموارد الطبيعية المتجددة، بطريقة لا تؤدي إلى فنائها أو تدهورها أو تناقص قدراتها بالنسبة للأجيال المقبلة مع الحفاظ على رصيد ثابت غير متناقص من الموارد الطبيعية.

-**الجانب الاقتصادي:** "Economic side" " أن التنمية المستدامة" تركز على الإدارة المثلى للموارد للحصول على الحد الأقصى من منافع التنمية الاقتصادية شرط الحفاظ على نوعية الموارد واستخدام الموارد على أن لا يقلل من الدخل الحقيقي في المستقبل. كما وتعني بالنسبة للدول المتقدمة خفضا في مستوى استهلاك الطاقة والموارد، أما بالنسبة للدول النامية توظيف الموارد من اجل رفو مستوى معيشة المواطن والحد من الفقر وبشكل أشمل ضمان تنمية دخول الفرد في المستقبل ليس بأقل من الجيل الحالي.

- **الجانب التكنولوجي:** "Technological side" "عرف التنمية المستدامة بأنها " استخدام تكنولوجيا جديدة أنظف وأقدر على إنقاذ الموارد الطبيعية بهدف الحد من التلوث والمساعدة على تحقيق استقرار المناخ واستيعاب النمو في أعداد السكان بالإضافة إلى رفو مستوى الخدمات الصحية والتعليمية وخاصة في الريف.

من الملحوظ اتفاق مفهوم التنمية المستدامة ومفهوم التنمية في نقاط واختلافهما في نقاط أخرى، حيث إن التنمية المستدامة والتنمية يتفقان على تحويل النمو الكمي الاقتصادي إلى تنمية متكاملة اقتصاديا واجتماعيا، كما أن التعاريف السابقة تخط بين مكونات التنمية ومتطلباتها، وتتميز التنمية المستدامة عن التنمية بالمفهوم التقليدي بوضوح البعد البيئي للاستدامة، والتأكيد على هذا البعد في المفهوم المتكامل الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، بحيث تشكل الموارد الطبيعية، التي تتناولها التنمية المستدامة عنصرا ر مشتركا بين الاقتصاد والبيئة. (إسماعيل م.،

(2015)

2.1.3. أهداف التنمية المستدامة

وسوف نحاول فيمايلي استعراض أمثلة لأهم أهداف التنمية المستدامة على سبيل المثال ليس الحصر وذلك من خلال بعض البنود التي من شأنها التأثير مباشرة في الظروف المعيشية للناس: (ناصر، 2010-2011)

-المياه: تهدف الاستدامة الاقتصادية فيها إلى ضمان إمداد كاف من المياه ورفع كفاءة استخدام المياه في التنمية الزراعية والصناعية والحضرية والريفية، وتهدف الاستدامة الاجتماعية إلى تأمين الحصول على المياه في المنطقة الكافية للاستعمال المنزلي والزراعة الصغيرة للأغلبية الفقيرة، وتهدف الاستدامة البيئية إلى ضمان الحماية الكافية للمستجمعات المائية والمياه الجوفية وموارد المياه العذبة وأنظمتها الإيكولوجية؛

-الغذاء: تهدف الاستدامة الاقتصادية فيه إلى رفع الإنتاجية الزراعية والإنتاج من أجل تحقيق الأمن الغذائي في الإقليمي والتصديري، وتهدف الاستدامة الاجتماعية إلى تحسين الإنتاجية وأرباح الزراعة الصغيرة وضمن الأمن الغذائي المنزلي، وتهدف الاستدامة البيئية إلى ضمان الاستخدام المستدام والحفاظ على الأراضي والغابات والمياه والحياة البرية والأسماك وموارد المياه؛

-الصحة: تهدف الاستدامة الاقتصادية فيها إلى زيادة الإنتاجية من خلال الرعاية الصحية والوقائية وتحسين الصحة والأمان في أماكن العمل، وتهدف الاستدامة الاجتماعية فرض معايير للهواء والمياه والضوضاء لحماية صحة البشر وضمان الرعاية الصحية الأولية للأغلبية الفقيرة، وتهدف الاستدامة البيئية إلى ضمان الحماية الكافية للموارد البيولوجية والأنظمة الإيكولوجية والأنظمة الداعمة للحياة؛

-المأوى والخدمات: تهدف الاستدامة الاقتصادية فيها إلى ضمان الإمداد الكافي والاستعمال الكفء لموارد البناء ونظم المواصلات، وتهدف الاستدامة الاجتماعية ضمان الحصول على السكن المناسب بالسعر المناسب بالإضافة إلى الصرف الصحي والمواصلات للأغلبية الفقيرة، وتهدف الاستدامة البيئية إلى ضمان الاستخدام المستدام أو المثالي للأراضي والغابات والطاقة والموارد المعدنية؛

-الدخل: تهدف الاستدامة الاقتصادية إلى زيادة الكفاءة الاقتصادية والنمو وفرص العمل في القطاع الرسمي وتهدف الاستدامة الاجتماعية إلى دعم المشاريع الصغيرة وخلق الوظائف للأغلبية الفقيرة في القطاع غير الرسمي، وتهدف الاستدامة البيئية إلى ضمان الاستعمال المستدام للموارد الطبيعية الضرورية للنمو الاقتصادي في القطاعين العام والخاص.

2.3. استراتيجيات التنمية المستدامة

- **الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية:** تنقسم الموارد الطبيعية التي يحولها الإنسان إلى مجموعتين:

- **الموارد المتجددة:** وهي نظم بيئية منتجة لأشياء ويستخدمها الإنسان، نذكر من هذه النظم الأربعة الرئيسية: مصايد الأسماك، الغابات، المراعي والزراعة.

- **الموارد غير المتجددة:** وهي مخزونات البترول والغاز الطبيعي وطبقات الفحم الحجري وخامات المعادن ورواسب الفوسفات، والمياه الجوفية وغيرها؛

- **ثبات عدد السكان:** تستند فكرة ثبات السكان إلى أن الزيادة السكانية في كثير من أنحاء العالم بمعدلات لا يمكن لقاعدة الموارد الطبيعية المتاحة في تلك المناطق تحملها، إلى هذا تتجلى أبرز مظاهر المشكلة السكانية في الدول النامية بحيث لا يوجد تناسب بين الحجم الكلي للسكان وقاعدة الموارد الطبيعية و الاقتصادية المتاحة وكذلك التركي العمري للسكان، وضعف مساهمة المرأة في القطاعات الاقتصادية المتلفة وتدني الخصائص السكانية وتشوه توزيعهم الإقليمي مع قصر زمن تضاعفهم وزيادة نسب الفقر بينهم؛ (مصطفى، ب. س)

- **أشكال جديدة من التقنيات وعملية نقلها:** لقد أدى استهلاك الطاقة المفرط في الدول الصناعية، وخاصة البترول إلى تخفيض أجل نفاذ هذا المورد في كثير من الدول المنتجة للبترول في الشرق الأوسط عموما ودول الخليج خصوصا، ولم يكن هذا الاستهلاك المفرط إلا نتيجة أنماط الإنتاج والتصنيع الكثيفة الاستخدام الطاقة التي تنتج الملوثات (الإنبعاثات الغازية) بكل تأثيراتها الضارة، إذ أن استخدام التقنيات الصناعية التي تعتمد على الديزل والمازوت ، ومصدر للطاقة سواء لأغراض صناعية أو أنشطة النقل هو السبب الرئيسي في انبعاثات أكاسد الكبريت ذات الآثار الصحية الوخيمة، كذلك فإن زيادة عدد المركبات في مدن الدول النامية وتنامي الاعتماد على السيارات الخاصة قد تسبب في زيادة انبعاث الكربون وال رصاص في هواء تلك المدن بشكل متصاعد، هذا ويعتبر الرصاص من المعادن الثقيلة ذات التأثير السام على صحة الإنسان، لذا فإن معدلات تركيزه في الهواء وسبل مواجهة تمثل مكانة خاصة في استراتيجيات تقنية الهواء وتحسينه باعتباره الحاجة البيولوجية الأولى لعموم البشر؛ (2011-2012، 2012)

- **الإدارة المتكاملة لنظم البيئية:** هي توليفة من كل المعارف والمهارات التي تعمل معا بهدف الوصول إلى أحسن الأوضاع واستمرارها مع الزمن وعدم انقراضها، ويشير تعبير النظام البيئي إلى مفهوم ليس إلى وضع مادي، فهو يدل على مكان محدد يضم كل العوامل المادية التي تكون ما نطلق عليه بالبيئة وليس اعتباره مجرد موضع لتجميع الكائن الحي؛ (رومانو، 2003)

- **تغير المناخ والتحديات البيئية الرئيسية:** اصح تغير المناخ محركا حاسما لمعوقات التنمية في كثير من البلدان ومع تنامي شبح تغير المناخ بدأت البلدان توجه مواردها نحو علاج الآثار الحالية والحيلولة دون وقوع آثار سلبية في المستقبل وعززت زيادة مساندة المانحين لعلاج آثار تغير المناخ أيضا من الاعتماد بقضايا تغير المناخ، وفي أكتوبر 2008 تبنت مجموعة البنك الدولي إطارا استراتيجيا للتنمية والتغير المناخي، وألان يعتبر هذا الإطار هو الموجه لجهود البلدان في مساندة التنمية لتخفيض الانبعاثات الكربونية و المتسمة بمرونة التكيف مع المناخ؛

- **تحسين الأسواق وبناء مؤسسات:** تغيب المؤسسات و الأسواق في كثير من الدول النامية، ومن ثم تدعوا الضرورة إلى بناء المؤسسات من أجل تصحيح اختلالات هذه الأسواق وتصحيح آلياتها، فالقطاع غير الرسمي يمارس معاملات بسيطة عائدها صغير ولا توفر لهم الحد الأدنى من العيش في أكثر الأحيان، لكن الشركات المتعددة الجنسيات ذات القدرة التنافسية العالمية التي تنتج أكثر وبتكلفة أقر وبجودة عالية استطاعت زيادة مبيعاتها وتتحول إلى السلع ذات التقنيات العالية التي تمكنها من النفاذ إلى السوقين المحلية والدولية. (الدولي، 2009)

3.3. متطلبات التنمية المستدامة

يمكن أيجاز أهمها فيما يلي: (خضير، 2015)

- **الجانب الاقتصادي:** الحد من الإفراط في الاستهلاك الفردي من الموارد الطبيعية ، خاصة في الدول المتقدمة حيث يزيد نصيب الفرد في الولايات المتحدة الأمريكية ب 33 مرة عن الهند من استهلاك النفط والغاز والفحم مما يعكس مستوى قياسيا من الاستهلاك لدى السكان في الدول الصناعية مقابل نظيرتها في الدول النامية. الاستخدام العقلاني والأمثل للموارد الطبيعية : أي إيقاف تبديد الموارد من خلال إجراءات تخفيضات لمستويات الاستهلاك المبددة للطاقة ، عن طريق تغير أنماط الاستهلاك التي تهدد التنوع البيولوجي كاستهلاك المنتجات الحيوانية المهددة بالانقراض. معالجة مشكلات التلوث العالمي خاصة من طرف الدول المتقدمة باعتبارها المتسببة - وينسب عالية، ولديها كافة في الموارد المالية والتقنية والبشرية الكفيلة بان تضطلع بالصدارة في استخدام تكنولوجيات أنظف.

تقلصات تبعية البلدان المتقدمة باعتبار الأولى متخصصة في السلع والخدمات المكثفة لعنصر العمل والثانية المكثفة لعنصر رأس المال والذي تعكسه صادرات وواردات كل مجموعة في ظل تباين أسعار كل جهة المساواة في توزيع الموارد والحد من التفاوت في المداخل ومكافحة ظاهرة البطالة من خلال إتباع سياسات تشغيل فعالة لتحديد أولويات للإنفاق الحكومي والحد من الإنفاق العسكري؛

-الجانب الاجتماعي: التحكم في النمو الديمغرافية باعتبار هذا الأخير يحدث ضغوطا حادة على الموارد وعلى قدرة الحكومات على توفير مختلف الخدمات. توزيع السكان بشكل متوازن بين مختلف المناطق حيث أن الاتجاهات الحالية تسعى إلى توسيع المناطق الحضرية كون تطور المدن الكبيرة لها عواقب بيئية خطيرة ، في حين تهدف التنمية المستدامة النهوض بالتنمية القروية للمساعدة على إبطاء حركة الهجرة إلى المدن، من خلال اتخاذ تدابير خاصة للإصلاح الزراعي واعتماد التكنولوجيا احد من الآثار البيئية. توفير الأمن وتطوير قطاع التعليم والخدمات الصحية ومحاربة الجوع وتوفير الغذاء والقضاء على الفقر والأمية. الحد ممن ظاهرة البطالة من خلال توفير مناصب شغل في مختلف المجالات سواء الخريجين الجامعات أو لخريجي معاهد التكوين بالاعتماد على القطاع العام والخاص جنب إلى جنب؛

-الجانب البيئي: المحافظة على الأراضي الزراعية من التوسع العم الرني التصحر والانجراف، ولا يتأتى ذلك الانجراف ألا بالمحافظة على الغطاء النباتي والغابات من خلال عدم الإفراط في استخدام الأسمدة ومبيدات. المحافظة على المياه السطحية والجوفية وموارد المياه العذبة بما يضمن إمداد كاف ورفع كفاءة استخدام المياه في التنمية الزراعية والصناعية والحضرية والريفية حماية المناخ من الاحتباس الحراري بما يكفل عدم تغيير أنماط سقوط الأمطار والغطاء النباتي، وزيادة مستوى سطح البحر وزيادة الأشعة فوق البنفسجية هذا بغرض زيادة فرص الأجيال القادمة للمحافظة على استقرار المناخ والنظم الجرافية والبيولوجية والفيزيائية؛

-جانب تكنولوجي: استعمال تكنولوجيات أنظف في كل المجالات لاسيما في المناطق الصناعية ، خصوصا في الدول النامية تكثيف أنشطة البحث والتطوير من خلال استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واعتماد أساليب وطرق قابلة للبقاء والاستدامة إشراك المنظمات الخاصة إلى جانب المنظمات العامة خصوصا أن الأولى تعتمد وبشكل كبير للتكنولوجيات الحديثة. تطلب التنمية المستدامة تعزيز تكوين قدرات في العلوم وتكنولوجيا والابتكار لرفع المستوى العلمي والمعرفة. وبذلك تهدف التنمية المستدامة إلى تحقيق جملة من الأهداف من ضمنها القضاء على ظاهرة البطالة بإتباع إجراءات عديدة.

4. دور المؤسسات الناشئة في دفع عجلة التنمية المستدامة

أضحت المؤسسات الناشئة من بين آليات النجاح التي تدعم عجلة التنمية في العديد من البلدان لاسيما التنمية المستدامة التي شكل محورا هاما في اقتصاد أي بلد.

1.4. فشل الطرق التقليدية في تمويل المشاريع الناشئة

كثيرا ما تضطر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى الاستعانة بمصادر تمويل خارجية لتوفير احتياجاتها من رؤوس الأموال بسبب ضعف قدرتها على التمويل الذاتي ، غير أن خياراتها في هذا المجال تظل محدودة، إذ تكاد البنوك أن تكون الملجأ الوحيد حيث تمثل تكلفة القروض إلي جانب التكاليف المرتبطة بإنشاء المشروع من مصاريف التسجيل و أعباء الدراسات من أكبر العوائق أمام هذه المؤسسات، وبالتالي محددًا حاسمًا لقرار الاستثمار لديها، حيث تبين الإحصائيات أن أغلب هذه المشروعات الاستثمارية يكون مآلها الفشل نتيجة عجزها عن تسديد أصل الدين بالإضافة إلي الفوائد المتركمة عنها.

زيادة على هذا فإن طول فترة دراسة ملفات طالبي القروض، و كثرة الإجراءات وتعقيدها مع طلب ضمانات على هذه القروض، جعل أصحاب هذه المشاريع في وضعية حرجة، وحتى لو تمكنوا من الحصول على قرض بنكي بعد انتظار طويل فإنهم سيقعون في مشكل ارتفاع نسب الفوائد، وعدم تمكينهم من تسديدها خاصة في بداية انطلاقة مشاريعهم وهو ما أصبح يعرف بالقروض المتعثرة المتركمة لدى البنوك، فالاعتماد على سعر الفائدة كقاعدة أساسية للأنظمة الاقتصادية السائدة هو من أسباب الأزمات الاقتصادية الدورية و المستمرة ، وما ينجم عنها من آثار سلبية متعددة ، حيث يقوم الاقتصاد العالمي برمته على أهرامات هائلة من الديون يعتمد بعضها على بعض في توازن هش لم يلحظ في الماضي مثل هذا التراكم في وعود الدفع ولم يصبح علاجه عسى ا ر بالقدر الذي هو عليه اليوم مما يعيق الاستثمار، و يولد الأزمات ويسبب توزيع الدخل، فعدم فعالية سعر الفائدة والافتقار إلى مقومات النظام الناجح أدى إلى انكماش النشاط الإنتاجي بما فيه من تنمية ووفرة مع ت ا زيد ظاهرة التضخم و ما لها من انعكاسات سلبية على الاقتصاد.

ولعل ما زاد في تقادم هذه الوضعية هو سوء تقدير الأوضاع المستقبلية، وضعف دراسات الجدوى الاقتصادية وكذا نقص تدابير المرافقة وغياب المتابعة من قبل الجهات الممولة. ومن هنا

وجب البحث عن آليات تمويلية لا يتوقف دورها عند حد تقديم التمويل بل تتجاوزه لأن يكون الممول فيها بمثابة شريك حقيقي في المشروع، وفي مثل هذا الإطار يكون قرار الاستثمار قرار مشتركاً بين صاحب العمل وصاحب المال (المشاركة في إدارة المشروع)، كما أن أعباء التمويل وأخطار الاستثمار تكون موزعة بينهما حسب نسبة متفق عليها، وهكذا فإن إستراتيجية التمويل تتحول إلى إستراتيجية تعاون، وعند تضارب المصالح و الأهداف ما بين مؤسسات الاستثمار ومؤسسات التمويل تكون المصلحة المشتركة هي السائدة، حيث يمثل دعم المشروعات الناشئة المجال الطبيعي لنشاط هذه الشركات.

2.4. المؤسسات الناشئة وتحقيق التنمية المستدامة

إن مصطلح التنمية المستدامة يشري إلى التنمية الاقتصادية والبيئية والاجتماعية التي تلبى احتياجات خاصة، والتنمية المستدامة ليست حالة ثابتة من الانسجام وإنما هي عملية تغيير وتلك التغيرات المؤسسة تتماشى مع الاحتياجات المستقبلية فضلا عن الاحتياجات الحالية.

بما أن نموذج التنمية المستدامة يستوجب أبعاد اقتصادية اجتماعية، تتميز المؤسسات الناشئة بخصوصية حجمها والدور الملحوظ لمسؤولياتها فهي تتحكم في تأثيرها على المجتمع، فتبني المؤسسات الناشئة لمفهوم التنمية المستدامة يشكل إشهارا لها حيث يعمل على تقويتها والسماح لها بالبقاء والتطور.

لأجل ذلك تقتض التنمية المستدامة إعادة التشكيل الجذري لأنماط الإنتاج والاستهلاك، وإحداث تغييرات في العلاقة بين المجتمعات والبيئة الطبيعية، وتتطلب من ثم التحويل الهيكلي للاقتصاديات، ومن ثم وجب الانتقال إلى الأنشطة والقطاعات الاقتصادية المبنية على المعرفة من أجل معالجة التحديات التقليدية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية بطريقة جديدة تراعي الاعتبارات البيئية.

تعتبر المشاريع الناشئة من المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي والتخطيط المستقبلي، وأهم دعائم ضمان التنمية المستدامة، وقد أصبح الاهتمام بها في دول العالم باختلاف مستوى تطورها، يأخذ حيزا أكثر أهمية مع مرور الوقت، حيث رسخت القناعة إلى ضرورة تشجيع المنشآت الصغيرة واستخدامها كأداة لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية المسطرة في أي بلد بعد أن كان الاهتمام ينصب على الشركات الكبرى والمركبات الضخمة والأقطاب الصناعية.

فالجزائر بحاجة إلى تحول اقتصادي جذري، وتعد المؤسسات الناشئة الأداة التي تفضي إلى إحداث تحول اقتصادي جذري، فالمؤسسات الناشئة تخلق منتجات ونماذج أعمال جديدة مبنية

على الابتكار فيؤدي نجاحها إلى تحسين في نوعية الحياة وتعزيز التنمية المستدامة. (جلیلة، 2002)

3.4. دور المؤسسات الناشئة في تحقيق البعد الاقتصادي والاجتماعي للتنمية المستدامة

يمكن استعراض الدور الذي يمكن أن تقوم به المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية الاقتصادية والذي يتمثل فيمايلي: (نصرة، 2022)

-زيادة الناتج المحلي: تتضح أهمية الدور الإستراتيجي الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في تحقيق التطور الاقتصادي للدول المتقدمة من خلال المساهمة في تكوين الناتج المحلي وذلك من خلال عملها على توفير والخدمات سواء للمستهلك النهائي أو الوسيط، مما يزيد من الدخل الوطني للدولة، كما تحقق ارتفاعا في معدلات الإنتاجية لعوامل الإنتاج التي تمثل مناخا مناسباً للتجديد والابتكار، مما يرفع من استخدامها مقارنة مع العمل الوظيفي الحكومي العام، كما أن إنتاجية العامل باستمرار، بالإضافة إلى أن المؤسسات الناشئة تساهم في التخفيف من الإسراف والضياع على المستوى الوطني، وتؤدي هذه العوامل مجتمعة إلى زيادة حجم الناتج المحلي وتنوعه، بشموله العديد من المنتجات البديلة أو المكملة؛

-معالجة بعض الاختلالات الاقتصادية: تعمل الأعمال الناشئة على معالجة الاختلال في انخفاض معدلات الادخار والاستثمار ونظرا لانخفاض تكلفة إنشائها مقارنة مع غيرها من المؤسسات، كما تساهم في علاج اختلال ميزان المدفوعات من خلال تصنيع السلع المحلية بدلا من استيرادها؛

-تنويع الهيكل الصناعي: تؤدي المؤسسات الناشئة دورا في تنويع الإنتاج وتوزعه على مختلف الفروع الصناعية، وذلك نظرا لصغر حجم نشاطها، مما يعمل على إنشاء العديد من المؤسسات الناشئة التي تقوم بإنتاج تشكيلة متنوعة من السلع والخدمات، وتعمل على تلبية الحاجات الجارية للسكان خاصة بالنسبة للسلع الاستهلاكية، فضلا عن تلبية احتياجات الصناعات الكبيرة بحيث تقوم بدور الصناعات المغذية لها؛

-خلق فرص عمل وإيجاد أسواق جديدة: فالمؤسسين ينتمون للقطاع الخاص في قطاعات ومجالات الأعمال المختلفة التي تشمل الصناعة والخدمات وغيرها، وهذا ما يتيح الفرصة لتوظيف آلاف العاملين وخلق فرص عمل حقيقية لهم، وكذلك استغلال الفرص في السوق من أجل إيجاد جدد وخلق طلب وعرض جديدين على المنتج في السوق.

5. خاتمة

كانت للمؤسسات الناشئة احتمالات كثيرة للنمو والازدهار بسرعة، وذلك لما تقدمه من دعم لاقتصاد الذي يعد ركيزة للتطور البلدان. فهي تعد منبعا للحلول المتجددة والمبتكرة التي تعود

بالفائدة على تنمية المستدامة، والتي تدعمها بكثرة في تحقيق بعدها الاقتصادي الذي يسهم بشكل كبير في دفع عجلة التنمية والنمو في شتى البلدان، والتي تحتاج إلى دعم اقتصادي لتحقيق توازن في ميزنها التجاري، وتكيف اقتصادياتها وفق ما يمكن تحمله من ضغوطات التي نتجت عن سوء تقسيم أو أزمات مفتعلة لتدمير هكذا اقتصاديات هشة أو ضعيفة تعاني من التبعية وقلة مصادر التمويل والتصدير وكثرة موارد الاستيراد.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- تعد المؤسسات الناشئة مفتاح تقدم ورقي اقتصاديات البلدان خاصة الهشة منها؛
 - تعاني المؤسسات الناشئة من سوء تقدير نتيجة لضعف هيكلها التمويلي أو ضعف أهدافها؛
 - يوجد نوع من التبادل والتشاور ضمن الفضاءات بين مختلف ملكي أو مؤسسي هذه المؤسسات؛
 - تواجه هذه المؤسسات العديد من العقبات تجعلها غير مؤهلة بعد لحمل مشاريع متوسطة أو كبيرة؛
 - حققت المؤسسات الناشئة نوع من نجاح من خلال دعم عجلة التنمية المستدامة في بعض الحالات.
- من أهم التوصيات:
- يجب توفير الدعم اللازم لمؤسسات ناشئة حتى تمضي قدما ويكون لها أثرا ايجابيا على اقتصاد بلدانها؛
 - السهر على وضع خطط وبرامج داعمة لتحقيق التنمية المستدامة بالاعتماد على المؤسسات الناشئة؛
 - العمل على تشجيع المشروعات الجديدة ودمجها في شكل مؤسسات ناشئة تسعى لتحقيق مكانة في الاقتصاد؛
 - يجب تقديم كافة المساعدات والتسهيلات لمعظم مالكي هذه المؤسسات الناشئة لتحقيق أهدافهم وأهداف اقتصادهم ككل.

المراجع

- البنك الدولي. (2009). إستراتيجية مجموعة البنك الدولي من اجل التنمية المستدامة. تقرير رقم 08.
- بن عياد جلييلة. (2002). دور المؤسسات الناشئة ف التنمية الاقتصادية. مجلة الدراسات القانونية، المجلد 08، العدد 01، ، 171-172.
- حسين يوسف ، صديقي إسماعيل. (2020). دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر. مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، ، 73-74.

- يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
دوناتو رومانو. (2003). الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة. دمشق: المركز الوطني للسياسات الزراعية.
شريفة بالشعور. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة -دراسة حالة الجزائر.
مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، 421-422.
سورية بوطرفة، نجوى نصره. (2022). دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة حال الجزائر.
مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 05، العدد 01، 977-978.
عبد الله حسون محمد، اسراء عبد الرحمن خضير. (2015). التنمية المستدامة المفهوم والعناصر والأبعاد. مجلة
ديالي، العدد 67، 345، 356.
قصوري ريم، 2011-2012، (2011-2012). الأمن الغذائي والتنمية المستدامة- حالة الجزائر. رسالة
ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة عنابة، الجزائر، 39.
محمد سمير مصطفى. (ب. س). استراتيجيات التنمية المستدامة- مقارنة نظرية تطبيقية. لبنان: الدار العربية
للعلوم.
مشري محمد ناصر. (2010-2011). دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة في تحقيق التنمية
المحلية المستدامة دراسة للإستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة (والمتوسطة حالة ولاية تبسة). رسالة
ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر،
58-59.
معتصم محمد إسماعيل. (2015). دور الاستثمارات في تحقيق التنمية المستدامة سورية نموذجا. أطروحة
دكتوراه في الاقتصاد، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 44-45.
منى بسويح. (2020). واقع وأفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر. مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم
الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 412-413.

التطورات البحثية للنظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة: دراسة ببليومترية

خليل شرقي* و رياض عيشوش**

*: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين (COFIFAS)،
جامعة أم البواقي، chergui.khalil@univ-oeb.dz
**: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين (COFIFAS)،
جامعة أم البواقي، riad.aichouche@univ-oeb.dz

الملخص

تهدف هذه الدراسة لتحديد التطورات البحثية والاتجاهات الحديثة في موضوع النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة، من خلال استخلاص أهم المجالات الفرعية والباحثين والمؤسسات والدول والفجوات البحثية في هذا الموضوع. لتحقيق ذلك القيام بالتحليل الببليومتري لبيانات 234 دراسة منشورة في قاعدة Scopus في الفترة الممتدة من 1987 إلى 2022، باستخدام برنامجي VOSviewer و KnowledgeMatrix Plus، لتلخص الدراسة إلى أن متغيرات الدراسة (النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة) تتعلق بالعديد من المتغيرات الأخرى التي تجعله كموضوع متنوع، فيه تركيز بحثي على متغيرات دون الأخرى، فالجانب الذي يتعلق بالابتكارات والبيانات الضخمة وتعلم الآلة والذكاء الصناعي لم يغطي جيدا من الناحية البحثية (فجوة بحثية).

الكلمات الدالة: المقاولاتية، المؤسسات الناشئة، عوامل النجاح، النظام البيئي المقاولاتي، التحليل الببليومتري.

ABSTRACT

This study aims to explore recent research developments and emerging trends in the field of the entrepreneurial ecosystem and startup success. By employing VOSviewer and KnowledgeMatrix Plus software, a bibliometric analysis was conducted on a dataset comprising 234 research articles published in the Scopus database between 1987 and 2022. The study's primary objectives were to identify the most significant sub-fields, influential authors, prominent organizations, leading countries, and existing research gaps within this subject area.

The findings of the study revealed a complex relationship between the variables of the entrepreneurial ecosystem and startup success. It was observed that the current research focus tends to overlook important aspects such as innovations, big data, machine learning, and artificial intelligence, indicating a notable research gap in the literature."

Keywords: Entrepreneurship, Startups, Success Factors, Entrepreneurial Ecosystem, Bibliometric analysis.

1. المقدمة

أصبح موضوع المؤسسات الناشئة ونجاحها موضع اهتمام القادة والسياسيين والمهنيين على حد سواء، فهم يراهنون عليها في ابتكاراتها وتطوير الاقتصاد المبني على الابتكارات والأفكار الريادية. هذا ما دفع العديد من الباحثين إلى التركيز عليها بالبحث والتحليل إذ وصلت الأبحاث المنشورة في قاعدة Scopus 6010 دراسة إلى غاية سنة 2022.

لكن محور التركيز الذي يجب أن يحظى باهتمام متزايد من قبل الباحثين هو نجاح المؤسسات الناشئة كون أغلبها تتلاشي في السنوات الأولى من بدايتها، هذا الموضوع ركز عليه العديد من الباحثين حيث تكلموا على عوامل النجاح، النظام البيئي المقاولاتي الخاص بالمؤسسات الناشئة الذي يدعم نجاحها، ونجد عند البحث عن هذا المحور 234 دراسة فقط منشورة في قاعدة Scopus 6010 دراسة إلى غاية سنة 2022.

هذه الدراسات على الرغم من أنها قليلة في هذا الموضوع إلا أنها ركزت على مجالات معينة وأغفلت مجالات أخرى تعتبر كفجوات بحثية، أيضا برز فيها العديد من الباحثين الأكثر نشرا والأكثر اقتباسا، وبرزت فيها مؤسسات بحثية ودول دون الأخرى من ناحية النشر والاقتباس في قاعدة Scopus طبعا.

بناء على ما تم عرضه يمكن القول أن إشكالية البحث تتضمن من جهة البحث عن الأمور المهمة التي يجب التركيز عليها من قبل الباحثين في موضوع نجاح المؤسسات الناشئة ونظامها البيئي، ومن جهة ثانية تتضمن البحث في الفجوات التي لم يتم البحث فيها سابقا والتي تشكل اتجاهات حديثة ومواضيعا فيها.

1.1. أسئلة الدراسة

وفقا للإشكالية والطرح الموضح أعلاه يمكن صياغة أسئلة الدراسة كالتالي:

- السؤال الجوهرى: ما هي أهم الاتجاهات والتطورات البحثية في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة حسب منشورات قاعدة Scopus؟
- الأسئلة الفرعية:
 - ما هي أهم الكلمات المفتاحية والمجالات الفرعية في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة حسب منشورات قاعدة Scopus؟
 - من هم الباحثين الأكثر تأثيرا في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة حسب منشورات قاعدة Scopus؟
 - ما هي الدول والمؤسسات البحثية الأكثر مرجعية للبحث في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة حسب منشورات قاعدة Scopus؟

- ما هي الفجوات البحثية والمواضيع الحديثة في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة حسب منشورات قاعدة Scopus؟

2.1. منهج الدراسة

في كتابه طرق البحث في الادارة وضح رائد المنهجية (Thiéart, 2014, p. 64) أنه توجد ثلاثة طرق ممكنة للاستكشاف: (الاستكشاف النظري، الاستكشاف التجريبي، الاستكشاف المختلط)، وفي الدراسة تم الاعتماد على الاستكشاف النظري القائم على الاستقراء Induction، وذلك من خلال التحليل البليومتري لبيانات 234 دراسة منشورة في قاعدة Scopus في الفترة الممتدة من 1987 إلى 2022 في موضوع النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة، باستخدام برنامجي VOSviewer و KnowledgeMatrix Plus.

3.1. أهمية وأهداف الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من جانبين: أولاً موضوع المؤسسات الناشئة ونجاحها والذي حظي باهتمام واسع من قبل القادة والمهنيين والأكاديميين، وثانياً التحليل البليومتري الذي يقدم للباحثين إطاراً فكرياً واضحاً ومحدد الأبعاد في هذا الموضوع، وذلك وفقاً للأهداف التالية :

- معرفة الكلمات المفتاحية والمجالات الفرعية في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة؛

- تحديد الباحثين الأكثر تأثيراً في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة؛

- معرفة الدول والمؤسسات البحثية الأكثر مرجعية للبحث في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة؛

- تحديد الفجوات البحثية والمواضيع الحديثة في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة.

2. الإطار النظري للمؤسسات الناشئة والنظام البيئي المقاولاتي

قبل التطرق للمفاهيم النظرية المتعلقة بالمؤسسات الناشئة ونجاحها والنظام البيئي المقاولاتي نورد مختصراً تحليلياً لأهم الدراسات والأعمال البحثية البارزة في هذا المجال.

1.2. تحليل الدراسات الأساسية والأعمال المرجعية السابقة

لقد شكل موضوع المؤسسات الناشئة محور اهتمام الباحثين والمنظرين، وأصبحت بعض الدراسات مرجعية في هذا المجال، منها دراسة (Audretsch & Santarelli, 2007) التي تكلم فيها عن حجم المؤسسات الناشئة والديناميكية الصناعية وفقاً لتجربة التصنيع الإيطالية، وهذا انطلاقاً من أعماله السابقة سنة 1995 (الابتكار والنمو والبقاء)، 2001 (تأثير دورة الحياة والتكنولوجيا على بقاء المؤسسة).

شكلت هذا الدراسة إنطلاقة فكرية للعديد من الدراسات الأخرى، على رأسها ما يأتي ذكره

في الجدول:

الجدول 1: الدراسات المرجعية

Title	Authors	Year	Citations	Graph citations
ENTRY, GIBRAT'S LAW, INNOVATION, AND THE GROWTH OF FIRMS	E. Mansfield	1962	866	23
Selection and the evolution of industry	Boyan Jovanovic	1981	4747	22
The Relationship between Firm Size and Firm Growth in the U.S. Manufacturing Sector	Bronwyn H Hall	1986	1111	34
Tests of Alternative Theories of Firm Growth	David S. Evans	1987	1540	27
The Relationship between Firm Growth, Size, and Age: Estimates for 100 Manufacturing Industries.	David S. Evans	1987	1035	23
Patterns of Firm Entry and Exit in U.S. Manufacturing Industries	T. Dunne	1988	1727	22
The Growth and Failure of U. S. Manufacturing Plants	T. Dunne	1989	1655	33
On the Relationship Between Firm Size and Export Intensity	A. Bonaccorsi	1992	1577	23
Innovation and Industry Evolution	D. Audretsch	1995	1246	24
New Firm Survival: New Results Using a Hazard Function	D. Audretsch	1995	991	20

المصدر : مخرجات www.connectedpapers.com

يلاحظ من الجدول أن أغلب الدراسات المرجعية إنما انطلقت من تحليل نمو الشركة أو المؤسسة (Firm Growth) ومحددات تحقيقه، وهذا الذي يتوافق مع إشكالية موضوع الدراسة والتي تركز على نجاح المؤسسات الناشئة ونموها في ظل النظام البيئي المقاو، تلت هذه الدراسات العديد من الأعمال المشتقة من نفس الأفكار والتي نوردتها في الجدول الموالي:

الجدول 2: الدراسات المشتقة

Title	Authors	Year	Citations	Graph citations
Entrepreneurship and the Process of Firms' Entry, Survival and Growth	E. Santarelli	2006	544	14
Drivers of Entrepreneurship and Post-Entry Performance: Microeconomic Evidence from Advanced and Developing Countries	M. Vivarelli	2012	26	16
Entrepreneurship in Advanced and Developing Countries: A Microeconomic Perspective	M. Vivarelli	2012	22	16
Microeconomic Evidence from Advanced and Developing Countries	M. Vivarelli	2012	0	15
Entrepreneurship and Post-Entry Performance: the Microeconomic Evidence	M. Vivarelli	2012	5	14

Is entrepreneurship necessarily good? Microeconomic evidence from developed and developing countries	M. Vivarelli	2013	184	16
Entry and Post-Entry Dynamics in Developing Countries	F. Quatraro	2013	25	14
Drivers of Entrepreneurship and Post-Entry Performance of Newborn Firms in Developing Countries	F. Quatraro	2014	99	15
Tax incentives for small and medium-sized enterprises - a misguided policy approach?	Sören M. Bergner	2017	1	13
A Microsimulation Platform of Firm Evolution Processes	M. Muhammad	2017	1	13

المصدر : مخرجات www.connectedpapers.com

تماشت الدراسة الممتدة للأعمال المرجعية مع فكرة تطور ونمو المؤسسات، وركزت جميعها على ذلك، فالمؤسسات الناشئة لم تشكل لهم محور اهتمام وإنما انصب تركيزهم البحثي على تطور المؤسسات الناشئة ونجاحها وهو ما يتوافق مع إشكالية وموضوع الدراسة.

2. الطريقة والأدوات

لتحليل التطورات النظرية والتوجهات البحثية للنظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة تم الاعتماد على التحليل الببليومتري كما هو موضح في العناصر الموالية.

1.1. منهجية وأدوات التحليل الببليومتري

شاع استخدام التحليل الببليومتري وأدواته في الأوساط الأكاديمية العلمية، حيث يساعد على تحليل تطور الأدب النظري في موضوع معين بهدف استكشاف أهم الفجوات البحثية والامتدادات الحديثة لهذا الموضوع، وذلك من خلال معرفة أهم الكلمات المفتاحية أو المجالات الرئيسية للبحث، معرفة أهم الباحثين والمنظرين أو الكتاب المرجعيين، معرفة المقالات الأساسية والمصادر الأكثر مرجعية، معرفة أهم المؤسسات والمخابر البحثية وحتى الدول الأكثر اهتماما بهذا الموضوع. ويمكن أن يتم ذلك اعتمادا على عدة طرق أو مقاربات تتمثل أساسا في: الاقتباس Citation، الاقتباس المرجعي Co-citation، الاقتران الببليوغرافي، Bib. Coupling، المشاركة في التأليف، Co-author، تشارك المصطلحات Co-word. (Zupic & Čater, 2015, p. 04).

في هذه الدراسة تم الاعتماد على عدة مقاربات: أولها تشارك المصطلحات (Co-occurrence) لتحديد أهم الممارسات والمجالات الفرعية للبحث في النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة، ثانيها الاقتباس (Citations) لتحديد الباحثين والمراجع والمؤسسات البحثية والدول المرجعية في هذا الموضوع، ثالثها الاعتماد على المقاربتين في تحديد الفجوات البحثية والتوجهات المستقبلية للبحث في هذا الموضوع.

للقيام بذلك تم استخدام VOSviewer كبرنامج أساسي للحصول على شبكات ومؤشرات التحليل الببليومتري، ودعمه بمخرجات KnowledgeMatrix Plus للحصول على إحصائيات التحليل الببليومتري.

2.2. بيانات التحليل الببليومتري

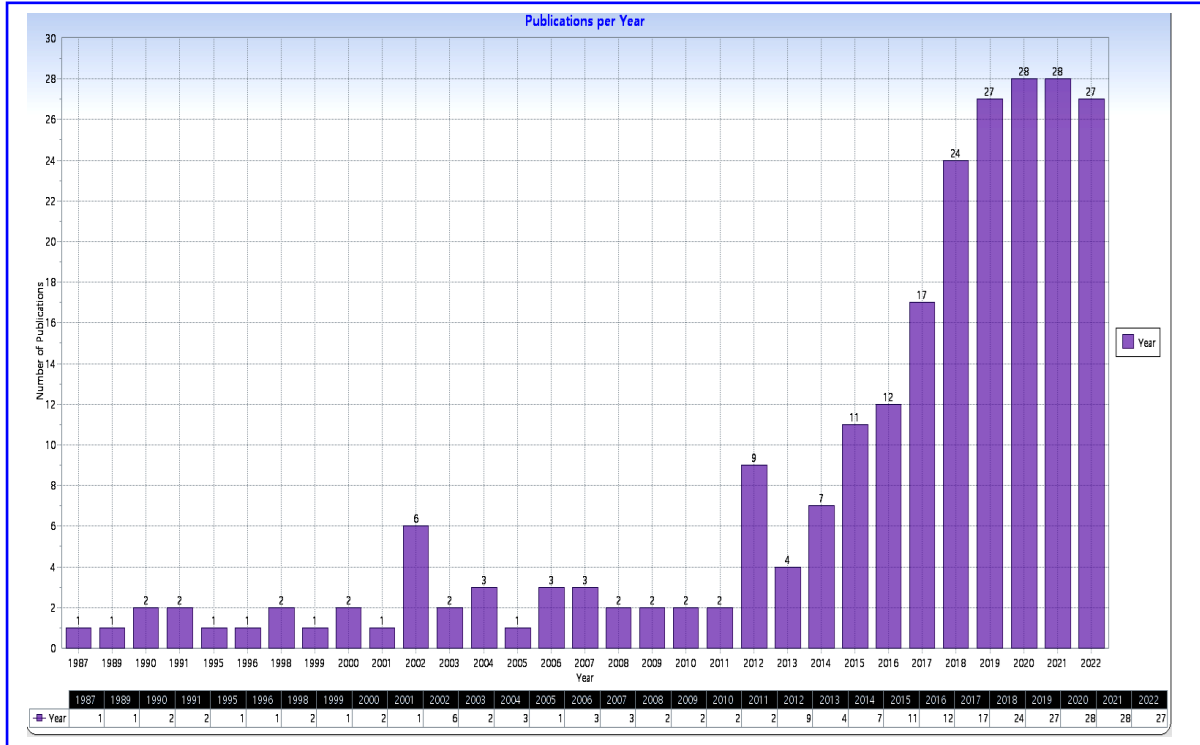
تم الاعتماد على قاعدة Scopus لاستخراج بيانات التحليل الببليومتري، التي تتضمن قاعدتين أساسيتين حسب متغيرات الدراسة، إذ تم تصفيتها (Filtering Data) كالتالي:

- قاعدة خاصة بالبحث عن نجاح المؤسسات الناشئة (startups success) في العنوان (TITLE) تضمنت 120 دراسة من 1987 إلى 2022.

- قاعدة خاصة بالبحث عن النظام البيئي للمؤسسات الناشئة (startups ecosystem) في العنوان (TITLE) تضمنت 114 دراسة من 2014 إلى 2022.

ما مجموعه 234 دراسة (141 مقال، 56 ورقة مشاركة في ملتقى، 7 مراجعة، 15 فصل كتاب، 03 كتب، 12 دراسة أخرى) موزعة على مدار 35 سنة كالتالي:

الشكل 1: توزيع بيانات التحليل الببليومتري حسب السنوات



المصدر: مخرجات KnowledgeMatrix Plus

يلاحظ من الشكل 01 أن الأبحاث في موضوع المؤسسات الناشئة ونظامها البيئي تتزايد سنة تلو الأخرى لتصل إلى 28 دراسة منشورة في Scopus في سنة 2021 و 27 دراسة في سنة

2022 وقد تفوق هذا الرقم في نهاية هذه السنة كوننا قمنا بالبحث في هذه القاعدة بتاريخ 15 أكتوبر 2022. وهذا يمكن أن يفسر من جانبين: أولها أنه زيادة الاهتمام بهذا الموضوع في الأوساط العلمية، وثانيها أن هذا الموضوع لم يقتل بحثيا (مازال البحث فيه مستمرا رغم تناوله منذ فترة زمنية طويلة).

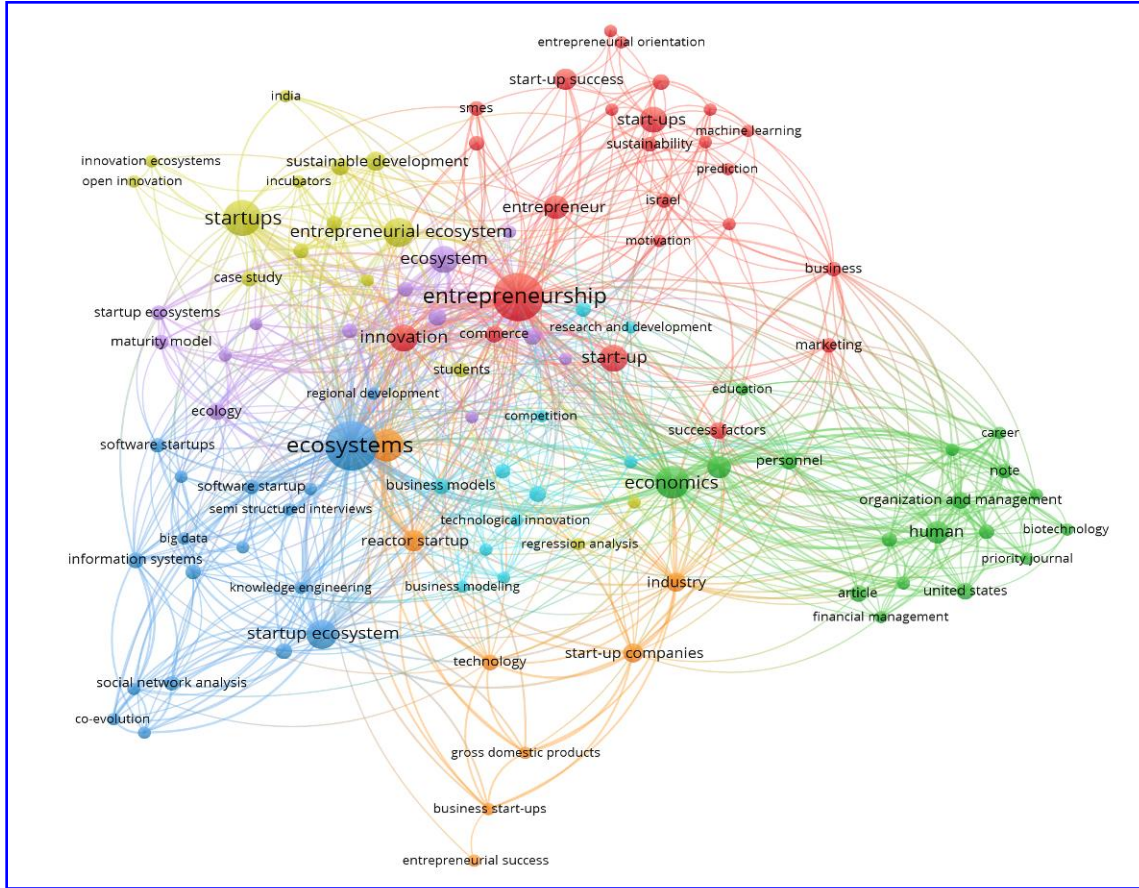
3. النتائج ومناقشتها

يأتي في هذا العنصر عرض ومناقشة أهم مخرجات برنامجي VOSviewer و KnowledgeMatrix Plus كنتائج للتحليل الببليومتري.

1.1. تردد المصطلحات (الكلمات المفتاحية)

يوضح الشكل الموالي شبكة الكلمات المفتاحية الأكثر ترددا والتي تعكس المجالات الفرعية للبحث في موضوع نجاح المؤسسات الناشئة ونظامها البيئي.

الشكل 2: شبكة الكلمات المفتاحية



المصدر : مخرجات VOSviewer

- يظهر من الشكل أعلاه أن البحث في موضوع المؤسسات الناشئة ونجاحها في النظام البيئي المقاولاتي إنما يتضمن العديد من الجوانب الفرعية التي تجعله متشعبا جدا، وتتمثل هذه الجوانب في العناقيد السبعة الموضحة في الشبكة والمتمثلة أساسا في:
- يمثل العنقود الأول (باللون الأحمر) مجال البحث الذي يتضمن: المقاولاتية، المقاول، العملية المقاولية، التوجه المقاولاتي، المؤسسات الناشئة، نجاح المؤسسات الناشئة، عوامل النجاح، ... وغيرها؛
 - يمثل العنقود الثاني (باللون الأخضر) مجال البحث الذي يتضمن: الاقتصاديات، الاستثمار، المورد البشري، الأفراد، ... وغيرها؛
 - يمثل العنقود الثالث (باللون الأزرق) مجال البحث الذي يتضمن: النظام البيئي، النظام البيئي للمؤسسات الناشئة، برمجيات المؤسسات الناشئة، نظام المعلومات، البيانات الضخمة، نقل التكنولوجيا، ... وغيرها؛
 - يمثل العنقود الرابع (باللون الأصفر) مجال البحث الذي يتضمن: النظام البيئي المقاولاتي، المؤسسات الناشئة، النظام البيئي الابداعي، مسرعات الأعمال، التنمية المستدامة، ... وغيرها؛
 - يمثل العنقود الخامس (باللون البنفسجي) مجال البحث الذي يتضمن: تطور الأنظمة البيئية، شركات المؤسسات الناشئة، النمو الاقتصادي، الدول في طور النمو، ... وغيرها؛
 - يمثل العنقود السادس (باللون الأزرق الفاتح) مجال البحث الذي يتضمن: الابداع التكنولوجي، النظام الابداعي، الانترنت، رأس المال الاجتماعي، ... وغيرها؛
 - يمثل العنقود السابع (باللون البرتقالي) مجال البحث الذي يتضمن: الابداع التكنولوجي، النظام الابداعي، الانترنت، رأس المال الاجتماعي، ... وغيرها؛
- كل هذه الكلمات المفتاحية تشكل متغيرات بحثية ركز عليها الباحثين في مقالاتهم المنشورة قاعدة Scopus، حيث الترتيب الموالي:

الجدول 3: تردد الكلمات المفتاحية

التكرارات	الارتباط	الكلمات المفتاحية	
47	217	ecosystems	الأنظمة البيئية
45	173	entrepreneurship	المقاولاتية
25	70	startups	المؤسسات الناشئة
21	106	economics	الاقتصاديات
16	35	entrepreneurial ecosystem	النظام البيئي المقاولاتي
16	71	startup ecosystem	النظام البيئي للمؤسسات الناشئة
14	56	innovation	الابداع

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

11	31	entrepreneur	المقاول
10	66	human	المورد البشري
10	57	investments	الاستثمارات
9	47	reactor startup	فاعلي المؤسسات الناشئة
9	11	start-up success	نجاح المؤسسات الناشئة
7	54	industry	الصناعة
7	34	start-up companies	شركات المؤسسات الناشئة
7	24	sustainable development	التنمية المستدامة

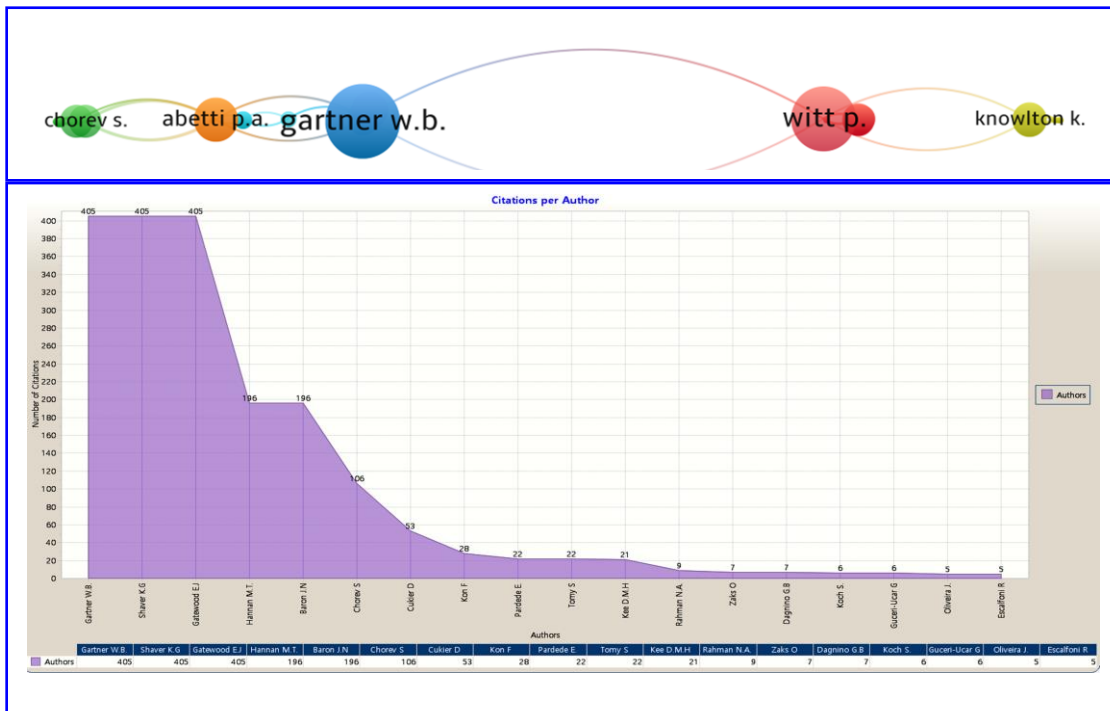
المصدر : مخرجات VOSviewer

يظهر من الجدول أعلاه أن هناك عدة متغيرات يجب التركيز عليها بالبحث قبل الخوض في تحليل متغيرات الدراسة (النظام البيئي ونجاح المؤسسات الناشئة)، وهي: الأنظمة البيئية، المقاولاتية، المؤسسات الناشئة، الاقتصاديات، النظام البيئي المقاولاتي.

2.4. تحليل نتائج الباحثين

يوضح الشكل الموالي الباحثين الأكثر مرجعية حسب قاعدة Scopus للبحث في موضوع النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة.

الشكل 3: تردد الباحثين



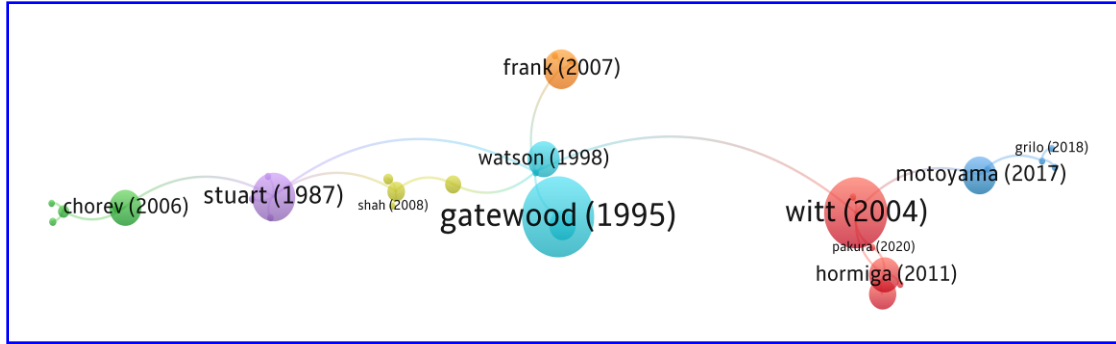
المصدر : مخرجات KnowledgeMatrix Plus و VOSviewer

يظهر من الشكل أعلاه أن الباحثين الأكثر مرجعية في موضوع النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة، حسب عدد الاقتباسات في قاعدة Scopus، هم على التوالي: Gartner ، W.B ، Gatewood E.J و Shaver K.G بـ 405 اقتباس لكل واحد منهم، ويليهم Hannan ، Baron J.N و M.T بـ 196 اقتباس، ويليهم Choren S بـ 106 اقتباس، ويليهم باقي الباحثين أمثال: Kee D.M.H ، Tomy S ، Pardede E ، Kon F ، Cukier D ، وغيرهم باقتباسات أقل من 100 اقتباس. هؤلاء الباحثين تظهر أعمالهم أو دراساتهم المرجعية فيما يأتي.

3.4. تحليل نتائج الدراسات المرجعية

يوضح الشكل الموالي شبكة الدراسات المرجعية في موضوع النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة.

الشكل 4: شبكة الدراسات المرجعية



المصدر : مخرجات VOSviewer

يظهر الشكل أعلاه أن الدراسات الأكثر مرجعية حسب عدد الاقتباسات في قاعدة Scopus

في موضوع الدراسة هي:

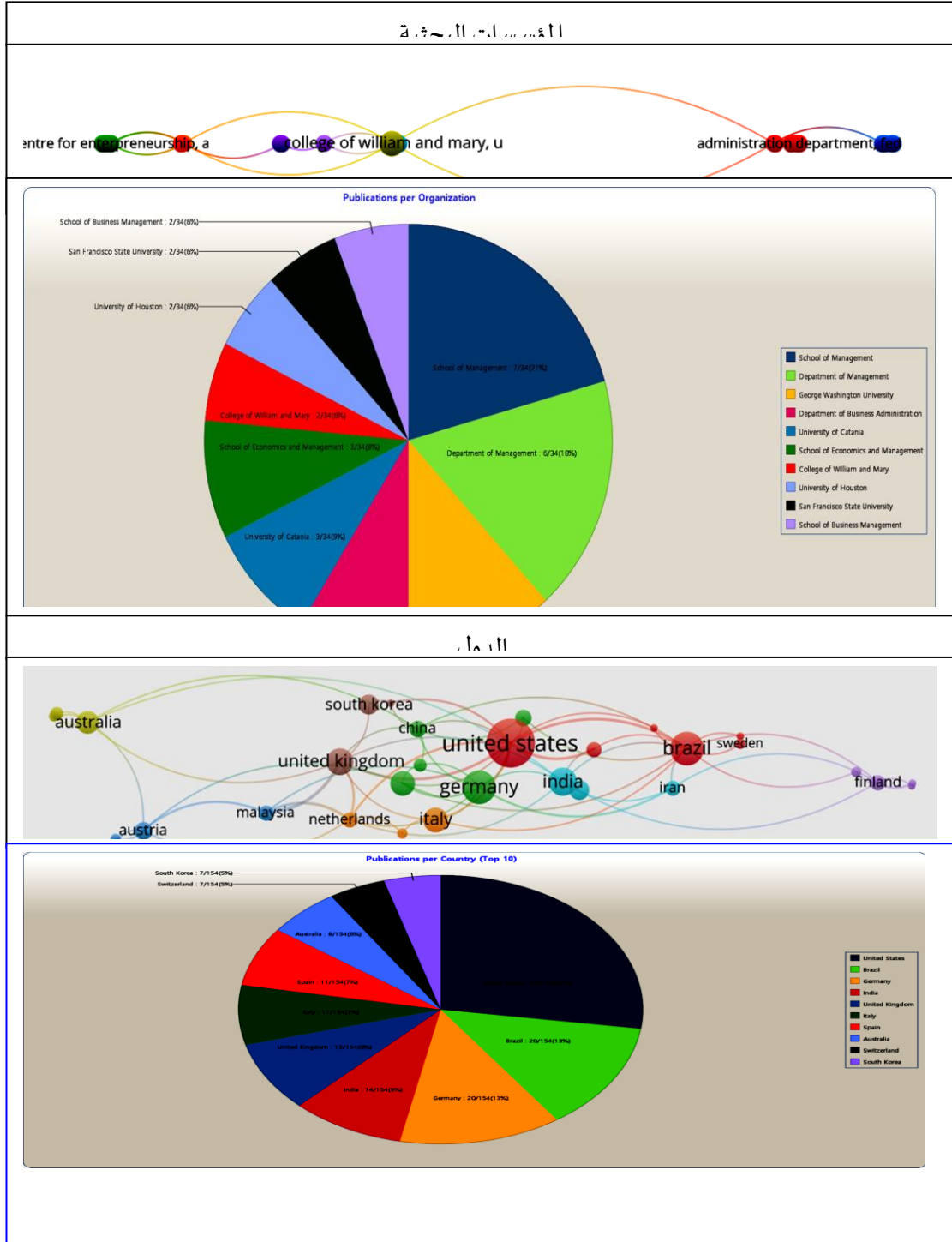
- دراسة (Gatewood, Shaver & Gartner, 1995) بـ 405 اقتباسا؛
- دراسة (Peter Witt, 2004) بـ 327 اقتباسا؛
- دراسة (Stuart & Abetti, 1987) بـ 171 اقتباسا؛
- دراسة (Frank, Lueger & Korunka, 2007) بـ 125 اقتباسا؛
- دراسة (Motoyama & Knowlton, 2017) بـ 112 اقتباسا؛
- دراسة (Hormiga, Batista-Canino & Sánchez-Medina, 2011) بـ 103 اقتباسا؛
- دراسة (Jenssen, & Greve, 2002) بـ 81 اقتباسا؛

تليها باقي الدراسات، هذه الدراسات المذكورة يجب أن تحاط بعناية بحثية خاصة عند البحث في موضوع النظام البيئي المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة.

4.4. تحليل نتائج المؤسسات البحثية والدول

يوضح الشكل الموالي نتائج التحليل الببليومتري للمؤسسات البحثية والدول الأكثر مرجعية حسب عدد المنشورات والاقتباسات في قاعدة Scopus بالنسبة لموضوع نجاح المؤسسات الناشئة ونظامها البيئي.

الشكل 5: المؤسسات البحثية والدول المرجعية



المصدر : مخرجات VOSviewer و KnowledgeMatrix Plus

يظهر الشكل أعلاه أن المؤسسات البحثية الأكثر مرجعية هي على التوالي: مدرسة إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة جيورجيا واشنطن، قسم إدارة الأعمال، جامعة كاتانيا، مدرسة الاقتصاد وإدارة الأعمال، كلية وليام وماري، جامعة هاوستن، جامعة سان فرانسيسكو، مدرسة إدارة الأعمال. هذه المؤسسة تنتمي للدول الظاهرة كدول مرجعية وهي: الولايات المتحدة الأمريكية، البرازيل، ألمانيا، الهند، بريطانيا، إيطاليا، إسبانيا، أستراليا، سويسرا، جنوب إفريقيا. هذه الدول والمؤسسات تعتبر مرجعية كونها الأكثر نشرًا واقتباسًا في قاعدة Scopus في موضوع نجاح المؤسسات الناشئة ونظامها البيئي.

3. خاتمة

لا زال موضوع المؤسسات الناشئة والنظام البيئي المقاولاتي يشكل توجهًا بحثيًا للعديد من الكتاب والباحثين، كونه موضوع متجدد ومستمر ومحور اهتمام القادة والسياسيين والمهنيين، لكن أغلب الدراسات توجهت نحو البحث عن نجاح هذه المؤسسات ونموها وتطورها، كون ذلك ما نبحت عنه في إشكالية الدراسة، ومن خلال معالجتنا لها توصلنا إلى جملة من النتائج أهمها:

- هناك العديد من الفجوات البحثية في هذا الموضوع والتي لم تغطي جيدًا من قبل الباحثين، وعلى رأسها: المؤسسات التوسعية أو التطورية Scale-up، أنظمة الذكاء الصناعي، الأنظمة الذكية، التكنولوجيا الفائقة وعلاقتهم بنجاح المؤسسات الناشئة طبعًا.
- هناك العديد من الباحثين المرجعيين في موضوع نجاح المؤسسات الناشئة، على رأسهم Gartner W.B.، Audretsch، Gatewood E.J و Shaver K.G ... الخ، والذين يجب أن يرجع إليهم الكاتب في هذا المجال؛
- هناك العديد من الدراسات المرجعية التي يجب أن يعتمد عليها الباحث في موضوع نجاح المؤسسات الناشئة والنظام البيئي المقاولاتي، أهمها: (Gatewood, Shaver & Gartner, 1995)، (Peter Witt, 2004)، (Stuart & Abetti, 1987)، (Frank, Lueger & Hormiga, Batista- (Motoyama & Knowlton, 2017)، (Korunka, 2007)، (Canino & Sánchez-Medina, 2011)، (Jenssen, & Greve, 2002).
- تعتبر الدول: الولايات المتحدة الأمريكية، البرازيل، ألمانيا، الهند، بريطانيا، إيطاليا، إسبانيا، أستراليا، سويسرا، جنوب إفريقيا. ومؤسساتها البحثية أكثر مرجعية في مجال نجاح المؤسسات الناشئة والنظام البيئي المقاولاتي.

المراجع

- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational research methods*, 18(3), 429-472. <http://dx.doi.org/10.1177/1094428114562629>
- Gatewood, E. J., Shaver, K. G., & Gartner, W. B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of business venturing*, 10(5), 371-391. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00035-7](https://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00035-7)
- Peter Witt (2004) Entrepreneurs' networks and the success of start-ups, *Entrepreneurship & Regional Development*, 16:5, 391-412, <https://doi.org/10.1080/0898562042000188423>
- Stuart, R., & Abetti, P. A. (1987). Start-up ventures: Towards the prediction of initial success. *Journal of business venturing*, 2(3), 215-230. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90010-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90010-3)
- Frank, H., Lueger, M., & Korunka, C. (2007). The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 227-251. <https://doi.org/10.1080/08985620701218387>
- Motoyama, Y., & Knowlton, K. (2017). Examining the connections within the startup ecosystem: A case study of St. Louis. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.1515/erj-2016-0011>
- Hormiga, E., Batista-Canino, R. M., & Sánchez-Medina, A. (2011). The impact of relational capital on the success of new business start-ups. *Journal of Small Business Management*, 49(4), 617-638. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00339.x>
- Jenssen, J. I., & Greve, A. (2002). Does the degree of redundancy in social networks influence the success of business start-ups?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <https://doi.org/10.1108/13552550210448357>
- Thiétart, R.-A. (2014). *Méthodes de recherche en management*-4ème édition: Dunod.
- Audretsch, D. B., & Santarelli, E. (2007). Start-up size and industrial dynamics: some evidence from Italian manufacturing. In *Entry and Post-entry Performance of Newborn Firms* (pp. 44-61). Routledge. [https://doi.org/10.1016/S0167-7187\(98\)00002-2](https://doi.org/10.1016/S0167-7187(98)00002-2)

الابتكار والإبداع كمدخل للمؤسسات الناشئة نحو تحقيق التنمية المستدامة دراسة بعض التجارب الدولية

د يوسف عطية* ود سفيان بوسالم**

*جامعة العربي بن مهيدي، youcefattia18@gmail.com ؛

** :جامعة العربي بن مهيدي ، sofiane.b55@hotmail.fr

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية الى الاطلاع على أهمية المؤسسات الناشئة في دعم مفهوم التنمية المستدامة من جهة ومن جهة أخرى كيف يمكن للإبداع والابتكار أن يكونا داعما قويا من أجل إنشاء وتطوير المؤسسات الناشئة وخلق مكانة متميزة بين المؤسسات الكبيرة والتي لديها خبرة واسعة في السوق.

كما هدفت هذه الورقة الى البحث في طرق تمويل المؤسسات الناشئة وكيف حاول المشرع الجزائري دعمها، واستعمل الباحثان من اجل ذلك المنهج الوصفي التحليلي في قراءة للعديد من الكتب والمقالات العلمية المحكمة والجرائد الرسمية التي لها علاقة بموضوع الدراسة

وقد توصلت الدراسة الى ان للمؤسسات الناشئة دور كبير في محاور التنمية المستدامة من تنمية اقتصادية ومجتمعية والحفاظ على البيئة، كما ان الابداع والابتكار من أبرز ما تتميز به المؤسسات الناشئة في تحقيق معدلات نمو كبيرة.

الكلمات الدالة: المؤسسات، الناشئة، التنمية، الابداع، الابتكار.

1. المقدمة

تعترض العديد من الدول النامية تحقيق قفزات نوعية على مستوى الأداء الاقتصادي، بغية اللحاق بالدول المتطورة وتنويع اقتصاداتها، والقضاء على البطالة ومستويات الإنتاج المنخفضة في عديد المجالات الصناعية، الخدمية أو الفلاحية.

وقد برز مفهوم المؤسسات الناشئة "START-UP" كأحد الحلول الفعالة لتحقيق تلك القفزات النوعية، حيث يتميز هذا النوع من المؤسسات بسهولة الانشاء وعدم الحاجة الى مصادر تمويل كبيرة وتوفير مناصب شغل كثيرة، بالإضافة الى قدرتها على إبتكار منتجات وخدمات من شأنها خلق ديناميكية جديدة في الإقتصاد الوطني ودعم مجالات أخرى.

إهتمت الجزائر كغيرها من الدول بمفهوم المؤسسات الناشئة وحاضنات الاعمال في محاولة جادة منها الى دعم إقتصادها وتنويعه خارج قطاع المحروقات، ويظهر ذلك جليا من خلال بعض الوزارات المستحدثة، وتعميم التكوين الجامعي في مواضيع كالمقاولاتية وحاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة على مستوى جميع التخصصات، التقنية كانت أو الإنسانية.

تعتمد فكرة المؤسسات الناشئة على القدرة والاستمرارية في ابداع وابتكار منتجات وخدمات جديدة، وقد ساعد في ذلك التطور الكبير في تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وتقنيات البرمجة والمعالجة وشبكات الأنترنت، ما مكن العديد من رواد الأعمال الطموحين الى ترك الوظائف الروتينية في مؤسسات أخرى وإنشاء مؤسساتهم الخاصة وتجسيد أفكارهم على أرض الواقع. ومن أجل البحث أكثر في هذا الموضوع نحاول طرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن للمؤسسات الناشئة تحقيق التنمية المستدامة إنطلاقا من الابتكار والابداع؟

تهدف هذه الورقة البحثية الى دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال:

- التعرف الى دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية الاقتصادية

- التعرف الى دور الابداع والابتكار في دعم المؤسسات الناشئة

- التعرف الى بعض التجارب الدولية حول الإبداع والابتكار

2. مدخل الى المؤسسات الناشئة

تعتبر المؤسسات الناشئة حل مناسب لكثير من الشباب للخروج من إطار الاعمال الروتينية بالمكاتب الحكومية، ففكرة إنشاء مؤسسة خاصة في حد ذاتها محفزة وجذابة خاصة اذا كانت هناك فكرة جديدة وإمكانيات مالية؛ ومن أجل ذلك سوف نحاول في هذا المبحث أخذ نظرة عن قرب عن مفهوم المؤسسات الناشئة وطبيعتها وآليات دعمها وتطويرها.

1.2. تعريف المؤسسات الناشئة

ظهر مصطلح المؤسسات الناشئة "Startup" بعد الحرب العالمية الثانية، وقام العديد من الباحثين بإجتهادات من أجل تقديم تعريف دقيق لها يحمل الخصائص التي تتميز بها عن باقي المؤسسات، ونذكر من بين أهم هذه التعاريف ما يلي:

- يعرفها قاموس إنجليزي بأنها المؤسسات الصغيرة التي نشأت للتو، مع ملاحظة أنها ضعيفة في ظل عالم الأعمال. (cambridge، 2022).

- عرفها "Eric Ries" على أنها كيان إجتماعي صمم من أجل إبتكار سلعة أو خدمة جديدة في ظل بيئة تتسم بحالة عدم التأكد الشديد. (Ries، 2011، صفحة 37)

- عرفها "Paul Graham" بأنها مؤسسات صممت للنمو بسرعة. (Graham، 2022)

- على أنها مؤسسة مؤقتة تبحث عن نموذج أعمال قابل للتطوير والتكرار ومريح (Blank & Bob , 2012, p. XXI)

كما أن المشرع الجزائري وفي محاولة لتشجيع رواد الاعمال كما سبق الذكر ودعم المؤسسات الناشئة حاول تحديد مفهومها من خلال وجوب توفر النقاط التالية: (الجريدة الرسمية، 2020، صفحة 10)

- يجب أن لا يتجاوز عمر المؤسسة 08 سنوات؛

- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة؛

- يجب أن لا يتجاوز رقم الاعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية؛

- أن يكون رأسمال الشركة مملوكا بنسبة 50% على الأقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق إستثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة؛

- يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيه الكفاية؛

- يجب أن لا يتجاوز عدد العمال 250 عامل.

كما ان هناك العديد من التعاريف الأخرى التي تشترك مع التعاريف السابقة في العديد من الجوانب، هذه الأخير يمكن ان نعتبرها بمثابة خصائص أو مميزات المؤسسات الناشئة نذكرها في النقاط التالية:

- كيان جديد: أي أنه عبارة عن تنظيم حديث النشأة وجد من أجل تحقيق أهداف معينة؛

- كيان مؤقت: والقصد هنا أن المؤسسات الناشئة تعتبر مرحلة من مراحل تكون مؤسسة عادية أخرى، إذا ما وفقت في الاستمرار وتخطي مخاطر البيئة المحيطة بها؛

- صغيرة الحجم: تتصف المؤسسات الناشئة بصغر حجمها خاصة وأنها جديدة بهدف أن تتحلى بمرونة أكبر في مواجهة بيئتها غير المستقرة، وبمنتجاتها التي هي بصدد إختبارها في السوق، كما انها لا تملك رأسمال كبير .

يوم 2-3 أكتوبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

- **سرعية النمو:** تتصف المؤسسات الناشئة بمعدلات نمو كبيرة اذا ما قورنت بالمؤسسات العادية، ويرجع الامر في ذلك الى الأفكار المبتكرة والدافعية الكبيرة التي يحملها صاحب المؤسسة.
- **مؤسسة مبتكرة:** وقد أجمعت معظم التعاريف على هذه الخاصية لدى المؤسسات الناشئة، فهي تعتمد على قدرتها في ابتكار سلع وخدمات أو تستعمل طرق إنتاج غير مألوفة بهدف إختراق السوق المستهدف، وإمتلاك ميزة تنافسية أمام باقي المؤسسات.
- من خلال ما سبق نستطيع القول ان المؤسسات الناشئة عبارة عن مؤسسات حديثة النشأة تعتمد على الابتكار وسرعة النمو من أجل خلق مكانة لها في السوق.

2.2. آليات تمويل المؤسسات الناشئة

يعتبر تمويل المؤسسات الناشئة التحدي رقم إثنان بالنسبة لرواد الأعمال بعد تحدي الفكرة المبتكرة التي سيقوم عليها المشروع، ومن أجل ذلك سنحاول في هذا المطالب التطرق الى مختلف الآليات التي يمكن من خلالها تمويل المؤسسات الناشئة Startup.

1.2.2 التمويل الذاتي

من الواضح أن المصدر الأول الذي سيفكر فيه رواد الاعمال في تمويل مشاريعهم هو أموالهم الخاصة أو التي يقترضونها من أهاليهم والمقربين منهم، ويتميز هذا النوع من التمويل بصفر تكاليف ولا حاجة الى توفير ضمانات أو القيام بإجراءات بيروقراطية كبيرة، كما أنه يمنح صاحب المؤسسة الحرية في تسيير مؤسسته والسعي نحو تطبيق أفكاره الجديدة بعيدا عن أي ضغوطات.

2.2.2 صندوق تمويل المؤسسات الناشئة

وقد قام المشرع الجزائري بإنشاء صندوق مخصص لدعم هذا النوع من المؤسسات تحت اسم "صندوق دعم وتطوير المنظومة الاقتصادية للمؤسسات الناشئة Startup"، وذلك من خلال القيام ب:

- تمويل دراسة الجدوى الاقتصادية والتقنية؛
- تمويل تطوير خطة العمل؛
- تمويل المساعدات التقنية؛
- تمويل التكاليف المتعلقة بإنتاج نموذج أولي؛
- تمويل التكوين. (الجريدة الرسمية، 2021، صفحة 18)

3.2.2 البنوك

ويعتبر تمويل المشاريع الاستثمارية بواسطة البنوك التجارية من الطرق التقليدية المعتادة، الا أن وفي حالة المؤسسات الناشئة قد يصادف رواد الاعمال بعض البيروقراطية والرفض، على أساس أن هذا النوع من المؤسسات قائم على احتمال مخاطرة مرتفع نسبيا اذا ما قورن مع المؤسسات العادية، بالإضافة الى ذلك دائما ما تلجأ البنوك التجارية الى وضع مجموعة من الشروط والضمانات، كما قد لا تستطيع المؤسسة الناشئة تحمل تكاليف تلك القروض.

4.2.2 شركات رأس المال المخاطر

تقوم شركات رأس المال المخاطر أو كما يعرفها المشرع الجزائري بشركات رأس المال الاستثماري بتمويل المؤسسات الصغيرة والحديثة في مرحلة ما بعد الانشاء من خلال المساهمة في رأس المال وتقديم الخبرة والمشورة لتسيير هذه المؤسسات، وما يميز شركات رأس المال المخاطر هو المساهمة في رأس المال ومتابعة الاستثمارات لمدة طويلة والتدخل النشط والمستمتر في تسيير المؤسسات. (بن زواي وبارق، 2014، صفحة 16)، ويظهر جليا أهمية هذا النوع من التمويل للمؤسسات الناشئة كونها تفتقد الى مصادر التمويل من جهة ومن جهة أخرى تفتقد الى الخبرة الكبيرة في التسيير الإداري.

3.2 أهمية المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة

قدم العديد من الباحثين والمؤسسات واللجان الدولية تعاريف مختلفة لمفهوم التنمية المستدامة، ونذكر تعريف اللجنة الدولية للبيئة والتنمية عام 1987 " التنمية التي تستجيب لمتطلبات الحاضر دون المساس بقدرات الأجيال المستقبلية في الاستجابة لحاجاتهم الخاصة" (Hess, 2013, p. 316) ويرتكز مفهوم التنمية المستدامة أساسا على التوفيق بين إحتياجات الحاضر والمستقبل في ظل محدودية الموارد، وسنحاول في هذا المطلب التطرق لأهمية المؤسسات الناشئة في دعم التنمية المستدامة من خلال ثلاث أبعاد أساسية هي البعد الاقتصادي، المجتمعي، البيئي.

1.3.2 أهمية المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية

تعتبر أي مؤسسة اقتصادية مهما كان نوعها أو حجمها مهمة للتنمية الاقتصادية، والمؤسسات الناشئة على غرار باقي المؤسسات لديها أهمية كبيرة في تطوير إقتصاد أي بلد، الا أنها تتميز بمجموعة من الخصائص تجعلها سهلة الانشاء ولا تحتاج الى رأسمال كبير وبذلك تسمح للكثير من الشباب بدخول ميدان ريادة الاعمال، الامر التي سيسمح ب:

- خلق قيمة مضافة أكبر؛
- زيادة عدد المؤسسات المنتجة بالاقتصاد؛
- تنوع النسيج الاقتصادي خارج قطاع المحروقات؛
- الرفع من الناتج المحلي الإجمالي؛
- خلق مناصب عمل جديدة وخفض مستويات البطالة؛
- تحسين وضعية الميزان التجاري؛
- خلق مستوى تنافسية أكبر بين المؤسسات؛
- خلق ديناميكية جديدة في السوق أساسها المنتجات المبتكرة والتي بدورها تفتح آفاق أخرى لبعض المستثمرين المحتملين؛
- تسمح بتحقيق كفاءة أكبر في استغلال موارد الدول.

2.3.2 أهمية المؤسسات الناشئة في التنمية المجتمعية

يقصد بالتنمية المجتمعية تنمية علاقات الانسان المتبادلة وتحسين مستوى التعليم والثقافة والوعي والسياسة والصحة لديه، وإتاحة فرص الحرية والمشاركة (مدحت وياسمين، 2017، صفحة 94)، وبالنظر الى هذا المفهوم يمكن القول أن للمؤسسات الناشئة دور لا يستهان به في هذا المجال، فسهولة الانشاء وميزاتها الابتكارية يمكن أن يسمح بخلق سلوكيات جديدة تماما على مستوى الافراد:

- تشجيع المبادرة والمقاولاتية في نفوس الشباب؛
 - توفير مناصب العمل وخلق بيئة جديدة للعاطلين عن العمل؛
 - تحسين المستوى المعيشي للعائلات ومحاربة الفقر؛
 - تحسين المستوى الثقافي والصحي للأفراد؛
 - تفاعل أكثر بين الافراد والمجموعات ما يسمح بتطوير الأفكار وتقريب وجهات النظر؛
 - خلق روح التنافس بين الشباب والمجموعات من أجل الابتكار والتحسين المستمر؛
 - قيام المؤسسات على توفير سلع وخدمات تساهم في تحسين الحياة الاجتماعية.
- كما ان هناك الكثير من الجوانب الاجتماعية التي قد تتأثر بسبب هذا النوع من المؤسسات والتي لا يمكن حصرها في النقاط السابقة.

3.3.3 أهمية المؤسسات الناشئة في دعم البيئة

يمكن ان تكون المؤسسات الناشئة عوناً كبيراً في حماية البيئة من الاخطار المحدقة بها، فالتطور التكنولوجي الذي تشهده الساحة الان قد يسمح بالاستغلال الأمثل للموارد في سبيل تخفيض التكاليف، كما قد يعزز من محاربة التلوث البيئي وانبعاث الغازات ومعالجة المخلفات بكفاءة أكبر من خلال تبني تقنيات حديثة. خاصة وأن الدول تفرض غرامات كبيرة على المصانع التي تتسبب في تلويث البيئة، هذه الأخيرة هي مستعدة لدفع مبالغ كبيرة من أجل تحسين صورتها امام المجتمع وعدم التعرض لتلك التكاليف الإضافية، وهنا تبرز أهمية المؤسسات الناشئة في تطوير الحلول الابتكارية والقضاء على هذا النوع من المشكلات.

3. دور الابداع والابتكار في دعم المؤسسات الناشئة

سوف نتطرق في هذا المبحث الى مفهوم الابداع والابتكار بشكل مختصر ثم ننتقل الى أهميتهما في حالة المؤسسات الناشئة.

1.3 مفهوم الابداع والابتكار

يعرف الابداع على انه إنتاج أفكار جديدة ومفيدة في حين يعرف الإبتكار على أنه التنفيذ الناجح للأفكار الإبداعية على مستوى المؤسسات (Williams, 2009, p. 232)، كما يرى دراكر "Drucker" أن الابداع هو الطريقة التي يعتمدها المقاول لخلق مصادر جديدة للثروة أو دعم المصادر ذات القدرة العالية لخلق الثروة (الزيادات، 2008، صفحة 358)، اما "Robbins" فيرى أن الابتكار هو القدرة على جمع الأفكار وإخراجها بأسلوب فريد من نوعه (الزيادات، 2008، صفحة 358)، وفي العديد من الصناعات

يوم 2-3 أكتوبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

يمكن النظر الى المنافسة على أنها ظاهرة حتمية للعملية الابتكارية داخل المؤسسات، كما يمكن القول أن الابتكار هو السبب في تطور الصناعات والسبب أيضا في انتقال المؤسسة عبر دورة حياتها، كما أن الابتكار على مستوى المنتجات والعمليات يسمح بتحقيق أرباح كبيرة جدا، كما أنه يسمح للمؤسسات الناشئة والصغيرة بكسر حواجز الدخول للصناعة ومنافسة المؤسسات الكبيرة. (Hill, Gareth , & Melissa, 2014, p. 67)

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الابتكار هو تطوير فكرة إبداعية وتطبيقها في شكل منتج او خدمة أو عملية جديدة من أجل خلق ميزة امام المنافسين وتعظيم الأرباح. ويقدم عالم النفس الأمريكي والاس "Wallace" مراحل الابداع كالتالي:
أ- **الاهتمام Interst**: تبدأ عملية الابداع بالاهتمام أو الشعور بالحاجة، اذ لا بد من وجود شيء يفرض نفسه.

ب- **الاعداد Preparation**: وتتمثل في جمع المعلومات والمعرفة حول موضوع المشكلة التي تمثل محور اهتمام المفاول، وهنا يتم تخطيط رحلة التفكير.

ت- **الاحتضان Incubation**: تشهد هذه المرحلة عمليات تفاعل كبيرة، وتتداخل خلالها العوامل الشعورية واللاشعورية في شخصية الانسان، وتكون محاولات عميقة من اجل فهم جوهر المشكلة والحلول المناسبة.

ث- **البروغ Illumination**: وفيها تنبثق بشكل مفاجئ الفكرة الجوهرية أو نموذج العمل التي يقوم المفاول خلاله بترتيب أفكاره جيدا.

ج- **التحقق Verification**: وهنا يتم وضع الفكرة الجوهرية ونموذج العمل التي تم التوصل اليهما سابقا على ميزان العقل والمنطق للتحقق من مدى ملائمتها لحل المشكلة من جهة ومن جهة أخرى تحديد طرق تحقيقهما والاثار الجانبية التي يمكن ان تحدث. (حريم، 2009، الصفحات 356-357).
تعتبر عمليات الابداع السابقة الذكر عمليات ذهنية وعلى هذا الأساس لا يمكن التأكد أو الجسم بانها ستكون بهذا الترتيب، وانما ستكون متداخلة ومشوشة الى غاية مرحلة البروغ التي تبدوا فيه الأفكار منطقية ولها علاقة بالمشكلة وبامكانية كونها حل مناسب.

2.3 أهمية الابداع والابتكار

يعد الابداع والابتكار من المقومات الأساسية التي يرتكز عليها مفهوم المؤسسات الناشئة في التميز واحداث الفارق داخل الأسواق التي تتميز بدرجة منافسة عالية، حتى أن هذا النوع من المؤسسات والذي يتميز بمعدلات نمو كبيرة سيحتاج الى الابداع والابتكار بشكل مستمر وذلك لإحداث تلك القفزات النوعية وخلق مكانة في السوق المستهدف.

منح التطور الكبير على مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصة كبيرة لرواد الاعمال للتميز وإبتكار منتجات وخدمات جديدة، أو طرق إنتاج مبدعة تسمح بتخفيض التكاليف الى مستويات قياسية وبالتالي رفع مستوى الأرباح والحصة السوقية بشكل سريع، وهناك العديد من المؤسسات

الجزائرية التي بدأت بفكرة مبدعة إحتتمالات نجاحها بالأول لم تكن كبيرة الا انها وبفضل تطوير برمجيات وإستعمال شبكات الانترنت وإكتشاف حاجات غير ملبات لدى شريحة واسعة من المجتمع الجزائري جعلها تنجح وتحقق نتائج مبهرة، ونأخذ على سبيل المثال شركة يسيير "Yassir" التي وجدت ان خدمات سيارات الأجرة لا تليي احتياجات الزبائن الحاليين والمحتملين، فطورت فكرة توظيف سائقين خواص يستعملون سياراتهم من جهة ومن جهة أخرى تطوير تطبيق على الهاتف المحمول يسمح بتحديد أماكن الزبائن وكذلك السائق الأقرب اليه وسعر الخدمة، وقد بدأت هذه الفكرة في الجزائر العاصمة لتتجج وتتوسع هذه الخدمة عبر مختلف الولايات الكبيرة، كما نجد كمثال آخر مؤسسة يالدين إكسبرس "Yalidine express" والمختصة في نقل المواد والبضائع والأظرفة عبر مختلف ولايات وبلديات الوطن، وقد بدأت كفكرة بسيطة لتدعم التجارة الالكترونية التي شهدت طفرة نوعية في الجزائر وتعالج مشكلة نقل البضائع عبر المسافات القصيرة والطويلة، ثم توسعت يالدين جغرافيا لتمس جميع المناطق عبر شبكة فروع على درجة عالية من الكفاءة والفعالية، خاصة وأنها أصبحت محل ثقة بين مختلف الزبائن.

الا أنه ومن الجدير بالذكر الحديث عن مستويات المخاطرة في حالة المؤسسات الناشئة، والتي تكون جد مرتفعة في مثل هذه الحالات، فالفكرة الجديدة المبتكرة قبل تجسيدها تكون ملهمة وجذابة حقا، الا أن إختبارها على أرض الميدان هو من يحدد قدرتها على جعل المؤسسة الناشئة تنجح وتتميز أو تخفق وتختفي.

4. تجارب عالمية ناجحة في الابداع والابتكار التسويقي

سنعرض من خلال هذا المبحث مجموعة من التجارب لمؤسسات عالمية ناجحة مع تسليط الضوء على سياستها التسويقية، وإبداعها في مجال التسويق وكيف ساهمت قراراتها التسويقية في نجاحها وسيطرتها على حصة سوقية معتبرة، سنلاحظ من خلال هذه التجارب أن الابداع التسويقي يمكن أن يكون على أشكال عديدة، وقد يمس عدة مستويات: المنتج، طريقة الانتاج، طريقة التوزيع، الاتصال بالزبائن والاشهار، بحوث التسويق إلخ

1.4 طيران الامارات

تم انشاء شركة طيران الامارات من طرف حكومة دبي سنة 1985، وكان الهدف الرئيسي لإنشائها هو امتلاك مصدر للدخل والنمو الاقتصادي خارج قطاع المحروقات، في ظل تخوف من تقلص أو اختفاء هذه الثروة في المستقبل.

في البداية كانت الشركة توفر رحلات إلى 60 وجهة موزعة على 42 دولة من مختلف أنحاء العالم : أوروبا، إفريقيا، الخليج، آسيا وأستراليا، في ظل منافسة شرسة وسوق تحكمه عدة شركات عالمية تقدم

يوم 2-3 أكتوبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

خدمات ذات جودة عالية، التزمت الشركة الإماراتية بتقديم أفضل منتج، اعتماد أحسن المعدات والخدمات والترويج لصورة المؤسسة (Kotler & al, 2016, p81).

أهم القرارات التسويقية:

اعتمدت طيران الامارات على سياسة تسويقية مبتكرة ومن أهم قراراتها:(Kotler & al, 2016, p82)

- قامت الشركة ببناء وتوطيد العلاقة مع شركتي AIRBUS و BOEING الأمر الذي مكنها من شراء أضخم وأحدث الطائرات والتجهيزات، وجعلها المتعامل الأول في العالم لطائرات الـ AIRBUS و BOEING.
- شراء أسهم في أفخم الفنادق 5 نجوم.
- تقديم خدمة ذات جودة عالية: طائرات فخمة، خدمة ورفاهية عالية، أسعار تنافسية.
- قامت الشركة بالتموقع وبناء صورة على أنها شركة طيران عالمية وليست شركة إماراتية وتقوم بتوظيف عمال (طيارين، مضيفين.....) من مختلف الجنسيات والدول.

خلال عقدين فقط من الزمن بفضل سياستها التسويقية المميزة، استطاعت طيران الامارات أن تحقق عدة إنجازات (The Emirates Group, 2021):

- تضاعف عدد الوجهات إلى 150 وجهة في 81 دولة مختلفة في أنحاء العالم.
- توظف أكثر من 100000 موظف من جنسيات مختلفة (162 دولة مختلفة).
- تحصلت على عدة جوائز (أكثر من 400 جائزة) من بينها: أفضل شركة طيران في العالم.
- تمتلك الأسطول الجوي الأكثر حداثة والأقل عمرا من حيث الاستعمال.

2.4 شركة فيريرو Ferrero

هي مؤسسة إيطالية تملكها عائلة فيريرو، حيث تملك الشركة حوالي 8% من السوق العالمية للشكولاتة وحوالي 19% من السوق في أوروبا الغربية. توظف الشركة أكثر من 36000 موظف وتملك 18 مصنع

عبر العالم (Ferrero, 2013, p3).

أهم عوامل نجاح الشركة:

كانت بداية الشركة جد متواضعة، حيث بدأت كمحل لصناعة الحلويات سنة 1946 في منطقة ألبا في إيطاليا وكانت المنطقة مشهورة بإنتاجها للبندق، بعد الحرب العالمية الثانية، ارتفعت الضرائب على مادة الكاكاو بشكل كبير، فقرر مؤسس الشركة (Pietro Ferrero) ابتكار وصفة جديدة تتكون من 50% شكولاتة و50% من البندق الذي كان سعره منخفضا في المنطقة (Kotler & al, 2016, p118).

يوم 2-3 أكتوبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

حقق هذا المنتج رواجاً كبيراً لدى المستهلكين، فقررت الشركة تطويره ليصبح عبارة عن عجينة للطلاء وتسويقه باسم Nutella، حقق المنتج نجاحاً باهراً وسرعان ما صار يسوق عالمياً، نظراً لتميزه، ذوقه واستعمالاته المتعددة. حالياً، تبيع الشركة أكثر من 11 مليون عبوة سنوياً في بريطانيا فقط (Ferreo, 2021).

- شركة FERRERO لا تملك تشكيلة واسعة من المنتجات، لكنها عوضت ذلك عن طريق إنتاج منتجات مميزة وذات استعمالات كثيرة (فطور الصباح، تحلية، صناعة الحلويات.....)
- قامت المؤسسة بإنشاء مصانع في مختلف دول العالم، مع إعطاء الأولوية للبلدان التي تستهلك الشكولاتة بكثرة مثل ألمانيا وفرنسا.
- تقوم سياسة المؤسسة على الالتزام بجودة المنتج واستمرارية الابتكار والابداع.
- تقوم المؤسسة بدراسات سوق عديدة وتقوم بتجربة منتجاتها بصورة مكثفة عن طريق إعطاء عينات للمستهلكين بغرض التذوق.
- قامت المؤسسة بتجربة منتجات KINDER والقيام بعمليات تذوق لمدة سنتين كاملتين بل اطلاق المنتج وتسويقه عالمياً.
- تستهلك شركة FERRERO حوالي 25% من الإنتاج العالمي للبندق، ومن أجل تخفيض التكاليف والتحكم في الأسعار، قامت الشركة بالاستثمار في حقول لإنتاج البندق، حيث قامت بغرس أزيد من 1 مليون شجرة، بطاقة إنتاجية تقدر بأزيد من 5000 طن سنوياً.
- بالإضافة، تقوم المؤسسة برعاية عدة فرق كرة القدم، وقامت بحيازة عدة مؤسسات انتاجية عالمية.

3.4 شركة ايكيا IKEA

تم تأسيس الشركة في سنة 1943 من طرف Ingvar Kamprad، الذي كان شاب في سن 17 عام يبيع الأقلام وبطاقات الأعياد بالقرب من منزله في السويد، خلال عدة سنوات صارت مؤسسة عملاقة وظاهرة عالمية في مجال تصنيع وبيع الأثاث المنزلي (Riddhima Chopra, 2009, p3).

حوالي 700 مليون شخص يترددون على محلات IKEA سنوياً، وأكثر من 2 مليار زائر للموقع الإلكتروني للمؤسسة الذي يحتوي على قائمة لأكثر من 12000 منتج بتصميم جميل وأسعار جد تنافسية (Ikea Group, 2021).

عوامل تفوق المؤسسة:

فيما يلي أهم مميزات السياسة التسويقية والقرارات التي أدت إلى نجاح مؤسسة IKEA (Kotler, 2017,) (p18):

- من أجل مواكبة الموضة وأذواق المستهلكين، تقوم المؤسسة بتغيير حوالي ثلث منتجاتها بمنتجات جديدة كل سنة.
- تقوم المؤسسة بإعطاء تسميات لمختلف موديلات الأثاث التي تبيعها عوض استعمال أرقام ورموز، وهي استراتيجية تسويقية تهدف على إعطاء هوية وصورة مميزة لهذه المنتجات كما أن هذا يجعل المستهلك يتذكرها بسهولة.
- تقدم المؤسسة أثاث ذو جودة عالية بأسعار جد منخفضة مقارنة بالمنافسين.
- كما استطاعت المؤسسة تخفيض الأسعار مقارنة بالمنافسين بالاعتماد على سياسة مبتكرة حيث:
- تقوم المؤسسة بإدماج المستهلك بدرجة كبيرة في عملية الشراء، يقوم بالتسوق، تحميل الأثاث على شكل قطع موضبة في الصناديق ويقوم بتركيب الأثاث والقطع بنفس.
- تستعمل مواد خفيفة فيما يخص الصناديق والتعبئة والتغليف.
- تستعمل الطاقة الشمسية ومولدات هوائية لتوليد الكهرباء وتخفيض تكاليف الطاقة.
- تقوم المؤسسة بفتح محلاتها في مواقع استراتيجية بالقرب من وسط المدينة لتخفيض تكاليف النقل والشحن.
- عندما تقوم المؤسسة بتصميم وتصنيع منتج جديد تقوم أولاً بوضع السعر وتسقيفه ثم تقوم بإيجاد الطريقة المثلى لتصميمه وإنتاجه ضمن السعر المحدد.
- تقوم المؤسسة ببيع منتجاتها على مستوى عالمي، كما تقوم بتصنيع منتجات خاصة ذات صفات ومميزات تتماشى مع أذواق سكان الدولة أو المنطقة، حيث تحاول دائماً التماشي مع حاجات ورغبات المستهلكين.
- في بعض الدول (مثل الصين) لم تلاق طريقة التركيب والتحميل نجاحاً لدى المستهلكين، فصارت المؤسسة تقدم خدمة توصيل وتركيب مقابل مبلغ إضافي في هذه المناطق.
- تعتبر المؤسسة اليوم أكبر مسوق للأثاث المنزلي في العالم، حيث تملك أكثر من 400 محل موزعة على 50 دولة في مختلف أنحاء العالم.
- تقدر مداخيلها بحوالي 42 مليار دولار سنوياً (2021)، (Ikea Group, 2021).

4.4 شركة ديل DELL

ديل DELL هي شركة أمريكية لصنع وبيع أجهزة وخدمات الإعلام الآلي، تم تأسيسها سنة 1984 من قبل ميشيل ديل Michael Dell برأسمال قدره 1000 دولار فقط، وتولى مهمة المسير التنفيذي للشركة إلى غاية سنة 2004 حيث تنحى عن منصبه واكتفى بكونه مساهما في رأسمال الشركة. يقع مقرها في ولاية تكساس Texas بالولايات المتحدة الأمريكية، وتحتل المرتبة 41 في قائمة الـ 500 شركة الأكثر ثراء في العالم وهذا بمداخل قدرت بأكثر من 102 مليار دولار لسنة 2021.

عوامل نجاح وتميز الشركة:

تبنيت المؤسسة أسلوب تسويقي مختلف تماما عن المنافسين الآخرين وهو الأسلوب المباشر، أو كما يطلق عليه اسم Direct Model ، فلا أحد من مصنعي أجهزة الحاسوب والإعلام الآلي اعتمد الأسلوب المباشر لبيع وتسويق منتجاته قبل ديل DELL ويجمع الخبراء والمحللين على أن هذا الأسلوب هو السبب في النجاح الكبير للشركة، ويقول أحد المحللين: " لا توجد طريقة أفضل لصنع، بيع وتسويق أجهزة الحاسوب من الطريقة المباشرة التي تعتمدها ديل DELL" (Michael Dell, 2001). إن العامل الآخر الذي ميز ديل DELL عن المنافسين هو أسلوبها في التصنيع والذي يعتمد على تركيب أجهزة الحاسوب حسب الطلب، حيث أن الشركة تنتج القطع المكونة للحاسوب مسبقا ثم تقوم بتركيبها حسب طلبات المستهلكين وتقوم بتسليمها مباشرة إلى عنوان الزبون، الأمر الذي يضمن المرونة والفعالية في تصنيع وبيع الأجهزة، فزبائن ديل DELL يمكنهم طلب المنتج الذي يريدونه بالخصائص التي يريدونها عن طريق الهاتف أو عن طريق الموقع الإلكتروني للشركة، ويحصلون عليه في أقصر وقت ممكن.

إن هذه الاستراتيجية التسويقية التي تعتمد على الأسلوب المباشر والتصنيع حسب الطلب مكنت الشركة من احتلال مكانة رائدة في سوق أجهزة الإعلام الآلي ، وقد تمكنت من التفوق على شركات عملاقة في وقت قياسي مثل شركتي IBM و TOSHIBA المتواجدتان في السوق منذ مدة طويلة.

استطاعت الشركة بعد 17 سنة فقط من تأسيسها سنة 1984 أن تحصل على أكبر حصة سوقية وتمكنت من الحفاظ على مرتبتها الأولى لعدة سنوات، الأمر الذي يصعب تحقيقه أمام منافسين كبار مثل HP و IBM المتواجدان في السوق لمدة طويلة ويملكان خبرة أكبر بكثير، فشركة IBM متواجدة في السوق منذ أكثر قرن من الزمن وشركة HP متواجدة لمدة 72 سنة آنذاك (Kotler, 2008, p478).

5. خاتمة

تم خلال هذه الورقة البحثية التطرق الى كل من المؤسسات الناشئة وأهم ما يميزها عن باقي المؤسسات، وأيضا الابداع والابتكار كمدخل لخلق الميزة التنافسية ومكانة بالسوق، وكيف أن المؤسسات الناشئة تعتمد بشكل أساسي عليهما في تحقيق مستويات عالية من الأداء والنمو، كما تم أيضا عرض الكثير من النقاط التي تبرز من خلالها أهمية المؤسسات الناشئة على مستوى التنمية الاقتصادية والتنمية المجتمعية وكذلك الحفاظ على البيئة ومستقبل الأجيال القادمة، هذه المحاور الثلاثة التي تشكل عماد التنمية المستدامة.

كما تم عرض العديد من التجارب الوطنية والدولية في مجال الابداع والابتكار ما سمح بتوفير منتجات وخدمات على درجة عالية من الجودة، الأمر الذي جعل تلك المؤسسات رائدة في السوق الذي تنتشط به.

المراجع

- 1- Blank, S., & Bob , D. (2012). The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. John Wiley & Sons Inc.
- 2- cambridge. (2022, 10 25). dictionary.cambridge.org. Récupéré sur dictionary.cambridge.org: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/start-up?q=startup>
- 3- Ferrero Rocher, Marketing Plan, 2013.
- 4- Ferrero Sustainability Report, 2021.
- 5- Graham, P. (2022, 10 25). Startup = Growth. Récupéré sur paulgraham.com: <http://www.paulgraham.com/growth.html>
- 6- Hess, P. N. (2013). Economic growth and sustainable development. New York: Routledge.
- 7- Hill, C. W., Gareth , J. R., & Melissa, S. A. (2014). Strategic Management: Theory: An Integrated Approach (éd. 11 th). Stamford: Cengage Learning.
- 8- Inter Ikea Group, Financial Summary, 2021.
- 9- Michael Dell and Catherine Fredman, Direct From Dell: strategies that revolutionized an industry, Harper Collins, USA, 2001
- 10- Philip Kotler & al, Principles of Marketing, Pearson Publishing, USA, 2017.
- 11- Philip Kotler and Gary Armstrong , Principles of Marketing ,12th edition , Pearson Prentice Hall , USA , 2008
- 12- Philip Kotler and Kevin Lane Keller, Marketing Management, 15th edition, Pearson Publishing, USA, 2016.

- 13- Riddhima Chopra, Ikea case study, 2009
- 14- Ries, E. (2011). The Lean Startup. New York: The Crown publishing.
- 15- The Emirates Group, Annual Report, 2021.
- 16- Williams, C. (2009). Management (éd. 5 ed). Natorp Boulevard USA: South-Western Cengage Learning.
- 17- الجريدة الرسمية. (2020, 09 21). المرسوم التنفيذي 254/20. يتضمن انشاء لجنة وطنية لمنح علامة مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر وحاضنة أعمال وتحديد مهمها وتشكيلها وسيرها. الجزائر.
- 18- الجريدة الرسمية. (2021, 10 23). قرار وزاري مشترك 150-302. مدونة إيرادات ونفقات حساب التخصيص الخاص رقم 150-302 الذي عنوانة صندوق دعم وتطوير المنظومة الاقتصادية للمؤسسات الناشئة. الجزائر.
- 19- الزيادات, م. ع. (2008). اتجاهات معاصرة في ادارة المعرفة. عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 20- بن زوي, م. ا., & براق, م. (2014). رأس المال المخاطر. الاسكندرية مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- 21- حريم, ح. (2009). السلوك التنظيمي. (éd. الطبعة 03). عمان الاردن.
- 22- مدحت, أ., & ياسمين, م. م. (2017). التنمية المستدامة مفهومها وأبعادها ومؤشراتها. القاهرة مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

المؤسسات الناشئة كرهان لتفعيل استراتيجية إعادة تدوير النفايات خدمة لأهداف التنمية المستدامة -

عرض نماذج عربية بارزة

د. آمال حفناوي*، د. بلقاسم بوفاتح**

*جامعة العربي التبسي-تبسة، amel.hafnaoui@yahoo.com؛

**المركز الجامعي شريف بوشوشة، آفلو، belkacem.bft@gmail.com

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى عرض أهمية المؤسسات الناشئة في تفعيل استراتيجية إعادة التدوير من خلال توفير حلول مبتكرة لجمع وإدارة النفايات بمختلف أنواعها وإعادة تدويرها، وذلك ما يندرج ضمن مساعي تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ولقد تم عرض نماذج عربية لمؤسسات ناجحة متخصصة في هذا المجال.

وتم التوصل إلى أن هذه المؤسسات الناشئة بما تتمتع به من مزايا من شأنها تنشيط الاقتصاد الدائري ودعم أهداف التنمية المستدامة خاصة ما يتعلق بصيانة الموارد وحماية البيئة والانسان، كما تدعم خفض البصمة الكربونية وتوفير الموارد المالية للمؤسسات، وتم تقديم جملة من التوصيات على رأسها ضرورة دعم وتشجيع المؤسسات الناشئة المتخصصة في هذا المجال بكل ما يساهم في نموها واستمراريتها وتشجيع رواد الأعمال على الدخول في هذا المجال ودعمه.

الكلمات الدالة: المؤسسات الناشئة، إعادة تدوير النفايات، الاقتصاد الدائري، أهداف التنمية المستدامة.

ABSTRACT

This study aims to present the importance of Start-up in activating the recycling strategy by providing innovative solutions for the collection and management of waste of all kinds and recycling it, which falls within the efforts to achieve the sustainable development goals, and Arab models of successful start-ups specialized in this field have been presented.

It was concluded that these start-ups, with their advantages, would revitalize the circular economy and support the goals of sustainable development, especially with regard to the conservation of resources and the protection of the environment and human beings. It also supports reducing the carbon footprint and providing financial resources to the institutions. A number of recommendations were presented, on top of which is the need to support and encourage start-ups specialized in this field with all that contributes to their growth and continuity and encourage entrepreneurs to enter and support this field.

Keyword: startups, waste recycling, circular economy, sustainable development goals.

1. المقدمة

تعد النفايات من أخطر المشاكل التي تهدد البيئة والانسان على حد سواء، لذلك تسعى مختلف دول العالم لسن قوانين واعداد خطط من شأنها إيجاد حل للقضاء على هذه النفايات والتخلص منها لمواجهة التلوث البيئي، والمحافظة على صحة الانسان، ولقد رافق ذلك تدابير مختلفة للتغيير من السلوك الاستهلاكي والإنتاجي وجعله أكثر استدامة. ولقد أثبتت المؤسسات الناشئة قدرتها على إيجاد حلول مبتكرة للعديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، حيث كانت لها مساهمات قيمة في هذا المجال من خلال استحداث مؤسسات ناشئة متخصصة في جمع وإدارة النفايات وإعادة تدويرها، لذلك عملت مختلف الدول على تعزيز الممارسات الصديقة للبيئة وتشجيع الاستثمار في مجال إدارة النفايات ودعم رواد الأعمال المهتمين بهذا المجال وتشجيعهم على الاستثمار فيه، لما له من أهمية في حماية البيئة وصحة الانسان وتنويع الاقتصاد.

ومن خلال ما سبق تتمثل إشكالية هذا البحث فيما يلي:

إلى أي مدى يمكن للمؤسسات الناشئة أن تساهم في إعادة تدوير النفايات بما يخدم مساعي تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟

الأسئلة الفرعية

يتفرع عن التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما المقصود بالمؤسسات الناشئة وإعادة تدوير النفايات وما أهميتهما؟
- كيف تساهم المؤسسات الناشئة المتخصصة في إعادة تدوير النفايات في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟

- ما هي أهم النماذج العربية الناجحة للمؤسسات الناشئة الناشطة في مجال إعادة تدوير النفايات؟
أهمية الدراسة

تظهر أهمية الموضوع في تسليط الضوء على دور وأهمية المؤسسات الناشئة في تعزيز وتفعيل إعادة تدوير النفايات بما يدعم تنشيط وتحقيق الاقتصاد الدائري، وهذا ما يعد ضمن أهداف التنمية المستدامة التي يجري العمل على تحقيقها عالميا .

أهداف الدراسة

يهدف هذا البحث إلى :

- التعرف على المؤسسات الناشئة وأهميتها؛
- التعرف على المقصود بإعادة تدوير النفايات وأهميته.
- معرفة دور المؤسسات الناشئة العاملة في إعادة تدوير النفايات تحقيق أهداف التنمية المستدامة

منهج الدراسة

تم في إطار هذه الدراسة، توظيف المنهج الوصفي والتحليلي، وهذا لأنه المنهج الملائم لوصف مفصل للبيانات والمعلومات التي تم تجميعها عن متغيرات الدراسة، ثم تحليلها بما يجيب عن إشكالية الدراسة المطروحة ويختبر صحة الفرضيات المقدمة.

2. المؤسسات الناشئة

1.2 مفهوم المؤسسات الناشئة

هي كل مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، بغض النظر عن حجم المؤسسة، أو قطاع أو مجال نشاطها، كما تتميز بارتفاع حالة عدم التأكد والمخاطرة العالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال حصولها على عوائد ضخمة في حالة نجاحها. (بوشعور، 2018، صفحة 420)

2.2 مميزات المؤسسات الناشئة

تتميز المؤسسات الناشئة بالخصائص التالية: (بورنان و صولي، 2020، صفحة 133)

- شركات حديثة العهد؛
- شركات لها خياران إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة؛
- إمكانية نموها السريع وتوليدها إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل؛
- تعتمد على التكنولوجيا بشكل كبير؛
- تتطلب تكاليف منخفضة لإنشائها.

3.2 أساسيات إقامة مؤسسة ناشئة

يجب توفر بعض الأمور الأساسية من أجل إقامة مؤسسات ناشئة وتتمثل فيما يلي: (بنوجعفر، شالا، و طبوش، 2021، الصفحات 94-96)

- التفكير في مشكلات الناس وحاجاتهم: تسعى الشركات الناشئة بطبيعتها إلى تقديم حلول للناس وطرح الخدمات الرائدة في السوق؛
- التفويض عن حلول إبداعية وعملية لهذه المشكلات: هذه النقطة لا تعني البحث عن حلول غريبة أو غير مألوفة، بل تعني التفكير في استراتيجيات بسيطة لم يضعها أحد من قبل بشكل عملي (أو لا أحد قام بتنفيذها بالشكل الكافي).
- التفكير في طرق تساعد على الارتقاء بالعمل والمبيعات: رائد الأعمال بحاجة إلى اختيار حلول تتمتع بإمكانية كبيرة للنمو وتكون قادرة على زيادة الأرباح والدخل دون الحاجة إلى بذل التكاليف الضخمة على البنى التحتية وغيرها.

- الاستناد على التكنولوجيا: التكنولوجيا موجودة لتسهيل حياتنا، لهذا السبب لابد من استخدام الموارد التقنية المتاحة لتقديم أفضل الخدمات والمنتجات للعملاء المستهدفين
- تحديد أهداف وفترات زمنية لتنفيذ هذه الأهداف: كما هو الحال في أي عمل تجاري، يجب ، على الأمد القصير، المتوسط على المؤسسة الناشئة أن تحدد أهدافها بشكل جيد جدا والبعيد.
- التخطيط على الصعيد الاقتصادي: تحديد مقدار الميزانية التي يحتاج لها رائد الاعمال للبدء بإقامة المؤسسة الناشئة Startup ، ما مقدار المال الذي سيساهم به كل شخص مشترك في هذا العمل؟

- البحث عن موارد تمويل جماعي: في الحقيقة، لا يولد جميع رواد ولديهم الملايين. ذا لم تكن لديك ميزانية كافية لرعاية وتنفيذ فكرة الأعمال التجارية لديك، ابحث عن مصدر تمويل جماعي بهذا تنشر فكرتك عبر منصة لهذا التمويل
- تشكيل فريق عمل موح لرابد الأعمال أن يتحقق ت من أن يكون لديه فريق عمل جاهز ومستعد لإقامة شركته الناشئة. لا داع لأن يكون مجموعة كبيرة، المثالي أن يساهم كل عضو بشيء هام من أجل المشروع.

4.2. أهداف المؤسسات الناشئة

للمؤسسات الناشئة العديد من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها منها ما يلي: (قواسمية و يعقوب، 2022، صفحة 101)

- ترقية روح المبادرة الفردية والجماعية باستحداث أنشطة اقتصادية سلعية أو خدمية لم تكن موجودة من قبل وكذا احياء أنشطة اقتصادية تم التخلي عنها لأي سبب؛
- استحداث فرص عمل جديدة وساء بصورة مباشرة وهذا بالنسبة لمستحدثي المؤسسات أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامهم لأشخاص آخرين؛
- أداة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية مما يجعلها أداة هامة لترقية تثمين الثروة المحلية وإحدى وسائل الاندماج والتكامل بين المناطق؛
- حلقة وصل في النسيج الاقتصادي من خلال مجمل العلاقات التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة والمتفاعلة معها، والتي تتشارك في استخدام ذات المدخلات.

3. إعادة تدوير النفايات والتنمية المستدامة

1.3. التنمية المستدامة

1.1.3. مفهوم التنمية المستدامة

التنمية المستدامة كما ورد في تقرير "مستقبلنا المشترك" الصادر عن اللجنة العالمية للبيئة والتنمية عام 1987، هي: (التنمية التي تفي باحتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرة أجيال المستقبل على الوفاء باحتياجاتها الخاصة). (Tracey strange, 2008, P 26) وقد ألحقت بهذا المفهوم تكملة في نفس التقرير ليكون أكثر شمولية ودقة : (... وخاصة الحاجات الأساسية للأكثر احتياجا، الذين تمنح لهم الأولوية الكبرى. فالتنمية المستدامة تهدف إلى تفضيل حالة من التناغم بين البشر فيما بينهم، وبينهم وبين الطبيعة). (Souyet, 2009, P 30) فهو يعتبر أول مفهوم وضح الدعائم الثلاثة للتنمية المستدامة (الاقتصادية والاجتماعية والبيئية). حيث تعتمد هذه التنمية على تنمية اقتصادية بإشراف بيئي من خلال مسؤولية مجتمعية من الشعوب والمؤسسات ورجال الأعمال ومنظمات المجتمع المدني. (الأشوح، 2017، ص38)

وتمتاز التنمية المستدامة بالديناميكية كونها عملية مستمرة ومتجددة كلما تحقق مستوى معين من التطور تطلب ذلك الانطلاق إلى مستوى أعلى لمرحلة لاحقة، وهذه الخاصية تعطي مفهوم التنمية صفة الاستدامة.

2.1.3. أهداف التنمية المستدامة

في 2 سبتمبر 2015 اعتمدت 193 دولة عضوا في الجمعية العامة للأمم المتحدة رسميا أجندة التنمية المستدامة 2030، وتتضمن مجموعة الأهداف العالمية الجديدة، تضمنت الأجندة 17 هدفا و169 غاية و230 مؤشرا للقضاء على الفقر ومكافحة عدم المساواة ومعالجة المناخ. (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، 2015، صفحة 5)

وأهداف التنمية المستدامة وغاياتها متكاملة وغير قابلة للتجزئة، وهي عالمية بطبيعتها وشاملة من حيث تطبيقها، تراعي اختلاف الواقع المعيشي في كل بلد وقدراته ومستوى تنميته، وتحترم السياسات والأولويات الوطنية. وتعتبر الغايات مرامي ذات طابع عالمي يطمح إلى بلوغها، حيث تحدد كل حكومة غاياتها الوطنية الخاصة بها مسترشدة بمستوى الطموح العالمي ولكن مع مراعاة الظروف الوطنية. وعلى كل حكومة أن تقرر سبل إدماج هذه الغايات العالمية الطموحة ضمن عمليات التخطيط والسياسات والاستراتيجيات الوطنية. والمهم مراعاة الصلة بين التنمية المستدامة وبين سائر العمليات الجارية التي تتصل بها في الميادين الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. (الأمم المتحدة ، 2015، صفحة 17)

إن خطة التنمية المستدامة لعام 2030 وأهدافها الـ17 التي أقرتها كافة الدول الأعضاء في الأمم المتحدة في سبتمبر 2015 ترسم خارطة طريق بعيدة الرؤية لسائر الدول والجهات المعنية، كي تعمل جاهدة على ارساء عالم ينعم بالازدهار المستدام والادماج الاجتماعي والمساواة فيما تسعى بالتزامن مع

ذلك إلى الحفاظ على موارد كوكبنا والحرص على عدم إهمال أحد. (حفناوي و زرقان، 5-10 ديسمبر 2020)

وتتمثل أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر فيما يلي: (الأمم المتحدة ، 2015، الصفحات 18-19)

الهدف 1 - القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان؛
الهدف 2 - القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة؛

الهدف 3 - ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار؛
الهدف 4 - ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع؛
الهدف 5 - تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات؛

الهدف 6 - ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتها إدارة مستدامة؛
الهدف 7 - ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة؛
الهدف 8 - تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع؛

الهدف 9 - إقامة بنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع، وتشجيع الابتكار؛

الهدف 10 - الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها؛
الهدف 11 - جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة؛
الهدف 12 - ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة؛

الهدف 13 - اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره؛
الهدف 14 - حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة؛

الهدف 15 - حماية النظم الإيكولوجية البرية وترميمها وتعزيز استخدامها على نحو مستدام، وإدارة الغابات على نحو مستدام، ومكافحة التصحر، ووقف تدهور الأراضي وعكس مساره، ووقف فقدان التنوع البيولوجي؛

الهدف 16 - التشجيع على إقامة مجتمعات مسالمة لا يهشم فيها أحد من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وإتاحة إمكانية وصول الجميع إلى العدالة، وبناء مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة للجميع على جميع المستويات؛

الهدف 17 - تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل تحقيق التنمية المستدامة.

والجدير بالذكر أن أهداف التنمية المستدامة سألقة الذكر ليست منفصلة عن بعضها البعض، بل هي مترابطة فيما بينها، حيث أن التقدم في هدف معين يؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على تحقيق باقي الأهداف والعكس بالعكس.

2.3. إعادة تدوير النفايات

1.2.3. تعريف إعادة تدوير النفايات

تعرف النفايات بأنها أي مادة لا يمكن استعمالها اقتصادياً، ولا يمكن استردادها، ولا يمكن إعادة استخدامها في وقت ومكان ما، وعليه يتم التخلص منها في أحد العناصر الثلاثة للبيئة، وهي الهواء أو الماء أو التربة. (بوخميس و بوطرفة، 2020، صفحة 57)

ويشير مصطلح إعادة التدوير إلى عملية يتم خلالها إعادة استغلال أو استخدام الموارد، حيث يتم تحويل تجمع النفايات إلى مدخلات للعملية الإنتاجية.

فإعادة تدوير النفايات يقصد به عملية تحويل النفايات إلى سلعة قابلة للاستخدام في العملية الإنتاجية بهدف صناعة منتجات جديدة قابلة للاستعمال لها فوائد اقتصادية وبيئية. (تقيرين و الليثي، 2022، صفحة 92)

2.2.3. مراحل وخطوات عملية إعادة تدوير النفايات

تمر عملية إعادة تدوير النفايات بمراحل عدة كما تختلف طرق المعالجة حسب نوع المادة المراد معالجتها (زجاج او بلاستيك)، وتتمثل أهم مراحل إعادة تدوير النفايات فيما يلي: (تقيرين و الليثي، 2022، الصفحات 92-93)

✓ **التجميع والفرز:** وهي أولى خطوات إعادة التدوير وأهمها على اعتبار أن انشاء مؤسسات خاصة بإعادة تدوير النفايات يتطلب تهيئة الظروف أي لابد من وجود المادة التي يتم رسكلتها فبدونها ما الجدوى من وجود هذه المؤسسات.

فبعد جمع النفايات يتم فرزها بوضع كل نوع في الصندوق الخاص به، وهناك عدة طرق لذلك، منها الفرز اليدوي الذي يعتمد على اليد العاملة البشرية في فصل النفايات حسب نوعها حيث يجب أن يكون العامل مزود بأدوات الوقاية كالفقازات، وأن تتم العملية في مكان مغطى عن أشعة الشمس، فهناك الفرز المغناطيسي وذلك بوضع النفايات في رواق متحرك به مادة مغناطيسية تجذب إليها المعادن القابلة للجذب، الفرز الهوائي حيث يتم فرز النفايات حسب كثافتها وحجمها، تقذف في الهواء لتم عزل المواد المتشابهة حسب مسافة القذف.

✓ **النقل:** هو بمثابة العصب الحساس في عملية التدوير اذ يشترط في عملية نقل النفايات ان تتماز بالدقة من خلال وجوب النقل السليم للمحتويات، دون أي تسرب او وقوع شيء منها، كما يشترط أن

تكون عملية النقل مستمرة على وفق توقيتات زمنية متوافقة مع كميات النفايات المجمعة عند منابع النفايات.

✓ **توجيه النفايات المفزة لعملية التصنيع:** بعد أن يتم جمع النفايات وفرزها يتم اوجيها للتصنيع حيث تدخل في العملية الإنتاجية كمواد أولية منفردة أو مضاف إليها نسبة معينة من المادة الخام الاصلية، حيث يتم من خلال هذه المرحلة توجيه كل نوع من النفايات القابلة للتدوير نحو المصنع الخاص باستخدامها كأن يتم توجيه الورق المفرز من النفايات الى مصانع صناعة الورق، وتوجيه الزجاج الى مصانع الزجاج او نحو ورشات السلع التقليدية لاستخدامه في بعض التحف، والبلاستيك نحو مصانع البلاستيك.

3.2.3. أهمية إعادة تدوير النفايات في تحقيق أهداف التنمية المستدامة

إن الهدف الأساسي من استراتيجية إعادة التدوير هو تسريع وتيرة الانتقال الاقتصادي نحو الاقتصاد الدائري كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، حيث تشمل فوائد إعادة التدوير الاستخدام الأمثل للموارد، وتدفقات إيرادات مالية مبتكرة، وتحسين العلاقة مع أصحاب المصالح، وتحسين صورة العلامة التجارية، وتقليل المخاطر.

وجدير بالذكر أن تقريرا للجزيرة يظهر أن العرب يخسرون خمسة مليارات دولار سنويا لعدم تدويرهم النفايات (الجزيرة، 2016)، ففي الجزائر يبلغ حجم تدوير النفايات بشكل سنوي، ما بين 7 و10% من إجمالي النفايات المنتجة سنويا، والتي تصل إلى 34 مليون طن، وفقاً للأرقام الرسمية الأخيرة التي تكشف عن حجم التأخر المسجل، رغم أن الأرقام نفسها تشير إلى أن النفايات المنزلية، التي تمثل 13 مليون طن سنويا، تشكل مورداً اقتصادياً مهماً. و54% من النفايات هي مواد عضوية، يمكن استغلالها لصناعة الأسمدة وإنتاج الطاقة. (شريف، 2022)

إن الاستهلاك العالمي يتضاعف كل سنة مقارنة بما تنتجه الأرض من موارد بسبب النمو الديمغرافي والاقتصادي، وبالتالي فإن التحدي الذي يجب مواجهته هو تلبية الاحتياجات المتزايدة للاستهلاك، مع المحافظة قدر الإمكان على الموارد، فتقرير البنك الدولي يرى أن كمية النفايات السنوية سيرتفع على المستوى العالمي من 2.01 مليار طن عام 2016 إلى 3.4 مليار طن خلال السنوات الثلاثين المقبلة، وعلى الرغم من أن البلدان المرتفعة الدخل تمثل 16% من سكان العالم. أما منطقة شرق آسيا والمحيط الهادي فمسؤولة عن توليد ما يقرب من ربع 23% من جميع النفايات وبحلول عام 2050 من المتوقع أن يزيد توليد النفايات في إفريقيا في جنوب الصحراء أكثر من ثلاثة أضعاف المستويات الحالية في حين جنوب آسيا سيزيد تدفق النفايات لديها أكثر من الضعف. ويؤكد التقرير أن إدارة النفايات أمر بالغ الأهمية للمدن والمجتمعات المستدامة الصحية والشاملة إلا انه غالبا ما يتم تجاهله، خاصة في البلدان المنخفضة الدخل، ففي حين يتم استرداد أكثر من ثلث النفايات في البلدان

المرتفعة الدخل من خلال إعادة التدوير والتحويل إلى سماد فإن 4% فقط من النفايات في البلدان المنخفضة الدخل يعاد تدويرها. فبفضل الاقتصاد الدائري أصبحت النفايات بمثابة موردا لا عبئا وهذا بفضل تقنيات تحويل النفايات المفيدة بيئيا إلى موارد. وحسب تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي الذي قدر أن الاقتصاد الدائري سيوفر على العالم تريليون دولار بحلول عام 2025، وسيولد 100 ألف وظيفة جديدة خلال الخمس سنوات القادمة. (هبري، 2019، صفحة 10)

فالتخلص من النفايات بطريقة صحيحة من شأنه أن يحقق عدة فوائد بيئية منها: (كافي، 2014،

صفحة 407)

- التقليل من نسبة التلوث بجمع النفايات قبل تراكمها سواء في التربة أو المياه أو الهواء.
- تخفيض الضغط على مكبات النفايات واستغلال الأراضي المخصصة لذلك لاستثمارات أخرى.
- المحافظة على الموارد الطبيعية والتقليل من استنزافها لأن عملية التدوير تقلل من الطلب على الموارد الطبيعية المخصصة كمواد أولية في الإنتاج.
- توليد الطاقة وتحسين استغلالها، وكذا المحافظة عليها لأن عملية إعادة التدوير تخفض معدل استعمال الطاقة.
- المساهمة في زيادة التنوع البيولوجي الحيواني والنباتي من خلال توفير بيئة ملائمة ونقية ملائمة للعيش.
- استعادة المعادن الموجودة في المخلفات من شأنه أن يقلل من عمليات التعدين لاستخراج المواد البكر من الأرض، مما يؤدي بدوره إلى خفض الاحتياجات من الطاقة، الماء وخفض الأثر البيئي (الانبعاثات والتصرف، وما إلى ذلك).

كما أن هناك العديد من المكاسب الاقتصادية من عملية إعادة تدوير النفايات منها: (هبري، 2019، صفحة 7)

- تعد فرصة تنافسية للمصانع الإنتاجية في الحصول على مواد أو أجزاء مواد بسعر أدنى مما لو كانت مواد طبيعية أو جديدة، وهذا ما يسمح بتخفيض التكاليف ومن ثم السعر النهائي للبيع، والذي ينعكس إيجابا على المستهلك،
- المنتجات المتحققة من هذه العملية حتى وإن كانت أقل جودة ولكنها يمكن أن تخاطب شريحة اجتماعية معينة من المستهلكين ربما تعجز ظروفهم الاقتصادية عن شراء سلع جديدة أو أصلية أو أعلى ثمنا منها،
- فرصة لتشغيل الأيدي العاملة غير المهرة في هذه المصانع، وكذلك فرص لعمل بعض المواد من النفايات لتقدمها إلى مصانع التدوير والحصول على عوائد مجزية مقابل ذلك،

- يحصل المستهلك النهائي على عوائد حتى وان كانت بسيطة على المواد والسلع التي يعيدها إلى الوسطاء أو مصانع التدوير بدلاً من رميها كنفايات ودون أن يحصل على عوائد.

أما من الناحية الاجتماعية فتشكل النفايات خطراً على البيئة وعلى صحة الانسان حيث يتسبب تراكمها في العديد من الأمراض الخطيرة والأوبئة، وعليه يشكل تجميع النفايات في الحاويات المخصصة لها مطلباً أساسياً في عملية تدوير النفايات ما جعل العديد من الدول تعتمد إلى حملات تحسيسية عبر العديد من منظمات المجتمع المدني، والمدارس، والجامعات، من أجل وضع النفايات في أماكن وحوايات خاصة وكل حاوية تحمل نوع معين من النفايات وهو ما يعني مساهمة المواطن في تسهيل عملية الفرز وكذا تسهيل عمل المؤسسات المسؤولة عن حماية البيئة، وهو ما من شأنه أن يعود بالنفع على المستهلك في حد ذاته اذ أنه من خلال وضع النفايات المفروزة في الحاويات المخصصة لها حسب كل نوع يكون بذلك ساهم في عملية إعادة تدوير النفايات، وبالتالي الحصول على منتجات أقل تكلفة، هذه المنتجات بالرغم من أنه أقل جودة إلا أنها تلبي احتياجات فئة معينة من المستهلكين ذوي القدرات الشرائية الضعيفة. (تيقيرين و الليثي، 2022، صفحة 96)

4. نماذج عربية ناجحة

أصبحت إدارة النفايات خاصة الصلبة منها قضية عالمية في السنوات الأخيرة، تقع ضمن نطاق أهداف التنمية المستدامة، حيث تمثل النفايات تحدياً كبيراً يؤثر على صحة الإنسان وسبل عيشه والبيئة والازدهار المجتمعي.

ومع وجود أكثر من 90% من النفايات يتم إلقاؤها أو حرقها علانية في البلدان منخفضة الدخل، فإن الفقراء والأكثر ضعفاً هم من يتأثرون بشكل غير متناسب، كونهم يعيشون غالباً بالقرب من مقالب النفايات، ويدعمون نظام إعادة التدوير في مدينتهم من خلال جمعها، مما يجعلهم عرضة لتداعيات صحية خطيرة.

وبعدما فشلت بعض الحكومات العربية في إنشاء نظام فعال يعمل على إدارة النفايات الصلبة بطريقة صديقة للبيئة، وبما يراعي صحة المواطنين، بعيداً عن أكوام النفايات في المكبات التقليدية، لجأت بعض الشركات العربية الناشئة للعمل في مجال إدارة النفايات الصلبة محققة نتائج وقصص نجاح مبهرة التفاصيل في دنيا الأعمال.

وفقاً لتصنيف مجلة فوربس الشرق الأوسط ضمن قائمتها المخصصة للشركات العاملة في مجال التنمية المستدامة لهذا العام، فيما يلي أهم المؤسسات الناشئة العربية في مجال إدارة النفايات: (شيماء،

(2020)

1.4. مؤسسة Baramoda بمصر

برمودة من أبرز الشركات العربية الناشئة لعام 2020 والعاملة في مجال إدارة النفايات منذ تأسيسها عام 2017، تعد شركة - Baramoda بارامودة أول شركة ناشئة في مجال التنمية المستدامة وأمور التكنولوجيا الزراعية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تركز في عملها على إدارة النفايات والابتكارات الزراعية المستدامة، كما تنتج أسمدة عضوية، مما يقلل استخدام المياه بنسبة 30% والأسمدة الكيميائية بنحو 50%، مما يعمل على زيادة إنتاج المحاصيل، مع استخدام الحد الأدنى من الموارد المائية.

تهدف المؤسسة إلى تطوير المنتجات التي تساعد المزارعين على زيادة كفاءة إدارة النفايات الزراعية، وتقليل تكلفة الإنتاج الزراعي، وتقليل الاستخدام المفرط للمخلفات الزراعية، فضلاً عن تقديم قيمة وخدمة إلى مليون عامل في القطاع الزراعي وبناء مستقبل مستدام لنظام الأمن الغذائي بحلول عام 2050 في إفريقيا.

وقد ساهمت شركة برمودة عبر دمج التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في إعادة تدوير حوالي 70 ألف طن من المخلفات الزراعية وتحويلها إلى أسمدة عضوية. في الوقت الحالي، تخدم المؤسسة أكثر من 170 عميلاً، وبلغت استثماراتها منذ جويلية 2018 حوالي 225 ألف دولار.

2.4. مؤسسة Bekia بمصر

تعد بيكيا من أبرز المؤسسات العربية الناشئة لعام 2020 والعاملة في مجال إدارة النفايات، تأسست شركة Bekia بيكيا عام 2017، لتتخذ القاهرة مقراً رسمياً لها، وتعمل في مجال إدارة النفايات والمخلفات الصلبة كوسيط بين العميل وشركات ومصانع إعادة التدوير، تقوم المؤسسة بعملها عبر جمع المخلفات المنزلية من المواد الصلبة ثم تبديلها مقابل منتجات استهلاكية أساسية وبطاقات هدايا، ويتم ذلك عبر التسجيل على موقع المؤسسة على شبكة الإنترنت.

تهدف المؤسسة إلى توعية المواطنين والمجتمع بأهمية الحفاظ على البيئة ونشر ثقافة الفصل من المنبع، والتخلص من النفايات بكفاءة، حيث نفذت المؤسسة أكثر من 10 آلاف طلب، وجمعت ما يزيد عن 20 ألف طن من المخلفات الصلبة، وحصلت على تمويلات بعدة ملايين من الدولارات من الصندوق العماني للتكنولوجيا.

3.4. مؤسسة FabricAid بلبنان

تعد FabricAID كذلك من أبرز المؤسسات العربية الناشئة لعام 2020 والعاملة في مجال إدارة النفايات، تعمل هذه الناشئة في مجال الاقتصاد الصديق للبيئة عبر المساهمة في إعادة استخدام وتدوير الملابس غير المرغوب بها، من خلال إعادة استخدام نفايات المنسوجات عن طريق إعادة تصميم وتصنيع الملابس وتنظيفها وبيعها في المجتمعات الفقيرة بأسعار تتراوح بين 3 سنتات و2 دولار لكل

قطعة، وقد تمكنت المؤسسة من بيع أكثر من 75 ألف قطعة ملابس عبر إعادة تدوير نحو 90 ألف كيلو من الملابس المستعملة التي تم جمعها.

كما ساهمت المؤسسة في تقليل انبعاثات الكربون بنحو 324 ألف كيلو، وتوفير استهلاك 540 مليون لتر من المياه، و45 ألف كيلو من الأسمدة والمبيدات. وكانت خطة المؤسسة تقوم على فتح 360 متجر لبيع الملابس المعاد تدويرها في عام 2020.

4.4 مؤسسة Go Clean بمصر

مؤسسة Go Clean أحد أهم الشركات العربية الناشئة لعام 2020 والعاملة في مجال إدارة النفايات، حيث أن Go Clean شركة مصرية ناشئة تأسست سنة 2017. تعمل في مجال التنمية المستدامة عبر تقديم حلول إعادة التدوير، وتسهيل عملية الفصل على المستهلكين، وتهدف إلى زيادة الوعي تجاه البيئة من خلال إشراك المستهلك في عملية إعادة التدوير عبر مكافأاتهم، وقد تمكنت المؤسسة من تحقيق مبيعات بقيمة تزيد عن 30 مليون دولار، كما أبرمت شراكات مع 25 مؤسسة كبرى.

تقدم Go Clean خدمة إعادة التدوير لعملاء B2B، حيث تجمع النفايات القابلة لإعادة التدوير، مع أكثر من 100 طلب يوميًا، من أكثر من 35 منطقة، ومن عدة جهات رسمية مختلفة، مثل السفارات والمصانع والبنوك والمدارس والشركات، ومنظمة الأمم المتحدة في مصر.

5.4 مؤسسة Live Love Recycle بلبنان

تتخذ مؤسسة Live Love Recycle، من بيروت مقرًا لها حيث تعمل في مجال إدارة النفايات المنزلية، وقد نجحت في بداية عملها في الحصول على تمويل جماعي من منصة kickstarter بـ 75 ألف دولار أمريكي، كما تواصل الفريق مع برنامج الأغذية العالمي التابع للأمم المتحدة، الذي يمول ويدعم المشروع الآن.

تصف الأمم المتحدة عمل المبادرة بتقديم "حل اجتماعي 100% لأزمة إدارة النفايات في بيروت"، الذي يوفر لمواطني بيروت خدمة مجانية عند الطلب لالتقاط المواد القابلة لإعادة التدوير، مثل الورق والكرتون والبلاستيك والمعدن والعلب، كان مصيرها سيؤول حتمًا إلى الإلقاء في البحر أو مكبات النفايات التقليدية أو الحرق في الشوارع. فقد نجحت المؤسسة، عبر تطبيقها الإلكتروني، في جمع ما يقدر بـ 300 طن من النفايات الصلبة القابلة لإعادة التدوير مرة أخرى، ثم بيعها مقابل 30 ألف دولار، بل وساهمت أيضًا في توفير أكثر من 400 فرصة عمل، لأشخاص يعملون كسائقي دراجات كهربائية، ويقومون بجمع النفايات من حوالي 20 ألف شخص.

6.4 مؤسسة Ceramic Materials بالإمارات

تعد Ceramic Materials كذلك من أبرز المؤسسات العربية الناشئة لعام 2020 والعاملة في مجال إدارة النفايات تعمل في مجال التنمية المستدامة عبر تدعيم الاقتصاد صديق البيئة من خلال الحد من

انبعاثات ثاني أكسيد الكربون عبر إدارة النفايات الصناعية وإعادة تدويرها وتحويلها إلى منتجات مفيدة كالطوب والبلاط، والطبقات الخارجية للمباني، فضلاً عن إيجاد وخلق حلول أفضل لاستخدام الطاقة في بيئة العمل الصناعي. وتعد شركة أبو ظبي لطاقة المستقبل من أبرز عملاء المؤسسة.

5. خاتمة

زاد في السنوات الأخيرة الاهتمام العالمي بقضية النفايات وإدارتها وإعادة تدويرها، وذلك لما لها من أضرار على البيئة والصحة، ولما توفره من مورد هام للاستثمار غير مستغل. ونظراً لما تتميز به المؤسسات الناشئة من خصائص تتمحور أساساً حول مرونتها وسرعة تنفيذها واعتمادها على التكنولوجيا، كل هذا جعل منها عنصراً فاعلاً لتفعيل استراتيجيات إعادة التدوير ونموذجاً ناجحاً للاستثمار يعود بالفوائد المالية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فهي بإمكانها المساهمة في التحول نحو نموذج الاقتصاد الدائري والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في الدول.

وقد تم التوصل من خلال هذا البحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- يرتبط إعادة التدوير ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر بكل هدف من أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، ذلك أن من أهم الأهداف التنموية هي الحماية الاجتماعية وعلى رأسها ضمان حياة صحية وتعزيز الرفاهية للجميع؛
- المؤسسات الناشئة مرنة ولها قدرة على النمو السريع وتوليد إيرادات أكثر بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل، مما يؤهلها لتفعيل استراتيجية إعادة التدوير والتوجه نحو الاقتصاد الدائري بما يحقق أهداف التنمية المستدامة؛
- تساهم المؤسسات الناشئة الناشطة في مجال إعادة تدوير النفايات في التحسيس والتوعية المجتمعية حول أخطار النفايات وأساليب التخلص السليم منها، مما له أثر بالغ على التربية البيئية للمواطنين؛
- المؤسسات الناشئة العاملة في إعادة تدوير النفايات توفر فرصاً معتبرة لتشغيل اليد العاملة، أي مزيد من الوظائف؛
- تساهم المؤسسات الناشئة المتخصصة في إعادة تدوير النفايات في الحفاظ على الموارد الطبيعية من الاستنزاف وحماية البيئة والتنوع البيولوجي وصحة المواطنين؛
- تساعد المؤسسات الناشئة التي تعمل في مجال إعادة التدوير الشركات والمؤسسات على تحسين صورتها وتخفيض بصمتها البيئية؛
- تحافظ مشاريع إعادة التدوير على الطاقة وتساعد على توليدها كما تحسن من استغلالها؛
- توفر الاستثمارات في إعادة التدوير منتجات رغم انخفاض جودتها إلا أنها منخفضة الثمن يمكن لذوي الدخل المنخفض الحصول عليها؛

ومن خلال الدراسة والنتائج المتوصل إليها يمكن تقديم توصيات أهمها:

- ضرورة توجيه اهتمام ودعم أكبر بالمؤسسات الناشئة التي تعمل في مجال إعادة تدوير النفايات وإدارتها؛
- تشجيع ودعم رواد الأعمال للاستثمار في هذا المجال لما فيه من فرص لنجاحهم وفوائد على الاقتصاد والبيئة والمجتمع؛
- على الدولة مساعدة المؤسسات الناشئة الناشطة في مجال إعادة تدوير النفايات لمعالجة المشاكل التي تواجهها وتذليل الصعوبات التي تحول دون نموها ونجاحها للاستفادة من مساهمتها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؛
- نشر مبادئ التربية البيئية وزيادة الوعي البيئي في أوساط المجتمع وضمن المقررات الدراسية؛
- تطوير إستراتيجية وطنية متكاملة حول إعادة تدوير النفايات تلتزم من خلالها الدول وعلى رأسهم الجزائر بالالتزام التام بمتطلبات الانتقال نحو نموذج الاقتصاد الدائري والتنمية المستدامة.

المراجع

- Souyet, Y. E. (2009). *La responsabilité Sociétale de l'entreprise Sous le prisme de développement durable*. Canada: Arnaud franel Editions.
- Tracey strange, A. b. (2008). *Le développement durable à la croisée de l'économie de la société et l'environnement*. Paris: Organisation de Coopération et de Développement Economiques.
- الأمم المتحدة . (2015). *تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030*.
- الجزيرة. (13 10, 2016). *ماذا يعني تدوير النفايات*. تاريخ الاسترداد 01 10, 2022، من الجزيرة: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2016/10/13/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D9%8A%D8%B9%D9%86%D9%8A-%D8%AA%D8%AF%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%81%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA>
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء. (2015). *جهود الجهاز فيما يخص مؤشرات التنمية المستدامة*. مصر: اليونيسكو .
- العلمي قواسمية، و سالم يعقوب. (2022). *المؤسسات الناشئة: قراءة في المفاهيم، الواقع والآفاق والتحديات في الجزائر، واهم التجارب العربية*. (المركز الجامعي أفلو، المحرر) *مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والادارية*، 4(1)، 99-107.
- آمال حفناوي، و سهام زرقان. (5-10 ديسمبر 2020). *أثر جائحة كورونا على أهداف التنمية المستدامة*. المؤتمر الدولي المغربي الأول لمستجدات التنمية المستدامة. تونس.
- جابر شيماء. (27 11, 2020). *أبرز الشركات العربية الناشئة لعام 2020 العاملة في إدارة النفايات والاقتصاد الصديق للبيئة*. تاريخ الاسترداد 01 10, 2022، من أراجيك: <https://www.arageek.com/arabian-waste-management-2020>

- يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
- زهيرة تيقرين، و فانتن صبري سيد الليثي. (2022). إعادة تدوير النفايات كتوجه ابداعي لتحقيق التنمية المستدامة عرض لتجارب دولية. مجلة البيئة والتنمية المستدامة وصحة الانسان، 1(1)، 87-99.
 - سهيلة بوخميس، و عواطف بوطرفة. (2020). إعادة تدوير النفايات الإلكترونية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 3(2)، 54-69.
 - شريفة بوشعور. (22 أكتوبر، 2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية أداء المؤسسات الناشئة دراسة حالة الجزائر. (جامعة طاهري محمد، المحرر) مجلة النشائر الاقتصادية، 4(2)، 417-431.
 - عائشة بنو بنوجعفر، إبراهيم شالا، و أحمد طبوش. (2021). المؤسسات الناشئة في الجزائر: الواقع والتحديات- مع الإشارة إلى التجارب الرائدة في العالم العربي. (جامعة طاهري محمد، بشار، المحرر) مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 8(1)، 90-107.
 - عماد الدين شريف. (10 05، 2022). تدوير النفايات في الجزائر.. ملايين الدولارات مهددة دون استغلال. تاريخ الاسترداد 01 10 2022، من الطاقة: <https://attaqa.net/2022/05/10/%D8%AA%D8%AF%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%81%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D9%85%D9%84%D8%A7%D9%8A%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88>
 - مصطفى بورنان، و علي صولي. (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنشاء المؤسسات الناشئة). (مجلة دفا تر اقتصادية جامعة الجلفة، المحرر) 11(1).
 - مصطفى يوسف كافي. (2014). اقتصاديات البيئة. سوريا: دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.
 - نصيرة هيري. (2019). إعادة تدوير النفايات في ظل الاقتصاد الدائري وتحقيق التنمية المستدامة. *Revue des Réformes Economiques et Intégration En Economie Mondiale*، 13(2)، 1-13.
 - وليد الأشوح. (2017). التنمية المستدامة بين النظرية والتطبيق. مصر: مؤسسة يسطرون.

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم ومساندة إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة

* رقية بوطويل

*:جامعة البليدة 2 علي لونيبي ، reguia.boutouil@gmail.com

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية شاملة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها الوثيقة بإدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة، وذلك من خلال التركيز على مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مساندة ودعم إدارة المعرفة التي تزيد من نسبة القيمة المضافة المعرفية بشكل كبير في المؤسسات الناشئة، والذي أصبحت فيه السلع المعرفية من السلع الهامة جدا. وتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تقدم جملة من الأنظمة والشبكات التي تدعم من خلالها عملية إدارة اكتشاف وتوليد وتخزين واسترجاع المعرفة الصريحة، بينما تبقى مجموعة المعارف الضمنية صعبة التعامل معها لصعوبة قياسها، كما توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الناشئة التي ستعجز عن اللحاق بركب الثورة الرقمية يصبح من الصعب عليها التوجه نحو إدارة المعرفة، كون المعرفة هي محرك الإنتاج والنمو والتطور، فنماذج الأعمال التقليدية لم تعد قادرة على مواجهة متطلبات هذا العصر. لذا لابد من امتلاك أحدث التقنيات والتجهيزات، والاستفادة المثلى منها بالاعتماد على الكفاءات المواهب البشرية القادرة على استخدامها بما يمكن من نقل المؤسسات الناشئة من موقع الفعل إلى موقع رد الفعل.

الكلمات الدالة: إدارة المعرفة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، المؤسسات الناشئة

ABSTRACT

This study aims to provide a comprehensive vision about information and communication technology and its close relationship to knowledge management, by focusing on the extent to which information and communication technology contributes to supporting and supporting knowledge management in an economy in which the percentage of knowledge

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

added value increases significantly, and in which knowledge goods have become among the commodities very important. Through this study, we found that information and communication technology provides a set of systems and networks that support the process of managing the discovery, generation, storage and retrieval of explicit knowledge, while the set of tacit knowledge remains difficult to deal with because it is difficult to measure. The study also found that countries that will be unable to catch up with The digital revolution becomes difficult for it to move towards knowledge management, since knowledge is the engine of production, growth and development, as traditional business models are no longer able to meet the requirements of this era. Therefore, it is necessary to possess the latest technologies and equipment, and make optimum use of them by relying on the competencies of human talents capable of using them in a way that enables the transfer of institutions from the site of action to the site of reaction.

Keyword: Knowledge management, information and communication technology, Startups.

1. المقدمة

تلعب التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تجتاح الاقتصاد العالمي بفعل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا أساسيا في التوجه نحو اعتماد المؤسسات الناشئة. وهذه الأخير تستند على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي عملت على إزالة جميع الحواجز الزمانية والمكانية بين الدول حيث يرى الكثير من المراقبين أن هذا القطاع يمثل ثروة ذات قيمة مضافة ويعد محركا للاستخدام المكثف للمؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة.

لقد كان لظهور وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في إحداث ثورة معلوماتية غيرت الكثير من النماذج الاجتماعية والاقتصادية للأمم والشعوب. لذلك يركز الباحثون على تقديمها كفرصة للتطور الاقتصادي والمعرفي الذي يتيح قاعدة راسخة للازدهار الاقتصادي الذي بنيت عليه المؤسسات المتطورة وحتمية اعتماد المؤسسات الناشئة عليها. حيث هيأت تكنولوجيا المعلومات والاتصال كافة الظروف لبناء الإدارة الشاملة للمعرفة داخل المؤسسات الناشئة.

وعليه يمكن القول أن العالم يشهد ازديادا مضطربا لدور إدارة المعرفة والمعلومات في المؤسسات الناشئة. فالمعرفة أصبحت محرك الإنتاج والنمو الاقتصادي كما أصبح مبدأ التركيز على المعرفة والتكنولوجيا كعامل من العوامل الأساسية في هذه المؤسسات.

إشكالية الدراسة:

كيف تدعم وتساند تكنولوجيا المعلومات والاتصال إدارة المعرفة في المؤسسات وعموما والمؤسسات الناشئة خصوصا؟

فرضية الدراسة:

انطلاقا من الإشكالية المطروحة تقوم الدراسة باختبار الفرضية العامة التالية: تدعم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال أنظمتها المساندة عملية إدارة اكتشاف وتوليد وتخزين واسترجاع المعرفة بالمؤسسات الناشئة.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من خلال إبراز الدور الذي تلعبه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إدارة المعرفة، إذ أن المؤسسات الحديث والناشئة القائم على أساس المعرفة تنظر إلى هذه التكنولوجيا على أنها دعامة أساسية ومساندة لعمليات إدارة المعرفة.

منهج الدراسة:

لمعالجة هذا الموضوع تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، لكونه يتناسب مع طبيعة الموضوع، حيث تم التطرق إلى المفاهيم النظرية المرتبطة بالمؤسسات الناشئة وإدارة المعرفة، مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها، بالإضافة إلى تحليل أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تسند إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة.

2. المؤسسات الناشئة بين الاختلاف عن المؤسسات التقليدية والتحديات التي تواجهها:

في ظل المتغيرات الجديدة التي شهدتها العالم في شتى المجالات، وما أحدثته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من تطور مذهل ومستمر، ظهر المؤسسات الناشئة، هذه الأخيرة اخذ يتطور بسرعة وعلى نطاق واسع، وبدأت خصائصها تتجذر ومبادئه تتوسع في مواجهة المؤسسات التقليدية، وعليه أصبحت المعرفة في هذه المؤسسات تلعب دورا كبيرا ، كونها ضرورية لها، بدء من قرار الإنشاء إلى تحديد الاستراتيجيات والأهداف، وتنفيذ السياسات وتحديدها، وتنفيذ جميع الأعمال والأنشطة، لذا فهي تعتبر المحرك الأساسي للإنتاجية والتنمية والمنافسة الاقتصادية.

1.2. مفهوم المؤسسات الناشئة:

بدا استخدام مصطلح المؤسسات الناشئة بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور مؤسسات راس مال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك.

في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي تزايد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة، وأصبحت تلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي سواء على الصعيد الدول المتقدمة أو الدول الناشئة على حد سواء. إن مصطلح المؤسسات الناشئة "startup" مشتق من الفعل "to Start up" واصله أمريكي، يحتوي على كلمتين "Start" وتعبر عن فكرة الانطلاق و "up" تعبر عن فكرة النمو القوي، ووفقا لما جاء في القاموس الإنجليزي "Cambridge" فانه عرف مصطلح المؤسسات الناشئة بمشروع صغير بدا للتو "a small business that has just been started"، كما تدخل القاموس الفرنسي "Larousse" في تعريف المؤسسات الناشئة بانها المؤسسة الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيا الحديثة "jeune entreprise innovant, notamment dans le secteur des nouvelles technologies". (دراني، 2022، ص 153).

أما المشرع الجزائري فلم يتناولها بالتعريف مباشرة بل نص على مجموعة من الشروط بتوفرها يطلق على المؤسسة تسمية مؤسسة ناشئة، وقد حدد في المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 20-254 هذه الشروط فقد نصت على انه تعتبر مؤسسة ناشئة كل مؤسسة خاضعة للقانون الجزائري، وتحترم المعايير الأتية:

- يجب إلا يتجاوز عمر المؤسسة ثماني سنوات
- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة.
- يجب إلا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية
- أن يكون رأسمال الشركة مملوكا ب 50% على الأقل، من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة " مؤسسة ناشئة".
- يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيه الكفاية.
- يجب أن لا يتجاوز عدد عمالها 250 عامل.

إذا معنى المؤسسات الناشئة يستخدم لتحديد المؤسسات حديثة النشأة والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعية وأمامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بسرعة كما أنها تتميز بارتفاع عدم التأكد ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لهذا النمو (ف.الهراء عراب، خضرة صديقي، 2021، ص 36).

وباعتبار أن هذه المؤسسات لا يتطلب إنشاؤها إمكانيات مالية أو مادية كبيرة فالهدف من إنشائها

هو (مروى رضاني، كريمة بوقرة، 2021، ص280):

- ترقية روح المبادرة الفردية والجماعية باستحداث أنشطة اقتصادية سلعية أو خدمية لم تكن موجودة من قبل، وكذا إحياء أنشطة اقتصادية تم التخلي عنها لأي سبب، ومثال عن ذلك إعادة تنشيط الصناعات التقليدية.

- استحداث فرص عمل جديدة سواء بصورة مباشرة وهذا بالنسبة لمستحدثي المؤسسات أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامهم لأشخاص آخرين.

- أداة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية مما يجعلها أداة هامة لترقية تهمين الثروة المحلية وإحدى وسائل الاندماج والتكامل بين المناطق.

- حلقة وصل بين النسيج الاقتصادي من خلال جمل العلاقات التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة والمتفاعلة معها، والتي تشترك في استخدام ذات المدخلات

- تمكين فئات عديدة تملك الأفكار الاستثمارية و لكنها لا تملك القدرة المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية.

2.2. مميزات المؤسسات الناشئة وأوجه الاختلاف بينها وبين المؤسسات الكلاسيكية:

إن المؤسسات الناشئة تعتبر مؤسسات بشرية مصممة لإنشاء منتجات وخدمات جديدة في البحث عن نموذج تجاري قابل للتكرار وقابل للتوسع في مخاطر، لذلك فهي تتميز بعدة مميزات والتي نذكر منها (جليلة بن عياد، 2022، ص 160):

- **مؤسسات حديثة العهد:** المؤسسات الناشئة حي مؤسسات حديثة العهد يتم تأسيسها بواسطة رائد أعمال أو مجموعة، بهدف تطوير منتج أو خدمة مميزة لإطلاقها في السوق.

- **مؤسسات شابة يافعة:** ذلك أن رائد الأعمال مؤسس لمشروع يدر المال عن طريق الخوض في المخاطرة والابتكار، وقد يكون الابتكار تكنولوجي، ولكنه لا يقتصر على ذلك، ويرضى رائد الأعمال بتحمل المخاطر ويسعى لإدارتها بشكل فعال وعقلاني لتعظيم فرص النجاح والعوائد، لذلك فان المؤسسة الناشئة أمامها خياران أما التطور والتحول إلى مؤسسة ناجحة أو إغلاق أبوابها والخسارة.

- **مؤسسات أمامها فرصة للنمو السريع والمتزايد:** من إحدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة هي إمكانية نموها السريع وتوليد وإيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل، فهي شركة تتمتع بإمكانية الارتقاء 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 المؤسسة الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح اقل لأنها صغيرة، بل على العكس توليد أرباح كبيرة جدا، فالمؤسسة الناشئة مصممة لتنمو بسرعة حالما تعثر على نموذج عملها التجاري الأنسب.

- **مؤسسات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها:** المؤسسة الناشئة تقوم على فكرة إبداعية تساعد على النمو السريع في السوق وزيادة الأرباح هو كل ما تحتاج إليه لإقامة مؤسسة ناشئة والدخول إلى السوق من أوسع أبوابه، حيث تتميز المؤسسات الناشئة بانها تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة، وإشباع لحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية، إذ يعتمد مؤسسوها على التكنولوجيا للنمو والتقدم والعتور على التمويل من خلال المنصات على الأنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

- **مؤسسات تتطلب تكاليف منخفضة:** يشمل معنى المؤسسة الناشئة على أنها مؤسسة تتطلب تكاليف صغيرة جدا مقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء.

انطلاقا من مميزات المؤسسات الناشئة يمكن حصر نقاط الاختلاف بينها وبين المؤسسات الكلاسيكية فيمايلي (يوسف حسين، إسماعيل صديقي، 2021، ص 75):

- يمكن أن يكون هناك تشابه بين دورة حياة المؤسسة الكلاسيكية تمر بمرحلة انطلاق، نمو ثم نضج وبعدها تبدأ بالتراجع، بينما المؤسسات الناشئة تمر بسلسلة من التراجع والتقدم غير القابل للتنبؤ في المرحلة ما بين الانطلاق والنمو وبمجرد ما تصل إلى مرحلة النضج ستستمر في الارتفاع والنمو.

- المؤسسات الناشئة بالرغم من الخطر المرتفع المرتبط بها فان المستثمرين يقومون بالاستثمار، في هذا النوع من المؤسسات تتم بالموازنة بين العائد الضخم المحتمل في حال نجاح المشروع

بينما في المؤسسات الكلاسيكية يتوجه المستثمر لسوق تنخفض فيه درجة عدم التأكد وتحقق أرباح عادية.

- هناك اختلاف في مصادر التمويل حيث تعتمد المؤسسة الناشئة على المستثمر المالك، المستثمر المغامر، ورأس المال المخاطر، نظرا لإحجام البنوك على تمويل هذا النوع من المشاريع عالية المخاطر بينما تحصل المؤسسات الكلاسيكية على التمويل من القروض البنكية أو المنح الحكومية.

بالإضافة إلى ما سبق يمكن إضافة أن المؤسسات الناشئة تعتمد على توليد الأفكار الإبداعية الجديدة وتحويلها إلى منتجات وخدمات تجارية جديدة وقابلة للاستمرار لتحقيق مكاسب اجتماعية واقتصادية. فالابتكار هو اقتراح بديل جديد للعمل والتوزيع أو البيع، وغالبا ما يرتبط الإبداع لدى المؤسسات الكلاسيكية بالبحث عن فكرة ناجحة تجاريا وتقلدا للوصول بالمنتج إلى شريحة معينة من المجتمع، في حين الإبداع لدى المؤسسات الناشئة يكون في أصل الفكرة، فضلا عن أنها تستقطب الكفاءات الإبداعية بإعطائها مساحة وحرية للإبداع والمخاطرة.

3.2. التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة:

تواجه المؤسسات الناشئة نظرا لطبيعتها وخصوصيتها من جهة وحادثة ظهورها نسبيا من جهة أخرى تحديات وعوائق مختلفة تحول دون نجاحها واستمراريتها، ولعل من أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة نجد (عثمان ولد الصافي، مصطفى العرابي، 2021، ص ص 472-474 بتصرف):

- التمويل: يعتبر التمويل من أبرز العقبات التي تواجه المؤسسات الناشئة، إذ يشكل الحصول على التمويل بمختلف أشكاله أهم تحدي لهذه المؤسسات سواء كان التمويل للبدء بإطلاق المؤسسة أو تمويل نمو لتوسيع أعمالها أو تمويل تسريع لزيادة النمو بمعدل أسرع. ولحسن الحظ بدأت تظهر مبادرات وشركات استثمار مخاطر وحتى مسرعات نمو ولو بشكل تدريجي لتشجيع وتسهيل الحصول على التمويل إلا أنه لا يكفي. حيث ما تزال هناك فجوة ما بين المؤسسات الناشئة المناسبة لتلقي النمو والمستثمرين الذين يعرضون أموالهم لضخها فيها. لكن التمويل لا يمثل مشكلة للجميع معانته تحدي مهم، رغم وجود العديد من المؤسسات الناشئة التي مولت نفسها بنفسها ورفضت عروض التمويل التي وصلتها كونها لم تتفق مع رؤيتها.

- **صغر حجم السوق:** إن تحدي تسويق منتج المؤسسات الناشئة يعتبر من التحديات الهامة التي تواجهها، ذلك أن التسويق يعتبر الهدف الأساسي للمؤسسة والضامن لاستمراريتها بتحقيق العوائد وبالتالي الاعتماد على التمويل الذاتي. وصغر حجم السوق تتحكم فيه عدة عوامل ك: عدد السكان، نسبة انتشار الأنترنت، تسهيل الدفع الإلكتروني، ثقافة المؤسسات الناشئة في حد ذاتها. لذلك في ظل صغر حجم السوق لا بد للمؤسسات الناشئة أن تبحث بدائل تسويقية أخرى مثل التسويق الإلكتروني.

- **انعدام الخبرة لدى أصحاب الشركات الناشئة:** تأسيس مؤسسة ناشئة أمر يحتاج لخبرات متنوعة، بالإضافة إلى المستوى العلمي والتقني الكبير الذي يجب على صاحب المؤسسة الناشئة أن يلم ببعض أساسيات الإدارة، وهذه الخبرة إن لم تكن متاحة لدى صاحب المؤسسة سيضطر أن يشتريها من خلال قبول تمويل من مستثمر لديه الخبرة اللازمة وشبكة العلاقات العامة، وفي هذه الحالة يجب أن يعطيه حصة من مؤسسته.

- **فريق العمل:** إن العمل الجماعي والعمل كفريق له أهمية كبرى للمؤسسات الناشئة إذ معظم التجارب الناجحة للمؤسسات الناشئة بدأت عملها كفريق، وقد يظهر هذا التحدي بداية من انه لا يوجد قسم موارد بشرية في المؤسسة المنوطة به استقطاب الموظفين للعمل فيها، بل يبدأ الأمر بالبحث في دائرة المعارف والطلب منهم ترشيح بعض الموظفين وهنا يدخل عامل المحاباة بالمنتصف ليؤثر على مبدأ التوظيف بناء على الكفاءة. وعليه نجد أن المؤسسات الناشئة تعاني من عدم قدرتها بسرعة الحصول على موظف مناسب لإنجاز مشروع مستعجل، فقد تنشر عدة إعلانات لكن طالما هي مؤسسة ناشئة لم يسمع بها الكثيرون فلن يظهر الإعلان للمهتمين فعلا. أحد الحلول لمثل هذا النوع من التحديات هو توظيف المستقلين عن طريق البحث في منصات العمل الحر التي توفر عدد من المهارات المختلفة التي يمكن طلبها والتعاقد معها لإنجاز العمل المطلوب بدقة واحترافية.

3. إدارة المعرفة عملية أساسية في المؤسسات الناشئة

في عام 1980 وفي المؤتمر الأمريكي الأول حول الذكاء الاصطناعي أشار " Freignebum Edward " إلى عبارته الشهيرة " المعرفة قوة"، منذ ذلك الوقت ولد حقل معرفي جديد أصبح محل تداول واهتمام الكثير من المفكرين في وقتنا الحاضر، يركز على المعرفة، سواء المتمثلة في الخبرة والمهارة الإنسانية المتراكمة في أدمغة العاملين، اوالمخزنة في الأرشيف وقواعد المعرفة.

1.3 تعريف إدارة المعرفة:

إن العديد من الدراسات أثبتت وجود نوع من التداخل في مفهوم كل المعرفة والبيانات والمعلومات، حيث أن هذه المصطلحات قريبة جدا من بعضها وتستخدم أحيانا لتحديد نفس الشيء، مع أنها تغطي حقائق مختلفة (Gille Balmise، p11). فالبيانات هي عبارة عن الحقائق والأفكار والمفاهيم التي تجمع وتخزن في شكل خام (نعم إبراهيم الظاهر، 2009، ص137)، أما المعلومات فهي مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة، بحيث تعطي معنى خاص وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم تمكن الإنسان من الاستفادة منها في الوصول إلى المعرفة واكتشافها (العلي عبد الستار وآخرون، 2006، ص 133). لذا تعرف المعرفة على أنها مجموعة من المعلومات والأفكار ومختلف المنتوجات الفكرية والذهنية التي تعبر عن حقائق أو علاقات أو نماذج سواء كانت علنية ظاهرة قابلة للتداول والتقليد، أو كانت ضمنية تظهر في شكل تصرفات وسلوكيات الأفراد حيث تكون نتيجة لتفكير ذهني أو ممارسات وتجارب ميدانية أو مزج بينهما، إذا تكون قابلة للاستخدام لأغراض علمية أو تكنولوجية، وتتمثل عناصرها في المعلومات والعلم والتقنية والهندسة والخبرة البشرية (عبد الله قلس، 2007). وفي المجال الاقتصادي تعرف المعرفة على أنها سلعة غير منظورة متميزة في مضمونها، منافية لقوانين السلع المنظورة، فهي لا تخضع لقانون الندرة كونها تعتمد على العقل البشري ولا تخضع لقانون تناقص الغلة بل بالعكس فهي تحقق عوائد متزايدة.

عرفها " Nonaka " على أنها عملية تطبيق منهج محدد لإدارة، هيكلية، ونشر المعرفة في جميع أنحاء المؤسسة من أجل العمل بشكل أسرع، وتخزين أفضل الممارسات من أجل إعادة استخدامها في وقت لاحق، وخفض تكلفة الصياغة من مشروع إلى آخر (أسماء بن زيادي، 2016، ص 147) هي عملية إدارية لها مدخلات ومخرجات وتعمل في إطار بيئة خارجية معينة تؤثر عليها وعلى تفاعلها، والهدف منها مشاركة المعرفة في أكفا صورة للحصول على أكثر قيمة للمؤسسة، ومن المرتكزات الأساسية لتنفيذ إدارة المعرفة (حميد بن حجوبة، بلقاسم دواح، ص129):

- الوعي والفهم: وهي حملة توعوية بكل ما يتعلق بإدارة المعرفة.
- تحديد مجالات المعرفة الحساسة: وهي المجالات المطلوبة والمتعلقة بالأهداف والأولويات.
- تطوير قواعد وشبكات المعرفة: من خلال بناء قواعد وشبكات المعرفة الخاصة بمجالات المعرفة.
- تمكين قواعد وشبكات المعرفة: القيام بخطوات تنفيذ إدارة المعرفة.

- تنفيذ الخطوات بشكل تفصيلي: من خلال الاعتماد على أفضل الطرق والأساليب والوسائل الداعمة لخطوات عملية إدارة المعرفة.

- بناء جدارات صناعة المعرفة وتنميتها: ويقصد بها بناء جدارات لكل خطوة من خطوات إدارة المعرفة.

- قياس النتائج والتحسين المستمر: قياس نتائج كل خطوة من خطوات إدارة المعرفة وتقييم مدى التقدم.

2.3 . عمليات إدارة المعرفة:

من اجل تحقيق أهداف إدارة المعرفة وضمان التنفيذ الناجح لها، لا بد أن تسير وفق خطوات متسلسلة ومنهجية، ويجب كذلك التعاون مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فلتكنولوجيا المعلومات قيمة إيجابية في إدارة المعرفة، التي تختلف عملياتها من مؤسسة إلى أخرى، ومن وجهة نظر باحث لآخر (لرباع الهادي، 2015، ص19)، وعليه سنركز على أربعة عمليات جوهرية لإدارة المعرفة والتي تتمثل في:

- خلق واكتساب المعرفة: هي عملية تتضمن المعرفة الضمنية والصريحة، فالمعرفة الضمنية مرتبطة باكتشاف المعرفة، بينما المعرفة الصريحة المتعلقة باكتساب المعرفة. واكتشاف المعرفة يتضمن الاكتشاف والاختبار أو التجريب والاستيعاب وخلق مفاهيم وتكنولوجيا جديدة وتطوير مقدرات جديدة ربما خارج محيط اختصاصات المؤسسة الحالية. وبالمقابل استغلال المعرفة يتحقق من خلال تراكم الخبرة في عدد محدود من مجالات تخصص المؤسسة بواسطة زيادة الكفاية من خلال تكرار الممارسة تشكيل المعرفة. وهنا تجدر الإشارة إلى أربعة مبادئ لخلق واكتساب المعرفة هي: تعزيز مقدرة الأفراد في حل المشكلات، التغلب على معارضة الأفراد المهنيين للمشاركة بالمعلومات، التحول من الهياكل الهرمية إلى التنظيمات الشبكية، بالإضافة إلى مبدا تشجيع التنوع الفكري داخل المؤسسات المعرفية (بلال سليمان محمد المصالحه، 2013، ص ص 19-20).

- تخزين المعرفة: تشير هذه العملية إلى أهمية الذاكرة التنظيمية، فالمؤسسات تواجه خطرا كبيرا نتيجة لفقدانها للكثير من المعرفة التي يحملها الأفراد الذين يغادرونها لسبب أو لآخر. وبالتالي الهدف من تخزين المعرفة هو إعادة استعمالها مرة أخرى، حيث نمر في هذه المرحلة من المعارف الضمنية إلى المعرفة الصريحة. ومن هنا بات تخزين المعرف والاحتفاظ بها مهما جدا، وذلك بالاعتماد على أوساط ملائمة تعتمد على أسس تكنولوجية، وكذلك بطرق وأساليب تصنيف وتخزين حديثة يمكن من خلالها

تنظيم المعرفة تحت تصنيفات ملائمة من أجل تسهيل عملية الاسترجاع، وغالبا ما يكون للمعرفة معنى حينما يتم ترميزها وتصنيفها وفق لنوعها أو محتواها والغرض ذلك هو وضعها في شكل مفيد، وعليه لا بد من تخزينها بطريقة تجعلها قابلة للاستخدام في الوقت المناسب وبواسطة الشخص المناسب، بالإضافة إلى جعلها قابلة لإعادة الاستخدام عند الحاجة إليها ليس فقط بواسطة مالكيها ولكن بواسطة الآخرين، كما يجب تصنيف المعرفة بطريقة تتناسب مع الأهداف التنظيمية.

- **توزيع المعرفة:** ما لم تقم المؤسسة بتوزيع المعرفة ونشرها بشكل كاف فلن تولد عائدا مقابل التكلفة، وإذا كان توزيع المعرفة الواضحة من خلال استخدام الأدوات الإلكترونية عملية سهلة، فإن توزيع المعرفة الضمنية الموجودة في عقول الأفراد العاملين وخبراتهم هو ما يشكل التحدي الأكبر لإدارة المعرفة. وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى أن عدم المشاركة الحية والديناميكية للمعرفة سيجعلها سجيناً صندوقها الأسود الذي توضع فيه، هذا إذا بقيت المعرفة المحبوسة في صندوقها معرفة حقيقية بقيمة مضافة، ذلك أن العدو الأول لكل معرفة مبتكرة هو الانغلاق على الآخر الذي ينجم عنه تعطيل حركات النمو والتطور وبالتالي الابتكار من خلال البحث الجاد عن كل ما هو جديد ومبدع (الهام ماضي وآخرون، 2019، ص ص 114-115).

- **تطبيق المعرفة:** يتطلب تطبيق المعرفة الاعتماد على ثلاثة اليات هي: التوجهات، الروتين التنظيمي وفريق العمل، حيث يقصد بالتوجهات مجموعة من القواعد والإجراءات والتعليمات التي يتم وضعها بغرض تحويل المعارف من الخبراء إلى غير الخبراء، ويعني الروتين التنظيمي أنماط الأداء ومواصفات العمليات التي تسمح للأفراد بدمج واستعمال معارفهم المتخصصة دون الاستعانة بالآخرين، وتعني فرق العمل تلك المجموعات التي تضطلع بالمهام المعقدة والمتسمة بعدم التأكد الغموض، معتمدة على مهاراتها المعرفية لمواجهة المشاكل الناجمة عنها (هجيرة بنقعة، مصطفى حوحو، 2022، ص 20).

3.3. التحديات التي تواجه إدارة المعرفة:

يشير الكثير من الباحثين أن إدارة المعرفة ذات ارتباط وثيق بالعنصر البشري وثقافته بالإضافة إلى التغيرات التكنولوجية وتحديثاتها، وهذا في جميع مراحلها، لذا فمن بين الصعوبات التي تواجه برامج إدارة المعرفة في معظمها ناتجة عما يلي (عثمان لخلف، رضوان لمار، 2013، ص 80):

- **الثقافة التنظيمية:** حيث لا بد أن يتم تبني ثقافة تنظيمية تدعم تبادل المعرفة والمعلومات بين الأفراد ومشاركتها.

- **الأساليب التكنولوجية:** تتطلب إدارة المعرفة والمعلومات تبني الأساليب والبرامج الإلكترونية الحديثة وذلك لتحقيق الفائدة منها وتسهيل تدفق المعلومات أفقياً وعمودياً بين جميع المستويات الإدارية في المنظمة.

- **التغيير والتحديث:** أن المعلومات تتغير وتتطور وتحتاج إلى تعديل وتحديث حتى تتناسب مع معطيات وظروف البيئة التنظيمية الداخلية والخارجية.

- **التمييز بين أنواع المعلومات:** فهناك الكثير من المعلومات لا تعتبر أساسية ومهمة، لذا لا بد أن تساوي كمية المعلومات وجودتها، وان تعكس المعنى الصحيح لها.

4. تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واحدة من المجالات التي انتقلت بسرعة من المجال العلمي البحث إلى الحياة اليومية، ففي الأونة الأخيرة لم تترك مجتمعا إلا و اقتحمت جميع أنشطته سواء السياسية أو المدنية، العسكرية، التجارية، التعليمية... الخ، و باتت بذلك تطبيقاتها غير محدودة و لا متناهية في ظل تطورها باستمرار وبشكل مكثف في بيئة غير مستقرة، ففتحت بذلك آفاقا جديدة و أوجدت مجالات حديثة للبحث.

1.4 مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يعتبر مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من المفاهيم الواسعة الانتشار في العديد من المجالات، كما تعتبر صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أكثر الصناعات انتشارا في عصرنا الحالي.

لقد تعددت التعاريف المقدمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تبعا للمركزات النظرية أو التطبيقية التي انطلق منها المهتمون بها، وفيما يلي تلخيص للبعض منها:

- تعبر عن مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد من خلاله عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي. والتي يتم من خلالها جمع البيانات والمعلومات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو الرقمية (من خلال الحواسيب الإلكترونية)، ثم تخزين البيانات والمعلومات، بجانب استرجاعها في الوقت المناسب، بالإضافة إلى عملية نشر هذه البيانات والمعلومات أو الرسائل، ونقلها من مكان إلى آخر ومبادلتها (سناء بوشوك، حدة اوضايفية، علية ضياف، 2020، ص781).

• تعرف بانها مجموعة المعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والأساليب والفنون اللازمة لتحويل المدخلات إلى مخرجات. وتتمثل هذه المخرجات في البرامج المتطورة والتي تتضمن النظم الخبيرة والذكاء الاصطناعي وقواعد البيانات وأتمته المكاتب والأنترنت والإكسترنات والإنترنت... الخ. وفي هذا الإطار نجد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعتمد وبشكل أساسي على استخدام تقنيات وبرامج الحاسب الآلي، كما تعتمد تطبيقاتها على عدة مراحل انطلاقاً من الحصول على البيانات من البيئة ومراقبتها، ثم عملية معالجة البيانات التي تتضمن التنظيم والتبويب والتخزين والترميز والتحليل لنصل إلى النتائج المترتبة عن مرحلة المعالجة للاستفادة منها في الوقت وبالشكل المناسبين (ليلي بوحديد، 2017، ص 877).

رغم وجود اختلاف بين الباحثين حول مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ، لكن نلاحظ انه تم اتفاق معظمهم على تصنيف هذه المفاهيم إلى أربعة مجموعات، فالأولى تعرفها بناء على المفاهيم التي تركز على الأجهزة التي تشملها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما الثانية فتعتمد على المفاهيم التي تركز على الأنشطة التي تقوم بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال دون الإشارة إلى الأجهزة التي تستخدمها، أما المجموعة الثالثة فمفاهيمها تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأنشطة التي تقوم بها، أما المجموعة الرابعة فتركز في مفاهيمها على الأجهزة والأنشطة والعنصر البشري في آن واحد (عبد الله فرغلي علي موسى، 2008، ص ص 25-27)

مما سبق يظهر أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الأدوات التقنية المترابطة فيما بينها من أجل تشغيل المعلومة وإيصالها إلى المستفيد منها، من خلال دمج تكنولوجيا تجهيز، جمع، معالجة، واسترجاع المعلومات مع تكنولوجيا الاتصال الخاصة بإيصال المعلومة.

وفي ذات السياق تجدر الإشارة إلى ان تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتميز بمجموعة من الخصائص التي جعلتها تتمتع بقدرة عالية وتأثيرات متزايدة في مختلف المجالات، فهو قطاع رائد وحيوي، بحيث يزداد فيه جانب التكنولوجيا ويقل فيه جانب العمالة التقليدية، وفيما يلي اختصار لاهم هذه الخصائص (نادية غوال ، العجال عدالة ، 2019، ص ص 216-217):

- **التفاعلية:** فهو مستقبلاً ومرسلاً في نفس الوقت، فالمشاركون في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار، مما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين المؤسسات والأشخاص وباقي الجماعات.

- **اللامركزية:** استقلالية هذه التكنولوجيا، فالإنترنت تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الإنترنت على مستوى العالم كله.
- **التوسع:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع أكثر فأكثر مساحات غير محددة من العالم، بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنظامها المرن.
- **العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة، تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح لراس المال بان يتدفق إلكترونياً.
- **التعقيد وكثافة الاستخدام راس المال:** التكنولوجيا وبالذات المتقدمة منها تتسم بارتفاع التكلفة وبكثافة استخدام راس المال والتعقيد الشديد، وهي لكل ذلك تأخذ صيغة احتكارية حيث تتركز عادة في أيدي الطبقة القوية التي تمتاز بها بالنفوذ السائد في المجتمع.

2.4. أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفوائدها:

تبرز أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الناشئة في مجموعة النقاط التالية (عبد الله فرغلي علي موسى، 2008، ص ص 33-35):

- **كفاءة عالية في تخزين واسترجاع المعلومة:** ويظهر ذلك من خلال الكم الهائل من المعلومات التي يمكن تخزينها، واسترجاعها، بالإضافة إلى مرونة كبيرة في إعادة تشغيلها بأقل تكلفة.
- **كفاءة عملية المعالجة:** حيث يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال معالجة سريعة يمكن قياسها بعدد العمليات من الأنواع المختلفة التي يمكن القيام بها خلال وحدة من الزمن.
- **كفاءة عملية النقل والتوزيع:** والتي يمكن قياسها بكمية المعلومات التي يمكن إرسالها في وقت محدد، ومقدار المسافة التي سوف يتم إرسال المعلومات عبرها.
- **تحقيق أكبر قدر من الموثوقية:** وينعكس ذلك في تدارك الأخطاء في المعلومات التي يتم اختزانها، ومعالجتها ونقلها.

ونظراً للأهمية التي تحظى بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يمكن ذكر مجموعة من فوائد التي تحققها من خلال (<http://www.bbekhit.online.fr>):

- التحكم في التكاليف عن طريق إدخال النمط الإلكتروني في الأعمال الإدارية، بمعنى أن جل الأنشطة الإدارية أصبحت تتم عبر الشبكة دون الحاجة إلى أوراق أو تكاليف الطبع والحفظ بالإضافة إلى العمل على تقليص الأعمال الإدارية والتركيز على المهام الأساسية.

- العمل الجماعي بحيث يمكن للمستخدمين الخارجيين بتبادل الرسائل والرسومات والأشكال البيانية وغيرها مع المستخدمين الداخليين، وذلك بوجود حد أدنى من التنسيق والتعاون فيما بينهم والاتفاق على مجموعة من الآليات التي يتم بها سير العمل. وهكذا تتشكل لدينا مجموعة عمل كل فرد منهم داعما ومكملا لعمل الآخر بما يؤدي في نهاية المطاف إلى تحسين الأداء، ورفع الإنتاجية وتطوير الخدمات والمنتجات.
- تجعل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المؤسسات أكثر تنافسية وكفاءة حيث تساعد على تفعيل العلاقات مع الزبائن، والموردين والعاملين وتجعلها مؤمنة بطريقة رقمية، أي الانفتاح على المحيط الخارجي بطريقة آمنة.
- تساعد على الابتكار والتجديد، كما تساهم في تقديم عروض ملائمة مع احتياجات العملاء وإيجاد أسواق جديدة.
- تمنح فرصة توسيع التجارة الإلكترونية، إدارة الأعمال إلكترونيا والعمل مع فرق خارجية.
- تعطي التفاعل مع تحركات المنافسين بمسايرة التطورات الحديثة التي تمس طرق الإنتاج والتوزيع، كما أنها تمثل وسيلة هجوم ومنافسة بالنسبة للمؤسسة إذ تسمح بالخروج من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية.

5. دعم تكنولوجيا المعلومات والاتصال لإدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال واحدة من المرتكزات الأساسية التي يقوم عليها إدارة المعرفة. وعلى هذا الأساس لعبت تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا هاما في تنمية المؤسسات منذ التسعينات من خلال توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب. ودعم وتحسين عملية اتخاذ القرار وتنشيط حركة الاتصالات بالمؤسسة. وفي نفس السياق توفر هذه التكنولوجيا لإدارة المعرفة الكثير من الإمكانيات مثل شبكة المعلومات، الشبكة الداخلية وبرامج التصفح، مخازن البيانات ومصفاة البيانات. مما يسهل ويسرع من إدارة المعرفة. ولتكون العملية مستمرة لتبادل المعرفة يجب أن تتوفر شروط في نظام التكنولوجيا وهي: القدرة على إدراك ومراقبة وإجراء مسح للنواحي المهمة في البيئة المحيطة، القدرة على ربط المعلومات بالقيم والقواعد الإرشادية لسلوك النظام، التعرف عن القيود ذات الدلالة عن هذه القيم والقواعد (بوخاري فاطنة، 2020 ص ص 43-44).

1.5. تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساندة في اكتشاف المعرفة:

إن أساس ظهور المعلوماتية وتحويلها إلى قوة العصر يرتكز أساسا على تطور تقنيات الاتصال وسرعتها، بحيث أصبحت لها السلطة في تكوين أبعاد المعرفة من خلال مدها المعلومات الضرورية وتسهيل توصيلها عبر أدواتها الاتصالية. فالسلطة المعلوماتية هي القدرة على استثمار سرعة الاتصالات لإيصال معلومات مجهزة لتحقيق أهداف معينة. فهي خلقت الوجود الحقيقي والواقعي للمعرفة وتبادل وتفعيل المعارف وإدارتها. كما تجدر الإشارة إلى أن أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال تؤدي دورا أساسيا في إدارة المعرفة وزياد تبادلها بما لها من قدرة على تسريع إيقاع التجديد والتفاعل الجماعي المعرفي (دبيحي مباركة، 2013ص217). وعليه فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا فعالا جدا في اكتشاف المعرفة من خلال الاعتماد على مستودعات البيانات التي صممت لتخزين وتحليل البيانات حيث يتم فيها تجميع البيانات من قواعد بيانات مختلفة وإعادة تنظيمها بما يسمح بتحليلها واستخلاص المعلومات المهمة منها للمساعدة في اتخاذ القرارات، لذلك تستخدم مخازن البيانات (مستودعات البيانات) لتخزين كميات ضخمة من البيانات لفترات طويلة، وهذه البيانات يمكن تحديثها ولكن لا يمكن تعديلها لأنها تستخدم فقط للتحليل والدراسة.

2.5. تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساندة لتوليد المعرفة:

- توجد العديد من الأنظمة التي تعمل على توليد وابتكار معرفة جديدة تصمم بشكل خاص مثل:
- **نظم التصميم بمساعدة الحاسوب:** ويقصد به استخدام تكنولوجيا الحاسوب لإنجاز عملية تصميم الوثائق. ويسمح نظام التصميم بمعونة الحاسوب بتمثيل ودراسة عمل منتج دون تصنيعه. ويتألف نظام التصميم بمعونة الحاسوب من معالج وذاكرة مركزية من أجل تنفيذ البرامج وإجراء التحاليل، إضافة إلى نظام بياني لإنشاء النماذج الرسومية وتعديلها على الشاشة وحفظها. كما توجد وحدات محيطية لإدخال المعلومات وأخرى للإخراج. وتحتوي برامج التصميم بمعونة الحاسوب عادة مكتبات من أجل تسهيل عمليات الإدخال والتصميم.
 - **أنظمة الواقع الافتراضي:** تتيح التفاعل البشري مع الحاسب الذي يتم عن طريق جهاز الإدخال مثل النظارات وقفاز البيانات، عصا التحكم أو نوع آخر من وحدات تحكم، وتستخدم تطبيقات هذه الأنظمة في صنع التصاميم، من خلال توفير القدرة على استخدام البيئة الافتراضية مع الخيارات التفاعلية بالوقت الحقيقي ضمن الفضاء المجسم، والهدف منها هو تمكين الناس أو المستخدمين من استخدام التكنولوجيا لتحقيق هدف بسهولة وفعالية.

3.5. تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساندة لتخزين المعرفة:

وتتمثل أساسا في نظم قاعدة المعرفة التي تعمل على تمثيل المعرفة في قواعد بعد الحصول عليها من الخبراء ويمكن ذكر آليات التخزين التالية:

* **مخازن البيانات:** تسمح للمؤسسات بجمع بياناتها في قواعد بيانات ضخمة لأجل الوصول السريع إليها.

* **خرائط المعرفة:** وهي تبين مكان تواجد المعرفة وكيفية الحصول عليها.

* **المكتبات الإلكترونية:** وهي قواعد بيانات خاصة من المعلومات لمستخدمين.

4.5. تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساندة لتوزيع المعرفة:

نتيجة للتقدم المذهل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال زادت الحاجة إلى ربط الشبكات المحلية كافة شبكات دول العالم، ليصبح الاتصال بين عدة شبكات واقع ملموس في العديد من الشبكات التي نذكر منها:

- **شبكة الأنترنت:** تعد شبكة الشبكات، فهي تضم آلاف الشبكات، وتتصل بملايين الحاسبات الكبيرة والصغيرة، وهي أداة تربط بين الجامعات والمراكز البحثية والمؤسسات التجارية في مختلف أنحاء العالم. ويتزايد استخدام الأنترنت سنويا على مستوى الأفراد والمؤسسات حتى أصبحت أحد أهم وسائل الاتصال لإنشاء وتدفق ونشر المعلومات (ياسر الصاوي، 2007، ص116). ولقد سمحت شبكة الأنترنت بتقديم مجموعة من الخدمات التي يمكن إيجازها في مايلي: خدمة تشارك ونقل الملفات، خدمة البريد الفوري، خدمة تخزين البيانات، خدمة الهاتف عبر الأنترنت، وخدمة الدردشة عبر الويب، خدمة المكتبة والترجمة على الخط، خدمة منتديات الحوار، خدمة الاجتماعات المرئية على الويب... وغيرها من الخدمات.

- **شبكة الأنترانت:** وهي شبكة داخلية تستعمل تكنولوجيا الأنترنت وتكون فيها المعلومات في متناول العاملين بالمؤسسة فقط (<http://www.webcom-agency.net>). ولقد ظهر عدد كبير من التطبيقات والبرمجيات التي يمكن أن تحقق المفهوم الحقيقي للأنترانت، وأهم الأدوات التي يجب أن توفرها تلك التطبيقات نجد: أدوات النشر الإلكتروني، أدوات إدارة العمل الجماعي وتدفق العمل، أدوات البحث، أدوات تحقيق الخصوصية، أدوات السرية والأمان، أدوات تكامل التطبيقات. وعليه يمكن اعتبار الأنترانت أنترنت داخلية تم تفصيلها لتكون ملائمة للمؤسسة،

تتغير بنيتها بالاستناد إلى المعلومات الداخلية والخارجية التي تتدفق داخل الشبكة خلال مرحلة التعلم (سهام كرودي، سهام موسي، 2021، ص 188).

- **المنطق الضبابي:** هو علم المبادئ الصورية المعيارية للتفكير الاستدلالي التقريبي، وينظر إلى التفكير الاستدلالي الدقيق باعتباره حالة حدية، ومعنى ذلك أن المنطق الضبابي يتناول التفكير التقريبي لا الدقيق (أمينة العربي دواجي، علجية يموتن، 2022، ص 169).

7. خاتمة

يعيش العالم حاليا تطورا هائلا على كافة الأصعدة لاسيما في مجال تكنولوجيا المعلومات التي أحدثتها وسائل الاتصالات الحديثة كالإنترنت والتي باتت تغطي العالم بأسره، والصناعات الإلكترونية المتطورة وإستخدام أجهزة الحاسوب في معالجة البيانات بسرعة وبدقة، ومئات الألوف من البرمجيات المتطورة والجاهزة، وانفجار المعرفة العلمية.

نتائج الدراسة:

من خلال ما تم عرضه حول موضوع تكنولوجيا المعلومات وربطه بإدارة المعرفة أمكن الخروج بجملة من النتائج التالية:

- أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم في مجالات متعددة اقتصادية وإدارية واجتماعية وثقافية وغير ذلك، وبالتالي من الضروري نشر ثقافة إدارة المعرفة واعتماد العمل بالتكنولوجيا بما يخلق ويحقق للمؤسسات الناشئة ميزة تنافسية.
- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة المعرفة إذ تقدم جملة من الأنظمة والشبكات الداعمة والمساندة لإدارة المعرفة. وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى أن مساهمة هذه التكنولوجيا تكون ذات فعالية في معالجة المعرفة الصريحة، بينما تبقى مجموعة المعارف الضمنية صعبة التعامل معها لصعوبة قياسها.
- المؤسسات الناشئة التي ستعجز عن اللحاق بركب الثورة الرقمية وتتخلف عنها ستفقد قوتها التنافسية وحصتها في السوق واحتمال تدني دخلها، وبالتالي يصبح من الصعب عليها التوجه نحو إدارة المعرفة. كون المعرفة هي محرك الإنتاج والنمو والتطور، فنماذج الأعمال التقليدية لم تعد قادرة على مواجهة متطلبات هذا العصر.

- أصبح تنظيم المعلومات وخدمات المعلومات من أهم العناصر الأساسية للمؤسسات الناشئة. وامتلاك حدث التقنيات والتجهيزات لا يعني التحكم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا إنجاح إدارة المعرفة، بل إن الاستفادة المثلى منها يرجع بالأساس إلى الكفاءات والمواهب البشرية القادرة على استخدامها بما يمكن من نقل المؤسسات الناشئة من موقع الفعل إلى موقع رد الفعل.

توصيات الدراسة:

- من الضروري إيجاد السبل الكفيلة بالنهوض بهذا القطاع الاستراتيجي، وتقليص الفجوة الرقمية.
- لا بد من الاستثمار في البنية التحتية وخدمات الاتصالات، بالإضافة إلى إيجاد البيئة التشريعية وتطوير الأطر القانونية.
- يجب اعتماد خطط استراتيجية واضحة تهدف إلى التحول نحو مجتمع المعرفة، وكذا تكثيف الدورات التدريبية لزيادة كفاءة مستخدمي تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذا من أجل التنسيق بين الجانب البشري والجانب التكنولوجي في المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الناشئة بصفة خاصة.
- الاستعانة بالأنظمة الداعمة والمساندة لعملية إدارة المعرفة، لتحسين عملية اتخاذ القرارات، وإرساء شبكات الاتصال المختلفة مع البنوك المعلومات المختصة في إنتاج ونشر المعرفة.

المراجع

- أسماء بن زيادي، دور عناصر نظام المعلومات في تفعيل إدارة المعرفة -واقع المؤسسة الاقتصادية الجزائرية-، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 15، العدد 2، 2016، الجزائر
- العلي عبد الستار وآخرون: المدخل إلى إدارة المعرفة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2006، عمان
- الهادي لرباع، أنظمة الذكاء الاصطناعي المساعدة في عملية إدارة المعرفة، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، العدد 32، 2015، سوريا.
- الهام ماضي وآخرون، عمليات إدارة المعرفة ودورها في تنمية كفاءات الموارد البشرية، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، مجلد 5، عدد 8، الجزائر.
- امينة العربي دواجي، علجية يموتن، المنطق الضبابي ودوره في تطوير التقنية، مجلة التدوين، المجلد 14، العدد 1، 2022، الجزائر.

- تسعديت بوسبعين، عميروش عربان، استخدام الأنظمة الخبيرة كمدخل للتحسين من إجراءات المراجعة،، مجلة معارف، المجلد 16، العدد 1، 2021، الجزائر
- جلييلة بن عياد، دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 08، العدد 01، 2022، الجزائر
- حميد بن حجوبة ، بلقاسم دواح ، إدارة المعرفة أساس لتحسين أداء المنظمات (دراسة نظرية)، مجلة الحقوق والعلم الإنسانية - دراسات اقتصادية-، المجلد 31 العدد 1، جامعة زيان عاشور، الجزائر.
- خلود عاصم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة المعلومات وانعكاساتها على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013، العراق
- اوضايفية، علية ضيايف، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التحول نحو اقتصاد المعرفة، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، مخبر الصناعات التقليدية لجامعة الجزائر 3، المجلد 9، العدد 1، 2020، الجزائر.
- سهام كرودي، سهام موسي، أهمية المراجعة التحليلية في ظل نظام الشبكات العصبي الاصطناعية في تحسين أداء التدقيق، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، المجلد 4، العدد 1، 2021، الجزائر
- عبد الله فرغلي علي موسى: تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، اترك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2008، القاهرة، مصر
- عبد الله قلش: تكنولوجيا المعلومات والاتصال واقتصاد المعرفة: مداخلة ضمن ملتقى دولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، 28/27 نوفمبر، جامعة الشلف، 2007، الجزائر
- عثمان لخلف، رضوان لمار، تفعيل إدارة المعرفة من خلال النظم الخبيرة، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 08، ماي 2013، الجزائر.

- عثمان ولد الصافي، مصطفى العربي، التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر واليات دعمها ومرافقتها حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2021
- فاطمة الزهراء عراب، خضرة صديقي، دور الدولة في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر الجديدة " دراسة في قرار انشاء صندوق تمويل المؤسسات الناشئة، مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، 2021، الجزائر
- فاطنة بوخاري، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تفعيل إدارة المعرفة، المجلة الدولية للاداء الاقتصادي، المجلد 3، العدد 2، 2020، الجزائر
- ليلي بوحديد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (دراسة ميدانية)، مجلة الحقيقة، العدد 41، 2017/ الجزائر
- ليندا دراني: استراتيجية دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر كرهان للحد من البطالة، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 08، العدد 02، 2022، الجزائر .
- مباركة دبيحي، دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل إدارة المعرفة، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية ، المجلد 4، العدد 3، 2013، الجزائر
- مروى رمضاني، كريمة بوقرة، تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر "نماذج لشركات ناشئة ناجحة عربيا"، وليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 03، 2021، الجزائر
- نادية غوال ، العجال عدالة ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة بالجزائر، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 09، العدد 16 مكرر، 2019، الجزائر
- نعيم ابراهيم الظاهر : إدارة المعرفة، عالم الكتاب الحديث ودار جدار للكتاب العالمي ، ط1، 2009، الاردن
- هجيرة بتقة، مصطفى حوجو، اثر عمليات إدارة المعرفة في تطوير ممارسات إدارة الموارد البشرية - دراسة حالي مؤسستي لافارج هولسيم وتواب للجبس بولاية المسيلة، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 07، العدد 1، 2022، الجزائر .
- يوسف حسين، إسماعيل صديقي، دراسة ميدانية لواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة حوليات بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 08، العدد 1، 2021، الجزائر

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

- Gille Balmise : Gestion de connaissances – outils et application du knowledge management, vuibert, Paris
- <http://www.webcom-agency.net>.
- <http://www.bbekhit.online.fr>
- [www. Mbrf.ae/ar/read/dby-almdyn-alathk-oalasaad/7](http://www.Mbrf.ae/ar/read/dby-almdyn-alathk-oalasaad/7)
- <http://drkhaledkassem.blogspot.com/2011/051->

المقاولاتية الخضراء كألية لتعزيز التنمية المستدامة-عرض لبعض النماذج الناجحة-

لمياء مكروسي* نور الهدى عمارة**

*جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، mekarssi.lemya@univ-oeb.dz

**جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، houdaamara90@yahoo.com

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة مدى أهمية المشاريع المقاولاتية الخضراء كمشاريع مبتكرة وصديقة للبيئة في تحقيق التنمية المستدامة، حيث تلخصت إشكالية الدراسة في تحديد مدى مساهمة المشاريع المقاولاتية الخضراء في تحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال عرض تجارب دولية ناجحة. وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لتسليط الضوء على نماذج لبعض المشاريع الخضراء والمتمثلة في شركة الأزياء المستدامة اكوالف (Ecoalf)، شركة ايكوسيا (Ecosia) في مجال زراعة الأشجار، بالإضافة إلى عرض نماذج لبعض الشركات الناشئة الخضراء في مصر، حيث تسعى هذه الشركات إلى إحداث تأثير إيجابي على البيئة سواء على الصعيد المحلي أو العالمي، من خلال تحقيق التوازن بين الربح المادي والحفاظ على البيئة.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود الاهتمام والوعي البيئي لدى المؤسسات الناشئة الدولية محل الدراسة، حيث سعت هذه الأخيرة إلى إحداث تأثير إيجابي على البيئة من خلال تبنيها للمشاريع الصديقة للبيئة بتفعيل العديد من الممارسات المستدامة والاستراتيجيات التي ساهمت بشكل فعال في تحقيق التنمية المستدامة.

الكلمات الدالة: المقاولاتية الخضراء، التنمية المستدامة، المؤسسات الناشئة.

ABSTRACT

This research paper aims to know the importance of green entrepreneurship project as innovative and environmentally friendly projects in achieving sustainable development, And summarized the research problem in determining the extent contribution of green entrepreneurship projects to achieving sustainable development by presenting successful international experiences. The descriptive analytical approach was adopted to highlighting international models of some green projects, represented by the sustainable fashion company Ecoalf, Ecosia company in the field of tree planting, in addition to presenting examples of some green startups in Egypt. which seek to make a positive impact on

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

the environment, whether at the local or global levels, by balancing material profit and preserving the environment.

The study concluded that there is interest and environmental awareness among the international startups under study, which they sought to make a positive impact on the environment by adopting environmentally friendly projects by activating many sustainable practices and strategies that effectively contributed to achieving sustainable development.

Keyword: green entrepreneurship, startups, sustainable development.

1. المقدمة

إن الاستدامة - سواء كانت اقتصادية أو بيئية أو اجتماعية أو بشرية- قد أصبحت تقع في صميم استراتيجيات الدول ومهام الحكومات، فالاستدامة أداة أساسية لبناء دول قوية ومزدهرة، تمتلك اقتصاديات متنوعة وحيوية-قادرة على تحقيق الاكتفاء الذاتي والصمود أمام الأزمات-، كما تملك مجتمعا صحيا وفاعلا.

فالتنمية المستدامة تشمل مجالات كثيرة مثل النمو الاقتصادي والتنمية الاجتماعية، بالإضافة إلى الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، وهنا يكمن دور المشاريع المقاولاتية في ابتكار طرق جديدة غير الطرق التقليدية التي تسبب استنزاف الثروات وإحداث التلوث. إن المقاولاتية-أو كما تسمى أيضا بزيادة الأعمال-تساهم في تحقيق الركائز الثلاثة للتنمية المستدامة، من خلال قدرتها على تعزيز النمو الاقتصادي، وتعزيز الأهداف البيئية، وكذا تحسين الظروف الاجتماعية خاصة في الدول النامية، وبالتالي تؤثر في تحقيق التنمية المستدامة، وتطويرها له دور كبير في تحقيق وتفعيل التنمية المستدامة خصوصا إذا تم توجيهها نحو ذلك. ومن أهم أنواع المقاولاتية والتي شهدت شهرة واسعة في السنوات الأخيرة هي "المقاولاتية الخضراء" أو كما يطلق عليها كذلك "المشاريع الصديقة للبيئة"، لا سيما مع سعي العديد من رواد الأعمال وأصحاب الأفكار الريادية لأن يتركوا أثرا إيجابيا على العالم من حولهم، ويسهموا في الحفاظ على سلامة الكوكب وموارده، حيث تعمل هذه الشركات في مجالات مختلفة كإدارة النفايات والمخلفات، والمياه، والطاقة الشمسية، والتكنولوجيا الزراعية، بل والتجارة الإلكترونية.

إشكالية الدراسة:

لقد برزت العديد من المبادرات والمشاريع الدولية، والتي تميزت عن طريق ابداعاتها وابتكاراتها بالتزامها البيئي ومسؤوليتها اتجاه المحافظة على البيئة دون الإضرار بمكاسبها المادية، وتعد التجارب التي تم عرضها في هذه الورقة البحثية من بين العديد من التجارب الرائدة في مجال زيادة الأعمال الخضراء.

من خلال ما سبق يمكن طرح إشكالية الدراسة في التساؤل الموالي:

كيف تساهم المشاريع المقاولاتية الخضراء في تحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال

عرض تجارب دولية ناجحة؟

من خلال هذه الإشكالية يمكن طرح بعض التساؤلات الفرعية التالية:

- فيما تتمثل المقاولاتية الخضراء، وما المقصود بالمقاول الأخضر؟
- ما المقصود بالتنمية المستدامة، وما هي أبعادها؟
- إلى أي مدى نجحت المشاريع المقاولاتية البيئية في تحقيق التنمية المستدامة بمختلف أبعادها من خلال النماذج التي تم عرضها؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان طبيعة العلاقة بين المقاولاتية الخضراء والتنمية المستدامة، كما تهدف كذلك إلى تسليط الضوء على بعض المشاريع الناشئة الصديقة للبيئة، والتي تسعى من خلال خدماتها إلى تحقيق التنمية المستدامة.

أهمية الدراسة: تنبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية والدور الذي تلعبه المشاريع الخضراء والمستدامة، فهي تحقق الكثير من الأرباح، حيث أن الأعمال الصديقة للبيئة تلبى احتياجات السوق سريعة النمو، ولكن بعيدا عن التأثير المريح لهذه المشاريع، فإن الأهمية الأكبر تتمثل في جعل العالم مكانا أفضل.

محاور الدراسة:

للإجابة على إشكالية هذه الدراسة وتحقيق أهدافها تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور أساسية تتمثل فيما يلي:

المحور الأول: إطار مفاهيمي حول المقاولاتية الخضراء والتنمية المستدامة؛

المحور الثاني: عرض لبعض المشاريع الخضراء الناجحة.

2. إطار مفاهيمي حول المقاولاتية الخضراء والتنمية المستدامة

سيتم من خلال هذا المحور عرض المفاهيم الأساسية لكل من المقاولاتية الخضراء والتنمية المستدامة.

1.2. مفاهيم أولية حول المقاولاتية الخضراء

إن اعتماد البعد البيئي في مختلف أنشطة الأعمال المقاولاتية ظهر نتيجة للعديد من الأسباب ومن أهمها هو تحقيق متطلبات التنمية المستدامة، وسيتم هنا التطرق إلى بعض المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمقاولاتية الخضراء.

أولا: تعريف المقاولاتية الخضراء

تعود المحاولة الأولى لتعريف المقاولاتية الخضراء وتحديد خصائصها إلى سنة 1990، حيث تم استخدام المصطلح لأول مرة في كتاب "المقاول الأخضر: الفرص الاستثمارية التي تحمي الأرض وتصنع الأموال"، من تأليف Gustav Berle، والذي قدم تعريفاً أقرب إلى الأخلاق الاجتماعية أكثر منه إلى البيئية حيث قال: "المقاولاتية الخضراء تعني تحمل المسؤولية لخلق العالم الذي نلحم به" (معزوز، 2021، صفحة 81).

حاول كل من Fonrouge و Petzold تعريف المقاولاتية البيئية على أنها "تتعلق باستغلال الفرص المرتبطة بالحماية والمحافظة على البيئة، وذلك بطريقة تقييمية، فالأداء الجيد لمنظمات الأعمال الحديثة يقاس بمقدار الفوائد الاقتصادية والاجتماعية وكذا البيئية" (بن خديجة، 2019، صفحة 107).

في حين قدم Robert Hall تعريفاً أكثر واقعيًا، حيث ذهب إلى أنها: "نظام يغير الأعمال الاجتماعية والبيئية من خلال ابتكارات مهمة، حيث فرق بين المقاولات التجارية الخضراء التي تسعى على تحقيق أقصى قدر من المكاسب الشخصية من خلال اقتناص الفرص الخضراء سواء منتجات أو العمليات، والمقاولات الاجتماعية الخضراء والتي تسعى إلى الترويج لأفكار ومنتجات أو تقنيات خضراء صديقة للبيئة وتحويلها إلى مشاريع تجارية قابلة للتطبيق" (براهيمي، 2020، صفحة 88).

وبالتالي فالمقاولاتية الخضراء هي عبارة عن الجمع بين الخصائص الأساسية للمقاولاتية التي تركز على الإبداع والابتكار والقيادة والتنوع والتميز والمخاطرة من جهة، وخصائص التنمية المستدامة القائمة خاصة على مراعاة البعد البيئي من جهة أخرى.

ثانياً: تعريف المقاول الأخضر

يعرف المقاول الأخضر في الأدبيات الأكاديمية بأنه ذلك الشخص الذي ينشئ مشاريع خضراء من أجل إحداث تحول جذري في القطاع الاقتصادي الذي ينشط فيه (براهيمي، 2020، صفحة 93). وقد قدم Otery (2002) تصنيفين للمقاول البيئي وهما (بن عيسى، 2020، صفحة 210):

- **المقاول الواعي بيئياً:** وهو المقاول الذي يملك وعياً تاماً بالجوانب البيئية لنشاطاته والاستفادة منها خلال مناهج صديقة للبيئة كتصميم ابتكارات من الممكن أن تقلص استهلاك الموارد أو القضاء على جميع أشكال النفايات.
- **المقاول صاحب المشاريع الخضراء:** وهو المقاول الذي يملك أيضاً وعياً بالجوانب البيئية لكن موضوع نشاطه هو البيئة وتتمثل هذه الأنشطة في إعادة تدوير النفايات،

إعادة تأهيل المواقع الملوثة، السيطرة على تلوث الهواء، معالجة المياه والخدمات الهندسية والاستشارية.

ويصنف الباحثون في مجال المقاولاتية والخصائص السلوكية والاجتماعية للمقاولين بشكل عان والمقاولين المؤسسين للمقاولات الخضراء بشكل خاص، المقاول الأخضر ضمن أربعة أصناف أساسية هي (براهيمي، 2020، صفحة 93):

◀ **المبتكر صاحب الرؤية:** يتبع نهجا اقتصاديا بحثا ضمن إطار هيكل مقيّد، يتأثر بالضغوط الخارجية مثل القوانين واللوائح الخضراء، يستغل الفرص الاستراتيجية لتطوير الأعمال الخضراء.

◀ **بطل صاحب رؤية:** يتطور في محيط مؤيد للبيئة، يحمل قناعات شخصية مهيمنة حول التنمية المستدامة، يهدف إلى مستقبل مستدام يفرض تغييرات مجتمعية عميقة، جسر بين ثقافتين متعارضتين: ثقافة الأعمال وثقافة البيئة.

◀ **الأخلاقي المنشق:** هو بيئي مقتنع يرغب في نشر قيمه، تطور في محيط ذو ضغط بيئي منخفض تبني المنظور البيئي بتحفيز من أصدقائه، عائلته والتجارب الشخصية أكثر منه رغبة في تغيير العالم.

◀ **مقاول أخضر مؤقت (بالصدفة):** تطور لأسباب اقتصادية بحثة في محيط يتجاهل البيئية ودافعه الرئيسي هو الربحية المالية.

ثالثا: تعريف الفكرة الخضراء

تعتبر الفكرة الخضراء، الإبداعية والواقعية، الأساس الناجح للانطلاق في العمل المقاولاتي الأخضر، وتتعلق الفكرة الخضراء بتصزّر منتج أخضر من حيث خصائصه أو أساليب توزيعه أو موادّه الأولية، بحيث تشكل هذه الفكرة فرصة استثمارية حقيقية في السوق وتشبع حاجات فعلية لدى الزبائن بشكل يحمي البيئة (معزوز، 2021، صفحة 82).

رابعا: التسويق الأخضر

عرفه كل من (Pride&Ferrell, 2000) التسويق الأخضر بأنه "عملية تطوير وتسعير وترويج وتوزيع المنتجات التي لا تلحق أي ضرر بالبيئة الطبيعية" (ثامري، 2016، صفحة 64). عرفه Polonsky بأنه: "نوع من تبادل الأنشطة التي طورت من أجل تلبية مطالب واحتياجات الجمهور، وأنه نوع من التسويق الذي يضمن أن يتم هذا الأداء بطريقة تسبب الحد الأدنى من

الضرر على البيئة الطبيعية أثناء تلبية هذه الاحتياجات والرغبات" (فتحي، 2018، صفحة 166).

عند تطبيق المشروعات المقاولاتية لمنهج التسويق الأخضر تستند إلى أربعة أبعاد رئيسية، تشمل ما يلي (بن خديجة، 2019، الصفحات 110-111):

◀ **إلغاء مفهوم النفايات (أو تقليلها):** أصبح التركيز على تصميم وإنتاج سلع بدون نفايات أو بالحد الأدنى (بدلاً من كيفية التخلص منها)، وذلك من خلال رفع كفاءة العمليات الإنتاجية. أي أن المهم هو ليس ما يجب أن نفعله بالنفايات، بل كيف ننتج سلعا بدون نفايات.

◀ **إعادة تشكيل مفهوم المنتج:** يتمثل في مواكبة تكنولوجيا الإنتاج لمفهوم الالتزام البيئي، بحيث يعتمد الإنتاج بشكل كبير على مواد خام غير ضارة بالبيئة، واستهلاك الحد الأدنى منها، فضلاً عن ضرورة تدوير المنتجات نفسها بعد انتهاء المستهلك من استخدامها، وخاصة المعمرة منها. أما التغليف فيعتمد على مواد خام صديقة للبيئة وقابلة للتدوير.

◀ **وضوح العلاقة بين السعر والتكلفة:** يجب أن يعكس سعر المنتج تكلفته الحقيقية أو يكون قريباً منها. وهذا يعني أن سعر السلعة (التكلفة الحقيقية على المستهلك) يجب أن يوازي القيمة التي يحصل عليها من السلعة، بما في ذلك القيمة المضافة الناجمة عن كون المنتج الأخضر.

◀ **جعل التوجع البيئي أمراً مربحاً:** لقد أدركت العديد من المنظمات أن التسويق الأخضر يشكل فرصة سوقية قد تمنح المنظمة ميزة تنافسية ولربما مستدامة. خاصة مع تنامي الوعي البيئي بين المستهلكين وتحولهم التدريجي إلى مستهلكين خضر، وبالتالي سيكون هذا التوجه أمراً مربحاً خاصة على مربحاً خاصة في المدى الطويل.

2.2. ماهية التنمية المستدامة

تعتبر التنمية المستدامة مفهوماً حديثاً شاع استخدامه كثيراً في الأدب التنموي المعاصر، وأصبحت الاستدامة مدرسة فكرية عالمية منتشرة في معظم دول العالم الصناعي والنامي على حد سواء، وسنحاول استعراض أهم المفاهيم المتعلقة بالتنمية المستدامة.

أولاً: مفهوم التنمية المستدامة

تعني التنمية بكل بساطة" التمكن من الوصول باستمرار إلى مستوى عيش جيد من الناحيتين المادية والمعنوية. وهو ما يدل على أن التنمية سياق حركي يؤدي الى الانتقال من وضع سابق غير مرض إلى وضع لاحق يستجيب بكيفية مرضية إلى حاجات وطموحات الشخص والجماعة. وإذا كان السياق حركيا، فهو كذلك كمي وكيفي، حيث يعتبر مبدئيا سد الحاجات المادية بمثابة معبر إلى تحقيق الرفاهية على المستوى المعنوي (صالح خليل، 2009، صفحة 267).

لقد حاول تقرير الموارد العالمية الذي نشر عام 1992 والذي خصص بكامله لموضوع التنمية المستدامة حصر عشرين تعريفا واسع التداول، وزعها على أربع مجموعات تتمثل فيما يلي (مصطفى يوسف، 2014، الصفحات 70-71):

◀ **على الصعيد الاقتصادي:** بالنسبة للدول الصناعية في الشمال، فإن التنمية المستدامة

تعني إجراء خفض عميق ومتواصل في استهلاك هذه الدول من الطاقة والموارد الطبيعية، وإجراء تحولات جذرية في الأنماط الحياتية السائدة، واقتنائها بتصدير نموذجها التنموي الصناعي العالمي، أما بالنسبة للدول الفقيرة فالتنمية المستدامة تعني توظيف الموارد من أجل رفع مستوى المعيشة للسكان الأكثر فقرا في الجنوب.

◀ **على الصعيد الإنساني الاجتماعي:** تسعى التنمية المستدامة إلى الاستقرار في النمو

السكاني، ووقف تدفق الأفراد على المدن، وذلك من خلال تطوير مستوى الخدمات الصحية والتعليمية في الأرياف، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الشعبية في التخطيط للتنمية.

◀ **على الصعيد البيئي:** تعني التنمية المستدامة الاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية،

والموارد المائية في العالم، مما يؤدي إلى مضاعفة المساحة الخضراء على سطح الكرة الأرضية.

◀ **على الصعيد التقني والإداري:** التنمية المستدامة هي التنمية التي تنقل المجتمع إلى

عصر الصناعات والتقنيات النظيفة التي تستخدم أقل قدر ممكن من الطاقة والموارد، وتنتج الحد الأدنى من الغازات والملوثات التي تؤدي إلى رفع درجة حرارة سطح الأرض والضارة بالأوزون.

من التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج بأن التنمية المستدامة هي "عملية تنمية مستمرة ومتواصلة لضمان وتلبية متطلبات الأجيال الحالية والقادمة، حيث يتم استخدام الموارد الطبيعية بطريقة

عقلانية ورشيده دون استنزافها أو تدميرها مع محاولة ابقائها لفترة زمنية طويلة، فهي تهدف إلى تحقيق نمو اقتصادي يتلاءم مع قدرات البيئة. والتنمية المستدامة تسعى إلى تحسين نوعية الحياة للإنسان وتحقيق الرفاه الاقتصادي والقضاء على الفقر مع الحفاظ على المحيط البيئي، فهي تهتم بشكل كبير بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية وتعتبر العلاقة فيما بينهما علاقة تكاملية".

ثانياً: أبعاد التنمية المستدامة

تتمثل أبعاد التنمية فيما يلي:

❖ **البعد الاقتصادي:** إن النمو المستدام لا يقاس بمعايير مادية فقط، بل إن له جوانب

مادية وجوانب نوعية ويجب الاهتمام بالجوانب النوعية أكثر من الكمية لكي يتحقق مفهوم الاستدامة، حيث يجب ألا يقوم النمو المادي على حساب تدمير البيئة ومواردها، وأن يكون مقترنا بخلق المزيد من فرص العمل وبما لا يؤدي إلى تركيز الثروة في فئة وافتقار غالبية شرائح المجتمع، كما يجب أن يقوم ذلك النمو على قدرات البشر ومهاراتهم أكثر من قيامه على تكثيف استخدام الطاقة والمواد الخام، وباختصار فإن النمو المستدام هو النمو الذي يعمل على تحقيق الكفاءة الاقتصادية في إطار من العدالة بين الأجيال وداخل نفس الجيل.

❖ **البعد الإيكولوجي:** ويهتم بتحقيق هدفين هما: ترشيد استخدام موارد البيئة وكذلك هدف

المحافظة على طاقة الحمل للأنساق البيئية والتي تعني قدرتها على تجديد حيويتها، وذلك من خلال:

- المحافظة على قدرة الموارد البيئية المحلية على تجديد نفسها لأن استغلال هذه الموارد بما يفوق القدرة يؤدي إلى فنائها مثل الصيد الجائر وتجريف الأرض.
- المحافظة على قدرة النظام البيئي على هضم المخلفات الناتجة عن الأنشطة البشرية (محمد ميلاد، 2008، الصفحات 64-66).

❖ **البعد الاجتماعي:** يشير هذا البعد إلى العلاقة بين الإنسان والطبيعة، إذ تسعى التنمية

المستدامة إلى النهوض بالواقع وتحقيق الرفاه والسعادة للإنسان وتحسين سبل العيش والحصول على الخدمات التعليمية والصحية وتوفير الحد الأدنى من معايير الأمن، واحترام حقوق الإنسان ليعبر عن رأيه بحرية، بالإضافة إلى تنمية الثقافات المختلفة

والتنوع والمشاركة الفعلية للقواعد الشعبية في صنع القرار، وكذلك تحقيق طموحات أفراد المجتمع (سعيد علي، 2018، صفحة 497).

3. عرض لبعض المشاريع الخضراء الناجحة

تلعب المؤسسات الناشئة دورا هاما في حماية البيئة والمحافظة عليها وذلك من خلال تبنيها وتنفيذها لمشاريع صديقة للبيئة، وفيما يلي عرض لبعض الشركات الناشئة على المستوى الدولي والناجحة في مجال المشاريع البيئية.

1.1.3 شركة إكوالف (Ecoalf)

إكوالف هي شركة أزياء إسبانية ذات طابع مستدام هدفها التقليل من الآثار السلبية لصناعة الأزياء والاستخدام المفرط للموارد الطبيعية من خلال تبنيها لمبادئ تساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

أولا: تقديم عام حول الشركة

شركة إكوالف (Ecoalf) هي شركة إيكولوجية إسبانية مقرها في مدريد تأسست سنة 2009 بهدف إنشاء شركة أزياء مستدامة. قادها مؤسسها ورئيسها خافيير جونتشي (Javier Goyeneche) نتيجة تدمره من الاستخدام المفرط للموارد الطبيعية، وما يترتب عليها من نفايات ملوثة التي تنتجها الصناعات فضلا عن ضمان احتياجات الأجيال القادمة (Paula Lei Bernat, 2021/2022, p. 7). تتمثل مهمة الشركة في إنشاء الجيل الأول من منتجات الأزياء المعاد تدويرها مع الاحتفاظ بنفس الجودة والتصميم والخصائص التقنية كأفضل الملابس والإكسسوار غير المعاد تدويرها. علاوة على ذلك، تتمثل رؤية الشركة في التوقف عن استخدام الموارد الطبيعية بطريقة غير عقلانية (Sabela Calvo, 2019, pp. 30-31). تحصلت الشركة على شهادة B corp منذ 15 مارس 2018 كأول شركة أزياء إسبانية تحصل على هذه الشهادة. وتم تصنيف إكوالف حاليا بدرجة 81.8 من 200 (Melanie, 2020/2021, p. 45).

الجدول 1: معلومات أساسية حول الشركة

شركة Ecoalf	الخصائص
القطاع	صناعة الملابس والأزياء: إعادة تدوير المنسوجات والملابس والجلود.
المهمة	إنشاء الجيل جديد من المواد والمنسوجات المعاد تدويرها بنفس جودة
تاريخ الإنشاء	2009
الصفة القانونية	شركة ذات مسؤولية محدودة
الموقع	مدريد، إسبانيا
عدد العاملين	113

الإيرادات السنوية	+/- 14 مليون أورو (سنة 2019)
-------------------	------------------------------

Source :(Melanie, 2020/2021, p. 44)

ثانيا: مبادئ عمل الشركة في إطار التنمية المستدامة

يمكن تلخيص أهم مبادئ عمل الشركة في إطار المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة فيما يلي (مسيخ ، 2021 ، صفحة 492):

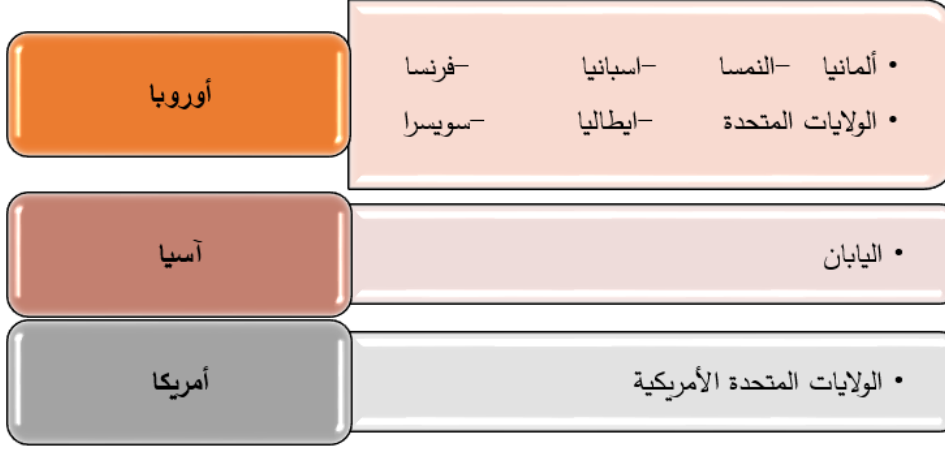
- **الاستدامة:** تهدف الشركة إلى أن تكون مشروعا مبتكرا لمستقبل المجتمع، مع ترسيخ الأسس الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في روح الشركة.
- **الابتكار الأخضر:** تركز الشركة على التكنولوجيا الخضراء من خلال الاستثمار المستمر في البحث والتطوير والتحقيق التعاوني، للوصول إلى أفضل جودة في المواد والأقمشة والعمليات الجديدة باستخدام المواد المعاد تدويرها. تركز الشركة أيضا على المواد منخفضة التأثير (تأثير الليف)، وحاليا يتم استخدام ستة معلمات لتحديد استدامة المادة على المعايير التالية: استهلاك الطاقة/ انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون، استخدام الماء، استخدام الأرض، استخدام المنتجات الكيماوية، العلاقة مع التنوع البيولوجي وإنتاج المخلفات الصلبة.
- **التصميم المستدام:** إن الصدق في التصميم المستدام وتحويل الأفكار إلى أفعال هي روح شركة إكوالف والتي تمنح الطاقة والقوة للبحث دائما عن وجهات نظر وطرق جديدة لاقتراح الأفكار بطريقة مستدامة ومبتكرة.
- **المصداقية:** تزدهر شركة إكوالف في الحديث عندما يقولون إنها تفعله، من خلال الالتزام بتماسك قوي في خطة عملها.
- **الشفافية:** تضمن الشفافية هذا الاتساق وتعطي المصداقية كعلامة تجارية لكل الأطراف والمتعاملين، وهو الأهم عند العملاء، فالشفافية تعتبر ميزة وقيمة قوية لإكوالف.

ثالثا: كيفية عمل الشركة في مجال إعادة تدوير النفايات

تركز إكوالف استراتيجيتها السوقية على النقاط التالية: المبيعات من خلال المتاجر متعددة العلامات التجارية، التجارية الإلكترونية وفتح متاجرها الخاصة. تدير الشركة حاليا متجرين في اسبانيا، ومتجر واحد في كل من مدريد وبرشلونة، بالإضافة إلى متجر في ألمانيا وفرنسا والنمسا والمملكة المتحدة وإيطاليا. ومع ذلك، فإن الأسواق الرئيسية للشركة هي الولايات المتحدة اليابان، والتي يمكنها الوصول إليها من خلال شركات مع أقسام المتاجر مثل Barneys في نيويورك،

Bloomindales، وFred Segal. وقد أدى هذا التوسع إلى تحسن الإيرادات السنوية للشركة (Jurado Gutierrez, 2021, pp. 28-29).

شكل 1: نوع التواجد في كل سوق



Source: (Jurado Gutierrez, 2021, p. 29)

تستخدم إكوالف أقمشة معاد تدويرها ذات جودة عالية من أجل إنتاج منتجات صديقة للبيئة، حيث تستخدم هذه الشركة أنواعا مختلفة من النفايات في عملية التصنيع وذلك كما يلي (Sabela Calvo، 2019، الصفحات 31-32):

- ❖ **الزجاجات البلاستيكية المهملة:** تحصل الشركة على خيوط بوليستر معاد تدويرها بنسبة 100% من الزجاجات البلاستيكية المهملة المستخدمة في صناعة الأقمشة، و70% زجاجو بلاستيكية من مادة PET، تحصل هذه الشركة على متر واحد من القماش، ومن خلال إعادة تدوير الزجاجات فإنها توفر 20% من مياه الصرف الصحي، و50% من الطاقة و60% من تلوث الهواء.
- ❖ **الأعشاب البحرية:** حيث تستخدم الأعشاب البحرية في تصنيع بعض الأحذية التي تنتجها شركة إكوالف.
- ❖ **بن القهوة:** يتم جمعها في تايوان من خلال التحالف مع سلسلة من المطاعم، حيث يتم تجفيف بقايا القهوة الرطبة وتحويلها إلى غبار، والذي يتم خلطه مع بقايا الزجاجات البلاستيكية المهملة لتحويلها إلى قماش معاد تدويره.
- ❖ **إطارات مستعملة:** بعد عامين من البحث ابتكرت إكوالف مسحوقا نظيفا يتم استخدامه من أجل زحافات معاد تدويرها، تأتي من إطارات معاد تدويرها بنسبة 100% والتي لا تتضمن الغراء في عملية التصنيع.

❖ **صوف معاد تدويره وقطن ما بعد الصناعة:** يعد الخشب المعاد تدويره واحدا من أكثر الألياف المعاد تدويرها، وذلك بسبب استدامته الطويلة. بسبب التأثير البيئي المنخفض، فإن عملية إعادة التدوير الميكانيكية هي عملية معروفة جيدا لإعادة استخدام الصوف. وبالمثل، فمن خلال استخدام القطن المعاد تدويره توفر إكوالف 2500 لترا من الماء عن كل عملية تصنيع قميص قطني واحد.

❖ **شبكات الصيد المهمة:** تحصل الشركة على النايلون المسترجع من شبكات الصيد المهمة. وبالمثل، فإن شركة إكوالف تقلل من استهلاك الطاقة والمياه لإن النايلون المعاد تدويره يتطلب نصف كمية مراحل التصنيع مقارنة بالعملية الكيميائية التقليدية. بتعبير أدق، فإنه مع كل 135 غ من شبكات الصيد المهمة تحصل الشركة على متر واحد من القماش. ومن خلال هذه الشبكات المعاد تدويرها، تساهم الشركة في الفوائد البيئية التالية: تقليل استهلاك الموارد الطبيعية بنسبة 27%، تخفيض انبعاثات الغازات الدفيئة بنسبة 28%، إنتاج 1000 كغ من القماش يوفر ما يعادل 955 كغ من النفط الخام.

رابعا: إنجازات الشركة في مجال الاستدامة

يمكن إيجاز أهم الإنجازات البيئية المحققة من طرف الشركة فيما يلي (مسيخ ، 2021 ، صفحة 493):

◀ **مجال التدوير:** منذ عام 2009، قامت الشركة بإعادة تدوير أكثر من 250 مليون زجاجة بلاستيكية ومئات الأطنان من شبكات الصيد المهمة، فضلا عن توفير ملايين اللترات من المياه.

◀ **استهلاك المياه:** تصاعد اهتمام الشركة مؤخرا بالقطن، والذي يستلزم في تصنيعها كميات كبيرة من الماء، إلا أن سترة إكوالف المصنوعة من القطن المعاد تدويره توفر أكثر من 4 لترات من الماء، حيث تقدر الشركة أنه يتم توفير 39 مليون لتر من المياه.

◀ **مجال الإنتاج:** تم تنويع دائرة المنتجات الصديقة للبيئة، لتصل إلى 400 نوع من الأقمشة المختلفة ذات الجودة العالية المعاد تدويرها.

◀ **انبعاثات CO2:** خفضت الشركة انبعاثات CO2 إلى 5.53 كغ من مكافئ ثاني أكسيد الكربون (بورا)، و4.58 كجم من مكافئ ثاني أكسيد الكربون (Sia)، و4.51 كغ مكافئ ثاني أكسيد الكربون (Shao).

← مشروع UTO: أطلقت الشركة مشروع (Upcycling the Oceans)، بالتعاون مع

قوارب الصيد المحلية من أجل جمع الحطام البحري والنفايات من المحيط.

نلاحظ من الجدول رقم 2 أن مشروع إعادة تدوير المحيطات في إسبانيا قد توسع ليشمل 40 ميناء ب 573 قارب سنة 2020 مقارنة ب 23 ميناء و 165 قارب سنة 2015، وبمشاركة 2575 صياد سنة 2020 مقارنة ب 743 صياد سنة 2015، وساهم هذا المشروع في إزالة أكثر من 600 طن من النفايات من قاع المحيط سنة 2020.

الجدول 2: تطور نتائج مشروع إعادة تدوير المحيطات في إسبانيا

النتائج	2015	2016	2017	2018	2019	2020
القمامة	23	54	113	140	152	180
الموانئ	9	9	32	37	40	40
القوارب	165	165	462	546	550	573
الصيادين	743	743	2079	2534	2600	2575

Source: (Jurado Gutierrez, 2021, p. 32)

2.3 شركة ايكوسيا (Ecosia)

يعد موقع ايكوسيا نموذجا من الشركات الناشئة غير اعتيادي و صديق للبيئة، حيث تتمثل مهمة محرك البحث في امتصاص أكبر قدر ممكن من ثاني أكسيد الكربون عن طريق زراعة الأشجار للحد من تأثير تغير المناخ من أجل حماية الكوكب والبشر والحيوانات.

أولا: تقديم عام حول الشركة

ايكوسيا (Ecosia) هي مؤسسة ألمانية ذات بعد اجتماعي غير ربحي أسسها كريستيان كرول (Christian Krol) عام 2009، هي عبارة عن محرك بحث، حيث أن كل عملية بحث على الانترنت سيولد عنها الأموال من خلال الإعلانات (انظر شكل 2). يتم بعد ذلك استثمار جزء من هذه الأموال في زراعة الأشجار. تعد ايكوسيا أول شركة ألمانية تم اعتمادها كشركة B في أبريل 2014 (Thomas, 2020, p. 2). Ecosia شركة تكنولوجية تضع البشر والكوكب في المقام الأول شعارها "انضم إلى Ecosia وساعد في إعادة تشجير الكوكب".

شكل 2: الصفحة الرسمية للموقع



Source: (Ecosia, 2022)

وبالتالي ف Ecosia هو محرك بحث بديل يستخدم عائدات الإعلانات الناتجة عن عمليات البحث في تمويل مشاريع غرس الأشجار والتي تساهم في امتصاص ما يقارب 2.5 مليون طن من غاز ثاني أكسيد الكربون (Ecosia, 2019, p. 1). ويعد الموقع نموذجا من الشركات، غير اعتيادي وصادق للبيئة، حيث يوجه معظم أرباحه لصالح زرع الأشجار

الجدول 3: بطاقة تعريفية للشركة

الشركة Ecosia	الخصائص
التأسيس	2009
المقر الرئيسي	فيتنبرغ، ألمانيا
الصناعة	الانترنت، العمل الاجتماعي
المنتجات والخدمات	خدمات البحث على الانترنت
وصف موجز	ايكوسيا هو موقع ويب مستقل غير ربحي. 80% على الأقل من الدخل الناتج عن عملية البحث في الموقع تذهب إلى برنامج حماية الغابات المطيرة الذي يديره الصندوق العالمي للطبيعة (WWF). يوفر كل من Yahoo و Bing نتائج البحث وروابط إعلانية لتوليد إيرادات إعلانية.
الشركاء	WWF، Yahoo، Bing
موقع الشركة	/https://www.ecosia.org

Source: (Schmidt, 2011, p. 2)

ثانيا: طريقة عمل الشركة

تقود شركة ايكوسيا الطريق نحو مستقبل متجدد من خلال إعادة التشجير وتمكين المجتمعات المحلية، ومكافحة الجوع وإنقاذ الحياة البرية. فهي تبني المنتجات التي توجه الأعمال اليومية إلى الصالح البيئي، حيث يتم استخدام الأرباح الناتجة عن عمليات البحث عبر الانترنت لزراعة

الأشجار في الأماكن التي تشتد الحاجة إليها (Ecosia, 2022) ، وذلك تحت شعار " تصفح الأنترنترنت وساهم في زراعة الأشجار".

وتتمثل رؤية هذه الشركة في استعادة وحماية المناطق الحيوية للتنوع البيولوجي، حيث تتجنب الزراعة الأحادية وتتميز أكثر من 500 نوع محلي مختلف في مواقع استراتيجية. يتم تنفيذ جميع أعمال الشركة بالشراكة مع المجتمعات المحلية.

يحصل الموقع على إيرادات في كل مرة يقوم فيها الشخص المتصفح للموقع بالضغط على الإعلانات التي تظهر، هذه الإيرادات يتم توجيهها لزراعة الأشجار، حيث يخصص إيكوسيا 100% من الأرباح للعمل المناخي، 80% من هذه الأرباح توجه لمشاريع غرس الأشجار حول العالم حيث تستغرق عملية زرع شجرة واحدة 1.3 ثانية.

تتميز الشركة بالشفافية فيما يتعلق بإيراداتها وأنشطة غرس الأشجار، حيث ينشر محرك البحث بانتظام تقارير مالية شهرية للإفصاح عن إجمالي الإيرادات الشهرية التي تم تحقيقها وكيف تم إنفاقها وأحدث المشاريع الزراعية. يبلغ عدد الأشخاص المستخدمين لموقع إيكوسيا أكثر من 20 مليون شخص، أكثر من 35 دولة مشاركة.

ثالثاً: أبرز الإنجازات البيئية للشركة

يمكن تلخيص أهم إنجازات الشركة في مجال التنمية المستدامة فيما يلي:

◀ بفضل هذا النظام المبتكر، تم زراعة إلى غاية 04 أكتوبر 2022 أكثر من 159 مليون

شجرة منذ إطلاق المشروع في عام 2009 في دول مثل كينيا وكولومبيا وهايتي وبوركينا فاسو وبيرو.

◀ تلتزم Ecosia حالياً بـ 35 مشروع في طور الإنجاز لزراعة الأشجار في 15 دولة في

جميع أنحاء العالم، مثل البرازيل التي حمل فيها المشروع شعار " تحمي أشجارك في البرازيل آلاف الأنواع النباتية والحيوانية المهددة بالانقراض"، وإندونيسيا التي أطلق فيها مشروع بشعار " تعمل أبحاثك على إعادة الغابات إلى مزارع نخيل الزيت السابقة مع خلق مصادر بديلة للدخل"، وبوركينا فاسو تم إطلاق مشروع بشعار " من خلال زراعة الأشجار في بوركينا فاسو يمكنك إعادة الخصوبة إلى الأراضي المتصحرة".

◀ في أكتوبر 2022، حقق محرك البحث أكثر من 3.2 مليون يورو ومول أكثر من 4.7

مليون شجرة.

3.3 الشركات الناشئة الخضراء في مصر:

بالإضافة إلى الشركات السابقة الذكر نعرض نموذجين لشركات ناشئة خضراء في دولة مصر، وقد تم اختيار هاتين الشركتين لأنهما تقدمان ما يبدو أنه حلول سهلة وبسيطة للمشكلات البيئية، والتي يمكن تطبيقها على المستوى المنزلي.

أولاً: شركة إدارة المخلفات "تجدد": (تجدد، 2022)

تقوم شركة "تجدد" بجمع وتصدير زيت الطهي المستخدم لإعادة تدويره كوقود حيوي وزيت نباتي مهدرج، وهو وقود حيوي حديث يمكن استخراج وقود الطائرات والسيارات والديزل وغيره منه. وبالتالي فمهمتها خلق قيمة من النفايات، من خلال جمع نفايات الزيوت والدهون وتدوير زيت القلي المستعمل.

أ.خدمات شركة "تجدد": تطلق الشركة تطبيقات منها الموجه للبيوت وأخرى موجهة للمنشآت كالمطاعم والفنادق، وتتمثل فيما يلي:

- خدمة تجميع منزلي عبر تطبيق "جرين بان": ينظم هذا التطبيق مواعيد جمع زيت القلي المستخدم من البيوت، فالشركة تطلب من عملائها جمع 5 لترات من زيت القلي المستخدم، والقيام بجدولة الاستلام من خلال موقع الشركة أو الاتصال على الرقم 19481، كما يمكن أيضاً تنزيل التطبيق وتقديم الطلب بكل بساطة على الهاتف.
- يمكن هذا التطبيق العميل من الاستمتاع بمنتجات مجانية، حوافز أو هدايا صغيرة مقابل تقديم زيت القلي المستخدم لمندوبي "تجدد"، والذي يتم التخلص منه مع جرين بان.
- خدمة جمع زيت القلي المستعمل من المنشآت "جرين بان بيزنس":
- إن أصحاب المطاعم والفنادق بحاجة إلى التخلص من زيت الطهي المستخدم، حيث يمكنهم القيام بذلك بطريقة أنظف وأبسط مع الحفاظ على الاستدامة البيئية والعائد المادي المناسب لمنشأتهم من خلال خدمات شركة تجدد، فعلى المنشآت تحديد موعد لتسليم الزيت، ليتصل فريق عمل الشركة بتلك المنشآت ويرتب عملية الاستلام.

ب. إنجازات الشركة ومساهماتها في التنمية المستدامة:

- ◀ ساهمت شركة تجدد من خلال طرحها للتطبيقات سابقة الذكر في زيادة الوعي البيئي للمواطنين في مصر، عن طريق جمعهم لزيت الطهي المستخدم وتقديمه لمندوبي الشركة بدل رميه في البالوعات وقنوات الصرف الصحي؛

◀ تبلغ قيمة سوق زيت الطهي المستخدم في مصر 14 مليون دولار، وهو 4% فقط من الإنتاج المحتمل والبالغ 352 مليون دولار سنويا، لذا فإن لوجود هذا النوع من الشركات في مصر بالغ الأهمية، فهي بإمكانها استغلال كل الزيت المستخدم وتوجهه إلى المصافي التي تعيد تحويله إلى وقود حيوي للطائرات والسيارات وغيرها؛

◀ تقوم شركة "تجدد" بجمع زيت الطهي المستخدم من ألفي مكان عمل و40 ألف بيت، لنقوم بتقليل الانبعاثات الضارة بمقدار ألفي طن شهريا، وتستهدف الشركة للتوسع لجمع الزيت المستخدم من مليون منزل بحلول 2024 والتوسع في أفريقيا.

ثانيا: شركة السخانات الشمسية "شمسينا"

أ.التعريف بشركة شمسينا:

تقوم شركة "شمسينا" باستخدام الطاقة المتجددة لتوفير المياه الساخنة الأساسية لها، وترفع الشركة الناشئة شعار "الشمس للجميع"، وتقوم بتصميم وتصنيع وتوصيل سخانات الطاقة الشمسية المصنوعة محليا وتوفيرها "لجميع المصريين" الساكنين في المناطق المفتقرة للكهرباء، وحتى المهتمين بالاستخدام الواعي للطاقة (شمسينا، 2022).

ب.مزايا شركة شمسينا :

تحاول الشركة إيجاد وسيلة حديثة ومناسبة للحصول على مياه ساخنة في مصر، لأن الوسائل التقليدية مليئة بمشكلات الصحة والأمان والبيئة، حيث أن 50% من سكان مصر لا يستطيعون الحصول على سخان حديث للمياه، لذلك يستخدمون مواقد الكيروسين والغاز والنيران، وهي وسائل تنطوي على مخاطر على الصحة والأمان وتنتشر الملوثات البيئية الضارة، وتتسبب في نشوب الحرائق واستنشاق الأدخنة، كما أن البيوت التي تستخدم سخانات الكهرباء شهدت زيادة في فواتير الكهرباء منذ 2016 بسبب تعويم الجنيه وخفض الدعم.

إلا أن السخانات الشمسية لا تخلو من العيوب الخاصة بها، وأبرزها تكلفتها المبدئية المرتفعة التي تحاول "شمسينا" التغلب عليها عبر نظام الدعم المتبادل، والذي يتضمن تقديم أسعار أعلى للمنتج للشرائح العليا من العملاء لتوفير نفس المنتج بأسعار مدعمة للعملاء الأقل دخلا، وتتوفر السخانات الشمسية للاستيراد من الخارج ولكنها باهظة الثمن بالنسبة للبيوت الأقل دخلا، وبالتالي فالإنتاج المحلي يساعد على إحياء الصناعة ويقوي من خبرة الشركة لكيفية تصنيعها. كما أنه من خلال نظام الدعم المتبادل، تتيح شمسينا الحصول على السخانات الشمسية بشكل واسع، لتصل إلى كافة أنحاء البلاد وخاصة تلك التي تعاني بشكل أكبر، وهو ما

يتيح بيعها بحوالي 500 دولار للعملاء الأعلى شريحة و 100 دولار للشرائح الأقل (إبداع مصر، 2022).

ج. مصادر تمويل شركة شمسينا :

لقد نجحت الشركة في جذب تمويل من مؤسستي " ديفيس بروجكتس فور بيس" ومنظمة سينرجوس غير الحكومية الأمريكيتين، كما تسعى الشركة لإطلاق جولة تمويل تأسيسي للحصول على 50 ألف دولار (شمسينا، 2022).

4. الخاتمة

توصلت هذه الدراسة إلى أن المشاريع الخضراء أو المستدامة يتم النظر إليها من خلال منظور المشاريع المقاولاتية المبتكرة، وهي جزء من نظام دعم التنمية المستدامة، وأنه يتم الاعتراف على نحو متزايد بالمشاريع الخضراء كقوة دافعة للابتكار والقدرة التنافسية، باعتبارها واحدة من مفاتيح تحقيق التنمية المستدامة. كما توصلت نتائج الدراسة من خلال التجارب الدولية التي تم تناولها إلى وجود الاهتمام والوعي البيئي لدى المؤسسات الناشئة الدولية محل الدراسة، حيث سعت هذه الأخيرة إلى إحداث تأثير إيجابي على البيئة من خلال تبنيها للمشاريع الصديقة للبيئة بتفعيل العديد من الممارسات المستدامة والاستراتيجيات التي ساهمت بشكل فعال في تعزيز وتحقيق التنمية المستدامة.

من خلال هذه الدراسة يمكننا تقديم بعض التوصيات وهي كما يلي:

- ◀ على رواد الأعمال وحاملي المشاريع استخدام الابتكار وانتهاز الفرص من أجل عمل تنمية ترتبط باستمرارية الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمع، من خلال تمكين أفراد المجتمع ومؤسساته من تلبية احتياجاتهم؛
- ◀ تشجيع رواد الأعمال على ابتكار مشاريع لإدارة البيئة والاتجاه نحو الاقتصاد الاخضر عن طريق إتجاه رواد الاعمال إلى اعتماد النظم البيئية واستثمارات بيئية جديدة والاهتمام بالمياه النظيفة وخدمات الصرف الصحي؛
- ◀ زيادة الوعي بأهمية المشاريع الخضراء من خلال الحملات التوعوية والتحسيسية، وزيادة اهتمام البنوك التجارية بالمتطلبات التمويلية للمشاريع الخضراء ووضع الخطط التمويلية لها؛

المراجع

1. إبداع مصر (2022). إبداع مصر، 09، 10، 2022، Consulté le

<https://egyptinnovate.com/news/>

2. براهيمى بص (2020). المقاولاتية: من تحمل المسؤولية البيئية إلى المقاولاتية الخضراء . مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال. (1)5
3. بن خديجة م. ع. (2019). المشاريع المقاولاتية البيئية كآلية لتحقيق التنمية المستدامة-عرض تجارب دولية ووطنية ناجحة .مجلة اقتصاد المال والأعمال. (4)3
4. بن عيسى ل. ب. (2020). واقع تبني المسؤولية البيئية لدى حملة المشاريع المقاولاتية دراسة استطلاعية لعينة من حملة المشاريع المقاولاتية بولاية بسكرة .مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال. (2)9
5. تجدد (2022). شركة إدارة المخلفات "تجدد", Consulté le 10 09, 2022, "تجدد : <https://www.tagaddod.com/>
6. ثامري, ا. ا. (2016). أثر المزيج التسويقي الأخضر على سلوك المستهلك لاستخدام المنتج ذو الطاقة المتجددة: دراسة تحليلية على عينة من مستخدمي السخانات الشمسية في مدينة عمان .مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة. (47)
7. سعيد علي, ح. و. (2018). فاعلية دمج أبعاد التنمية المستدامة مع محتوى مادة الكيمياء في تحصيل طلاب الصف الثاني المتوسط والوعي البيئي لديهم .مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية. (37)
8. شمسينا - (2022). شركة السخانات الشمسية "شمسينا", Consulté le 10 10, 2022, <https://shamsinasolar.com/>
9. صالح خليل, أ. (2009). الاتصال والتنمية المستدامة في الوطن العربي .ط (1) عمان , الأردن :دار البركة للنشر والتوزيع.
10. فتحي, ز. ق. (2018). التسويق الأخضر كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة -عرض مجموعة من التجارب الدولية .مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال. (6)4
11. محمد ميلاد, ا. (2008). السياحة البيئية والتنمية المستدامة :دراسة نموذج المجتمع الليبي (é) .ط (1) القاهرة, مصر :دار الحرم الحرث.

12. مسيخ، أ. ز. (2021). دور المشاريع المقاولاتية البيئية في تحقيق التنمية المستدامة الإشارة

إلى الشركة الناشئة. " ECOALF مجلة المنهل الاقتصادي. 04(03)

13. مصطفى يوسف، بك. (2014). السياحة البيئية المستدامة (تحدياتها وأفقها المستقبلية. (éd.)

دط. (دمشق، سوريا: دار رسلان للطباعة والنشر.

14. معزوز، ز. س. (2021). حاضنات المقاولاتية الخضراء: عرض تجربة حاضنة المقاولاتية

الخضراء الدولية Greenpreneurs مع الإشارة إلى تجربة الجزائر. مجلة المؤسسات ودراسات

التنمية. 7(8)

15. Ecosia. (2019). Evaluating as a default search engine for UoE. Madrid, Spain: Ecosia.
16. Ecosia. (2022). Retrieved 10 03, 2022, from Ecosia: <https://www.ecosia.org/>
17. Jurado Gutierrez, A. (2021). Analysis of sustainable fashion: Ecoalf, the first sustainable fashion company in Spain? Spain, Madrid, Colegio university: End of degree thesis.
18. Melanie, W. (2020/2021). La creation de valeur partagée au sein des entreprises du secteur de l'hqbille,entM Etudes de cas. Louvain School of Management, Belgique: Master Thesis.
19. Paula Lei Bernat, G. (2021/2022). MARKETING PLAN OF ECOALF. Spain, University of Jaume I: degree in business administration, AE1049-Final Grade Work.
20. Sabela Calvo, I. (2019). The purchase behavior for sustainbale products: The case of Ecoalf. Spain, University of Coruna, degree in business administration and management.
21. Schmidt, N.-H. (2011). Search Engines and Social Business –Implications from the Case of Ecosia. International Conference on Information Systems & Economic Intelligence. Marrakech, Morocco.
22. Thomas, G. (2020). Ecosia: le moteur de recherche qui plante des arbres. Germany: Ecosia.

دور المؤسسات الناشئة في خدمة أهداف التنمية المستدامة

-عرض تجارب مؤسسات ناشئة-

أمال بوسمينة* و أسماء سفاري**

*جامعة أم البواقي، amal_b82@yahoo.fr؛

**جامعة أم البواقي، seffariasma84@yahoo.com

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الحاسم الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في تحقيق وخدمة أهداف التنمية المستدامة للدول في ظل تسارع هذه الأخيرة بخطوات هائلة نحو الوصول لاقتصاد متطور ومستقر يضمن الأفضل للأجيال القادمة مع عرض تجارب دولية لمؤسسات ناشئة، إذ تعتبرها الحكومات أداة مهمة تساهم مباشرة في عصرنه الاقتصاد والاعتماد على الاستدامة والمحافظة على البيئة والموارد.

وتوصلنا إلى أن هذه المؤسسات تلعب الدور المطلوب منها ولكن ليس بإعطاء نفس القدر من الأهمية لكل أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، كما ينجم عنها في بعض الأحيان أثرا سلبيا إذ تزيد من سرعة استهلاك الطاقة وعدم المحافظة على البيئة من خلال زيادة الانبعاث الحراري.

الكلمات الدالة: المؤسسات الناشئة، أهداف التنمية المستدامة، ريادة الأعمال

ABSTRACT

| This study aims to highlight the critical role that Start-ups play in achieving and serving sustainable development goals of countries in light of their advance with huge steps towards reaching a developed and stable economy that guarantees the best for future generations by presenting international experiences of Start-ups, as governments consider them as an important tool that directly contributes to Economic modernization, sustainability and environment and resources conservation.

We concluded that these institutions play the required role, but not by giving the same importance to all the seventeen sustainable development goals, and sometimes they have a negative impact as they increase the speed of energy consumption and the failure to preserve the environment by increasing heat emissions.

Keyword: Startups, Sustainable Development Goals, Entrepreneurship

1. المقدمة

تم طرح مفهوم التنمية المستدامة من خلال مخطط الحفظ العالمي، أين أصدرت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية (WCED) ، تقرير "مستقبلنا المشترك"، والذي يستخدم بشكل رسمي مفهوم التنمية المستدامة ويحدد أهدافها التي تعد عميقة ومهمة، كما تتطلب تكاتف جهود الجميع والتزاما فاعلا من كافة الجهات المعنية من حكومات ،شركات، منظمات، أوساط أكاديمية وكل الفاعلين في المجتمع، ولأن الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة تعتبر جزءا أساسيا مؤثرا من المجتمع، فيمكن أن تكون أداة فعالة مساهمة في دفع عجلة التنمية وضرورة دعمها وتعزيزها من أجل استدامتها وبالتالي حلقة مهمة في التحديات التي يقترح العالم كله الاعتماد عليها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

من خلال ما تم طرحه، يمكن تحديد إشكالية الدراسة كالتالي:

ما هو واقع مساهمة المؤسسات الناشئة في خدمة أهداف التنمية المستدامة؟

للإجابة عن هذه الاشكالية سيتم تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: ماهية التنمية المستدامة؛
- المحور الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الناشئة
- المحور الثالث: المؤسسات الناشئة في العالم ومساهمتها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

أهداف الدراسة:

يهدف من خلال هذا العمل إلى وضع مفاهيم دقيقة لكل من التنمية المستدامة والمؤسسات الناشئة وتوضيح العلاقة بينهما من خلال إبراز الدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في دفع عجلة التنمية المستدامة من خلال عرض بعض التجارب الدولية لمؤسسات ناشئة والتي يمكن للجزائر الاستفادة منها في رسم مسارها التنموي.

منهج الدراسة:

بغية الالمام بكافة الجوانب التي تتعلق بموضوع دراستنا، ارتأينا استخدام المنهج الاستنباطي والذي يتم فيه التنقل من الكل إلى الجزء من خلال عرض تجارب عالمية ومحاولة تطبيقها والاستفادة منها في الجزء وهي الجزائر، اعتمادا على الأساليب الوصفية والتحليلية لعرض مختلف جوانب الدراسة.

2. ماهية التنمية المستدامة

كثيرا ما يتم استخدام مصطلح التنمية المستدامة بطريقة تقتقد للعمق العلمي والتحليلي لا تتجاوز كونها التنمية المتجددة التي لا تتعارض مع البيئة وتضع نهاية لفكرة عدم نضوب الموارد

الطبيعية، لذلك يجب دمج بعض الاعتبارات لوضع مفهوم شامل لها وهو ما سيتم التعرض له من خلال العناصر الموالية.

1.2. تعريف التنمية المستدامة

لقد أصبحت التنمية المستدامة هي الكلمة الطنانة في خطاب التنمية، حيث ارتبطت بتعاريف ومعاني وتفسيرات مختلفة. إذا أخذنا في الاعتبار حرفياً، فإن التنمية المستدامة تعني ببساطة "التطوير الذي يمكن أن يستمر إما إلى أجل غير مسمى أو لفترة زمنية معينة" وتعرف التنمية المستدامة أنها هي "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم"، اقتباس من السيدة جرو هارلم برونتلاند، رئيسة وزراء النرويج (1987).

(institut national de la statistique et des etudes economiques, 2016)

في عام 1992، من خلال قمة الأرض في ريو، التي عقدت تحت رعاية الأمم المتحدة، بإضفاء الطابع الرسمي على مفهوم التنمية المستدامة والركائز الثلاث (الاقتصاد / البيئة / الاجتماعية): التنمية الاقتصادية الفعالة والمنصفة اجتماعياً والمستدامة بيئياً. (institut national de la statistique et des etudes economiques, 2016)

في عام 2012، بعد 20 عامًا من قمة الأرض في ريو، عُقد مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة أو ريو 20+. ركز المؤتمر على موضوعين في سياق التنمية المستدامة: الاقتصاد الأخضر والإطار المؤسسي (Allen et al., 2018). كان الالتزام مجددًا بالتنمية المستدامة عاملاً أساسياً في وثيقة نتائج المؤتمر، تضمنت نتائج ريو 20+ عملية لتطوير أهداف التنمية المستدامة الجديدة، لتصبح سارية المفعول اعتباراً من عام 2015 وتشجيع العمل المركز على التنمية المستدامة في جميع قطاعات جدول أعمال التنمية العالمية وهكذا، في عام 2012، تم تحديد التنمية المستدامة كواحدة من الأولويات الخمس الرئيسية من قبل الأمين العام للأمم المتحدة (UN) بان كي مون في جدول أعمال الأمم المتحدة، مما يسلط الضوء على الدور الرئيسي الذي يجب أن يلعبه التنمية المستدامة في سياسات وبرامج التنمية الدولية والوطنية وجدول الأعمال.

وفقاً لـ Jamm Gustare Spath: "الاستدامة هي التحول إلى تقنيات أنظف وأكثر كفاءة - أقرب ما يمكن إلى عمليات انبعاثات صفيرية أو "محكمة" - لتقليل استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية (environment and society)

بناء على ما سبق، يمكننا القول بأن التنمية المستدامة هي الالتزام بالأنشطة التي تؤدي إلى الإرتقاء بالمجتمعات وتحقيق الرفاهية لها مع الحرص على الموارد المتاحة وتقليل الأضرار لأقل قدر ممكن من أجل الأجيال اللاحقة.

2.2. أبعاد التنمية المستدامة

للتنمية المستدامة ثلاثة أبعاد ونظراً لحقيقة أن التأزر مطلوب لهذه الآثار المختلفة، فقد كان من المقبول عموماً أن التنمية المستدامة تتكون من ثلاثة أبعاد: (glopp)

✓ **تكافل اجتماعي**؛ ونقصد بها تكافؤ الفرص للناس، بما في ذلك الرفاهية ونوعية الحياة والتنمية البشرية المستدامة - يجب أن تحرر التنمية القدرات الفردية وتقي باحتياجات الإنسان، وبالتالي إنهاء الفقر وتحسين نوعية حياة الأفراد مما يوفر حياة آمنة مع حقوق وحرية كاملة في المدى الطويل - والتماسك الاجتماعي.

✓ **المسؤولية البيئية**؛ القدرة على استخدام الموارد الطبيعية دون تقويض توازن وسلامة النظم البيئية، والحد من العبء على البيئة

✓ **الكفاءة الاقتصادية**: كفاءة الأنشطة الاقتصادية والتكنولوجية، وتعزيز الاستثمار والإنتاجية، والنمو الاقتصادي، وإمكانات الناتج الاقتصادي.

تتطلب التنمية المستدامة إستراتيجية هيكلية طويلة الأجل للأنظمة الاقتصادية والاجتماعية في العالم، والتي تهدف إلى تقليل العبء على البيئة والموارد الطبيعية إلى مستوى قابل للحياة بشكل دائم، مع الحفاظ على النمو الاقتصادي والتماسك الاجتماعي. فقط التنمية التي تمكن من تحقيق التوازن بين هذه الأبعاد الثلاثة يمكن أن تستمر على المدى الطويل. وعلى العكس من ذلك، فإن تجاهل أحد الجوانب الثلاثة يمكن أن يعرض نجاح عملية التنمية بأكملها للخطر.

أما من المفهوم الجزئي تشير الاستدامة إلى مفهوم تطوير منتج أو خدمة تلبي الاحتياجات الحالية دون المساس بالموارد المستقبلية.. إذا فإن مفهوم الاستدامة يشبه "حماية البيئة"، في إشارة إلى أسلوب حياة صديق للكوكب.

وفي السنوات الأخيرة، وضعت البلدان في جميع أنحاء العالم معايير عالية للاستدامة، مثل هدف **2060 المحلي لحياد الكربون**، أو إرشادات سنغافورة **Green Country 2020**. في أعقاب Covid-19، تؤكد هذه الإجراءات على أهمية الاقتصاد الدائري.

3.2. أهداف التنمية المستدامة

إن خطة التنمية المستدامة لعام 2030 هي خطة عمل تركز على سبعة عشر مستقلة و مترابطة. وضعت سنة 2015 بسبب أزمة المناخ والتي تهدد إمدادات المياه، وإنتاج الغذاء وأمن الطاقة،

وتتضرر بحياة ودخل كثير من الناس. ففي نهاية عام 2019، حذر الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريش من أن مشكلة تغير المناخ "تتسارع إلى نقطة اللاعودة". ويمكننا تلخيص هذه الأهداف في الشكل رقم 01.

الشكل 01: أهداف التنمية المستدامة حسب الأمم المتحدة



Source :<https://www.arabstates.undp.org/content/rbas/ar/home/sustainable-development-goals.html>

من خلال الشكل السابق تتبين أهداف التنمية المستدامة السابعة عشر للأمم المتحدة، والتي تعد كجزء من خطة التنمية المستدامة للعام 2030 وخريطة طريق مشتركة لجميع البلدان من أجل تحقيق التقدم في المجالات بالغة الأهمية، والتي نوردتها كالتالي : (الدولي)

- 1- القضاء على الفقر بكل أشكاله، في كل مكان؛
- 2- القضاء على الجوع، وتحقيق الأمن الغذائي وتحسين التغذية، وتعزيز الزراعة المستدامة؛
- 3- ضمان حياة صحية وتعزيز العافية للجميع، في جميع مراحل حياتهم.
- 4- ضمان التعليم الجيد والمتساوي وإتاحة فرص التعلم للجميع مدى الحياة.
- 5- تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات.
- 6- ضمان وفرة المياه وخدمات الصرف الصحي وإدارتها بشكل مستدام للجميع
- 7- ضمان حصول جميع الناس على طاقة عصرية موثوقة ومستدامة وبتكلفة ميسورة.
- 8- تعزيز النمو الاقتصادي العميم والمستدام، والتوظيف الكامل والمثمر، والعمل اللائق للجميع.

- 9- تشييد البنى التحتية المقاومة، وتعزيز الصناعة الشاملة والمستدامة، ورعاية الابتكار.
 - 10- الحد من عدم المساواة داخل البلدان وفيما بينها.
 - 11- جعل المدن ومواطني السكنى البشرية شاملة، وآمنة، ومقاومة ومستدامة.
 - 12- السعي لاعتماد أنماط استهلاك وإنتاج قابلة للاستدامة
 - 13- اتخاذ إجراءات عاجلة لمكافحة تغيّر المناخ وآثاره
 - 14- حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة.
 - 15- حماية وتجديد وتعزيز الاستخدام المستدام للنظم الإيكولوجية الأرضية؛ وإدارة الغابات والأحراج على نحو مستدام؛ ومكافحة التصحر؛ وإيقاف تردي التربة والأراضي الزراعية؛ والحد من خسارة التنوع البيولوجي.
 - 16- السعي لتحقيق المجتمعات الآمنة والشاملة للجميع لأجل التنمية المستدامة؛ ومنح القضاء العادل للجميع؛ وبناء مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة على جميع المستويات.
 - 17- تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية لأجل التنمية المستدامة.
- في منتصف عام 2021 ، انضمت العديد من الدول منها المكسيك بشكل خاص إلى خطة عام 2030 لأهداف التنمية المستدامة السبعة عشر (أهداف التنمية المستدامة) ، مع مبادرات مختلفة تجمع بين الحكومة والمجتمع المدني والمبادرات الخاصة ؛ نظرًا لسياق الوباء الحالي الذي نمر به ، فقد تغيرت طريقة إعادة اختراع الشركات والشركات الناشئة بشكل جذري، وهذا هو السبب في أن التكنولوجيا أصبحت حليفًا كبيرًا في المساعدة على تحويل نماذج الأعمال ، وقبل كل شيء ، في التكيف مع الامتثال لقواعد أهداف التنمية المستدامة. لتحقيق ذلك بطريقة أكثر نكاهًا ، تم تجميع أهداف التنمية المستدامة في خمسة أبعاد استراتيجية: الناس، الكوكب، الازدهار، السلام والتحالفات لتحقيق الأهداف.

4.2. ريادة الأعمال في خدمة التنمية المستدامة

تعتبر الموازنة بين الإنتاج والاستدامة أحد الأهداف الرئيسية للقطاع الصناعي في السنوات الأخيرة وبالتالي، سعى القطاع الصناعي بشكل متزايد إلى إقامة شراكات مع الشركات الناشئة الخضراء - التي تسمى أيضًا **Greentechs** مع التركيز على التكنولوجيا والابتكار التي تهدف إلى تطوير وتحسين نموذج أعمال قائم على الأفكار المبتكرة وسنحاول من خلال هذا العنصر التعرف أكثر على هذه المؤسسات وتبيان أهميتها ودورها في دعم التنمية المستدامة.

إن التوجه العام لعالم الأعمال نحو التنمية المستدامة يمكن تلخيصه في الأوجه التالية:**1.4.2. تنامي الوعي لدى المستهلكين: تم تقديم مفهوم الاستهلاك المستدام في قمة**

الأرض التي عقدت في عام 1992 في ريو دي جانيرو، للدعوة إلى تغييرات عميقة في أنماط الحياة. وفي عام 2008 قامت المفوضية الأوروبية بنشر خطة عمل لصالح الإنتاج والاستهلاك المستدامين يتم فيه تبني فكرة الحاجة إلى تغيير أساليب الاستهلاك والإنتاج، والتي تهدف إلى "تحسين الأداء البيئي العام"، (Dubuisson-Quellier, 2015) كما أصدرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية نصًا لتوصيات بشأن الاستهلاك المستدام من خلال أولاً المؤسسات الدولية ثم تدريجياً في أطر وطنية، لتشجيع الجهات الفاعلة على تغيير ممارساتهم. أين تركز الجمعيات بدلاً من ذلك على تعبئة المستهلكين بإلزامهم بتغيير أسلوب حياتهم. ليتبين بعد ذلك من خلال العديد من الدراسات بأن تفضيلات المستهلكين تتحول نحو المنتجات والخدمات المستدامة. فتظهر التغييرات المستمرة في أنماط الاستهلاك والشراء تدريجياً اتجاهاً نحو المنتجات والخدمات المستدامة. فوفقاً لاستطلاع Deloitte Global 2019 السنوي لجيل الألفية (Rivals & Penvern, 2021) تبين أن: 42% من جيل الألفية قام بشراء منتج أو خدمة من شركة لأنهم يعتقدون أن الشركة كان لها تأثير إيجابي على المجتمع أو البيئة. هذه التحولات في سلوك المستهلك تخلق فرصاً في السوق لبدائل مستدامة. على سبيل المثال من المتوقع أن تشكل بدائل اللحوم النباتية صناعة عالمية بقيمة 140 مليار دولار على مدى العقد المقبل.

2.4.2. قادة الأعمال يتوجهون نحو دعم قضايا التنمية المستدامة: قدم العديد من قادة

الأعمال المعروفين مؤخرًا تعهدات علنية لاتخاذ إجراءات بشأن قضايا التنمية المستدامة، والتي حظي تغير المناخ باهتمام كبير منها. في فبراير 2020، تعهد الرئيس التنفيذي لشركة أمازون جيف بيزوس بالتبرع بمبلغ 10 مليارات دولار لإنشاء صندوق بيزوس إيرث للمساعدة في معالجة تغير المناخ، (Weise, 2021) في حين أعلن الرئيس التنفيذي لشركة باتاغونيا إيف شوينارد أيضاً في نوفمبر 2018 أنه سيستخدم الإعفاء الضريبي للشركة بقيمة 10 ملايين دولار للحماية. الغلاف الجوي والأراضي والموارد المائية وإيجاد حلول لأزمة المناخ. (Gelles, 2022).

3.4.2. المؤسسات الناشئة كدعامة للتنمية المستدامة: لقيت المؤسسات الناشئة مؤخرًا إهتمامًا بالغًا من قبل الهيئات الدولية والحكومات لما تلعبه من أدوار مهمة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية وسنوضح أهميتها من خلال العنصر الموالي بعد التعرف على ماهيتها.

3. مفاهيم أساسية حول المؤسسات الناشئة

1.3. تعريف المؤسسة الناشئة

تعددت التعاريف التي توضح ماهية المؤسسات الناشئة فقد تعرف على أنها " شركة حديثة الإنشاء تقوم بتسويق المنتجات و/ أو الخدمات من خلال الاستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والاتصالات (ICT) ، مع نموذج أعمال قابل للتطوير يسمح بالنمو السريع والمستدام بمرور الوقت حيث يسمح هذا المكون التكنولوجي القوي لهم بالقدرة على توسيع نطاق أعمالهم بسرعة وسهولة، كل هذا مع متطلبات رأس مال أقل من الشركات التقليدية (fernandez, 2020) ". كما تعرف على أنها : "شركة عادة ما تكون في المراحل الأولى من تطورها. أين تنشأ هذه المشاريع الريادية من قبل 1-3 مؤسسين يركزون على الاستفادة من طلب السوق المتصور من خلال تطوير منتج أو خدمة أو منصة قابلة للتطبيق." (McGowan, 2022) وخلال المراحل الأولى من الإطلاق ، عادةً ما يتم تمويل الشركات الناشئة ذاتيًا من قبل أعضاء الفريق المؤسس (المعروف أيضًا باسم مالكي الشركات الناشئة) - على الرغم من أن 66٪ من الشركات الناشئة تؤمن أموالاً لرأس المال الاستثماري من خلال مستثمر أو تحصل على قرض للمساعدة في تمويل أعمالها الجديدة. (McGowan, 2022)

2.3. خصائص المؤسسة الناشئة

يمكن أن نلخص أهم مميزات المشتركة للمؤسسات الناشئة فيما يلي: (Cook, 2022) (fernandez, 2020):

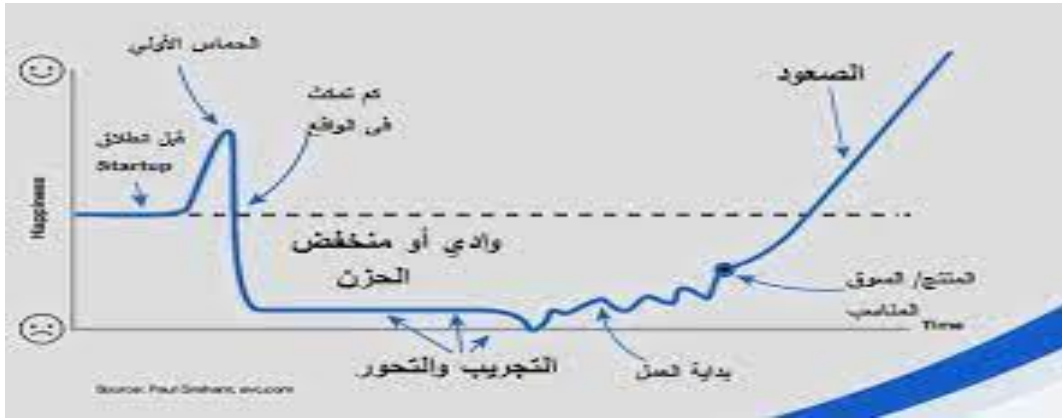
- **الإبداع والإبتكار:** تختلف الشركات الناشئة عن الشركات الأخرى. إذ إنهم لا ينسخون المنتجات أو الخدمات المتوفرة بالفعل على نطاق واسع في السوق.
- **التكنولوجيا:** تستخدم المؤسسات الناشئة الذكاء الاصطناعي والحلول التكنولوجية الأخرى لبناء ميزة تنافسية؛
- **قابلية التوسع:** تقوم المؤسسات الناشئة ببناء نماذج أعمال قابلة للتطوير والتكرار؛
- **النمو:** الشركات الناشئة هي شركات يُتوقع أن تنمو بسرعة مذهلة. إذ تملك إمكانية النمو السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل؛

- **العمر:** هي مؤسسات عادة حديثة العهد لكن وبعد 5 سنوات من العمل يتوقف معظمهم عن العمل كشركات ناشئة؛
- **المخاطرة:** تعتبر المخاطرة والفشل من الأمور المركزية للشركات الناشئة - مع وجود الكثير من الأفكار والمفاهيم التي يتم تجربتها، إذ سينجح بعضها والبعض الآخر لن ينجح.

3.3. مراحل نمو المؤسسات الناشئة

تمر المؤسسات الناشئة كغيرها من المؤسسات بدورة حياة تتميز بها كل مرحلة من المراحل بخصائص مختلفة عن بقية المراحل، وعادة ما يقسم الباحثين مراحل تطور أو حياة المؤسسات الناشئة إلى خمسة أو ستة مراحل وفي بحثنا إعتدنا أن المؤسسة الناشئة تمر بخمسة مراحل كما هو موضح في الشكل رقم 02.

الشكل 02: مراحل نمو المؤسسات الناشئة



المصدر: شريفة بوالشعور، "دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة -دراسة حالة الجزائر-"، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد 02، 2019، ص 04.

من خلال الشكل رقم 02، يتبين أن المؤسسة الناشئة تمر بستة مراحل وهي :

- **المرحلة الأولى:** وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، 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 من يمولها، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية؛ (حيدوشي، 2020)

- **المرحلة الثانية:** مرحلة البقاء أو تسمى كذلك مرحلة الإقلاع في هذه المرحلة يتم إطلاق من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، لننتقل خلالها من منتج أو خدمة ذات طابع افتراضي إلى عملية أو منتج حقيقي لذلك يجب أن يكون الابتكار المقترح ممكناً. إذا بدأ التشغيل يثبت أنه يمكن أن يكون مبتكراً في الممارسة، (JURICKOVA & GREGOVA, 2020) يمكن أن يواجه المقاول في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها مادياً، وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف بـ (FFF) Fools, Family, Friends، فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الحمقى وهم الأشخاص المستعدين للمقامرة بأموالهم اذا صح القول خاصة عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية. في هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر، ويبدأ الاعلام بالدعاية للمنتج. (حيدوشي، 2020)
- **المرحلة الثالثة:** مرحلة النمو: 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 المعارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.
- **المرحلة الرابعة:** أو ما يسمى كذلك بالانزلاق في الوادي، وبالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المغامر) بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة .
- **المرحلة الخامسة:** ويطلق عليها 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.
- **المرحلة السادسة:** وتسمى بمرحلة النمو المرتفع ، في هاته المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار، وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى

30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة. (حيدوشي، 2020).

4. المؤسسات الناشئة في العالم ومساهمتها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة

نظرا للتحويلات التي تفرضها الاستدامة ، سعت العديد من الشركات لإستخدام استراتيجيات أساسية لتحويل مخاطر الاستدامة إلى فرص للنمو والاستجابة بفعالية للتحديات في عالم تكون فيه التنمية المستدامة أمراً بالغ الأهمية، لذا تسارعت عملية إنشاء الشركات الناشئة في العالم نظرا للدور التي تلعبه في تحقيق أهداف التنمية المستدامة إذ تعد الخوارزميات، و blockchain ، والذكاء الاصطناعي ، والبيانات الضخمة ، والتكنولوجيا الزراعية ، من بين التقنيات الشائعة التي يتم استخدامها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة بطريقة أكثر تسريعاً. على سبيل المثال ، يمكن أن يكون للذكاء الاصطناعي تأثير كبير للغاية ، حيث يساهم في تحقيق 79% من أهداف التنمية المستدامة ، ولذا بعض مجالات الفرص في إنشاء شركات ناشئة جديدة ستكون: التنقل والتأثير البيئي ، الكفاءة في التقاط الطاقة المتجددة ، والتنبؤ بالأخطاء في الصناعات، والتخزين الذكي، والتصنيع الآلي ، والتوزيع السريع والفعال.

وسنحاول فيما يلي تقديم تجارب وأمثلة عن أهم المؤسسات الناشئة في العالم والتي ساهمت في تحقيق أهداف التنمية السبعة عشر

1.4. الهدف الأول: القضاء على الفقر

لا يزال عدم المساواة في الدخل أحد أكبر التحديات العالمية. من خلال الشمول المالي ، تمكّن الشركات الناشئة ملايين الأشخاص حول العالم من الوصول إلى الخدمات المالية. علاوة على ذلك ، فإن الطاقة الميسورة التكلفة والرعاية الصحية غير المكلفة والأمن الغذائي وفرص التعلم كلها عوامل أساسية للقضاء على الفقر. يلعب القطاع الخاص أيضاً دوراً حاسماً من خلال خلق فرص عمل ورفع مهارات العمال للوظائف ذات الأجور الأعلى، ومن أهم المؤسسات الناشئة نذكر:

➤ تقدم نظارات الشركة التشيكية الناشئة DOT Glasses نظارات طبية منخفضة

التكلفة : على الصعيد العالمي، أكثر من مليار شخص بحاجة إلى نظارات طبية لا يمكنهم تحمل تكاليفها. هذا يضر بفرصهم في الحصول على تعليم مناسب ويؤثر على إنتاجيتهم في العمل، ناهيك عن تحديات نمط الحياة المختلفة. هذا هو السبب في أن الاقتصاديين يعتبرون ضعف الرؤية بمثابة عائق رئيسي أمام التقدم الاقتصادي. لمعالجة هذا الأمر ، تعمل شركات التكنولوجيا الاجتماعية الناشئة على طرق لتوفير نظارات طبية منخفضة التكلفة للفقراء.

- توفر نظارات طبية منخفضة التكلفة. كما تقدم الشركة الناشئة مجموعات صغيرة لاختبار الرؤية لتمكين العلامات التجارية والمؤسسات من إنشاء معسكرات رؤية. كما تشتمل على مكونات إطار للنظارات وعدسات من البولي كربونات المقاومة للخدش. توزع الشركة الناشئة نظاراتها عبر قنوات متعددة ، بما في ذلك المؤسسات غير الربحية وشبكات رواد الأعمال الصغيرة والهيئات الحكومية. ونتيجة لذلك ، يزيد هذا من إنتاجية ومكاسب الأشخاص ذوي الدخل المنخفض.
- توفر الشركة الدانيماركية Pesitho حلول طهي ميسورة التكلفة غالبًا ما تقتصر العائلات الفقيرة إلى معدات المطبخ الأساسية. تتفاهم مع ضيق الوقت ، وتحرم الكثير من الناس من الطعام المغذي حتى لو كان لديهم إمكانية الوصول إلى طعام رخيص. علاوة على ذلك ، فإن استخدام الخشب أو الفحم في الطهي له آثار صحية وبيئية ضارة. هذا هو السبب في أن الشركات الناشئة تعمل على حلول طهي آمنة وبأسعار معقولة للمجتمعات الفقيرة. إذ. تعمل وحدة الطهي المنزلي ECOCA القائمة بذاتها والمتعددة الأغراض التابعة للشركة الناشئة على الطاقة الشمسية. فهو يجمع بين حزمة بطارية ومجموعة الألواح الشمسية ووعاء الطهي المعزول. إنها مناسبة بشكل خاص للأشخاص الذين يعيشون في مخيمات اللاجئين. أخيرًا ، إنه بديل مستدام للطهي بالوقود الخشبي ويشحن أيضًا الأجهزة الصغيرة مثل الهواتف المحمولة.

2.4. الهدف الثاني: القضاء على الجوع

يتمثل التحدي الرئيسي الذي يواجه قطاعي الأغذية والزراعة في إطعام عدد متزايد من السكان بشكل كبير أثناء الانتقال إلى الممارسات المستدامة. باستخدام تقنيات مثل مستشعرات إنترنت الأشياء (IoT) والتصوير الجغرافي المكاني ، لذا تقدم الشركات الناشئة حلولًا لتحسين العائد مع تقليل استخدام الموارد من خلال: تمديد الصلاحية، مكونات دائرية، الزراعة الدقيقة، المزارع الذكية، الزراعة العمودية الآلية. تقدم Nextfood الزراعة الرأسية الآلية

Nextfood هي شركة دنماركية ناشئة تقدم حلول الزراعة العمودية الآلية. يعمل نظام النمو المستقل للشركة الناشئة على تبسيط زراعة النباتات عالية الجودة ، فضلاً عن جعلها أكثر قابلية للتنبؤ بها. يستخدم حل الشركة الناشئة الهواء بدون تربة للسماح للمزارعين بالتحكم الدقيق في المدخلات ، فضلاً عن توفير المياه والأسمدة. يقدم هذا طريقة مستدامة وقابلة للتطوير لمكافحة الجوع في المناطق الحضرية (start us insights, 2021) .

3.4. الهدف الثالث: الصحة الجيدة والرفاه

تشمل الصحة والعافية رقمنة بيانات المرضى والأجهزة ، والطب الشخصي ، والخدمات الصحية للمناطق المعرضة للخطر ، والدعم السريري ، والصحة الرقمية ، والطب الشخصي، و... تراقب شركة French Implicity أجهزة تنظيم ضربات القلب عن بُعد (Daily2021)

4.4. الهدف الرابع: التعليم

تستفيد الشركات الناشئة في تكنولوجيا التعليم من تقنيات مثل الأساليب السمعية والبصرية لتشجيع التعلم التجريبي. يساهم تطوير أنظمة تعليمية جديدة متعددة التخصصات في هذا الانتقال. تستخدم المدارس ومجالس التعليم التحليلات لتتبع نتائج الطلاب وتحسينها. أخيراً، يتمتع الطلاب الآن بإمكانية وصول أفضل إلى الأدوات اللازمة لترقية المهارات ، ومن بين أهم الشركات Me.reka وهي شركة ماليزية ناشئة تقدم مساحة تعليمية بديلة. تقدم Me.rekaMakerspace مجموعة من المعسكرات والدورات وبرامج تدريب الشركات. تعمل حلول الشركة الناشئة على إعداد الطلاب لشغل وظائف في STEAM ، فضلاً عن تعزيز الإدماج الرقمي للمجتمعات المحرومة. على سبيل المثال، تقدم Me.reka دورات التعلم القائم على المشاريع ومهارات القرن الحادي والعشرين لمساعدة الطلاب في وظائف العصر الرقمي في التكنولوجيا والتصميم وتسويق المحتوى.

5.5. الهدف الخامس: المساواة بين الجنسين

تركز الحلول التي تركز على رفع مستوى المساواة بين الجنسين في المقام الأول على الصحة والحراك الاقتصادي والسلامة. تقدم الشركات الناشئة مجموعة من الأجهزة والأنظمة الأساسية لضمان سلامة المرأة، توفر الشبكات النسائية المهنية للمرأة فرصاً للنمو في حياتها المهنية. تأخذ على سبيل المثال شركة ThereSheGoes والتي تقوم ببناء شبكات نسائية مهنية وهي شركة فرنسية ناشئة تعمل على تطوير منصة لشبكات النساء المحترفات. يسمح تطبيق الهاتف المحمول الخاص بالشركة الناشئة للنساء بالعثور على الشبكات المهنية والاتصال بها في جميع أنحاء العالم. وهذا يسمح للمرأة بحضور الأحداث ومقابلة سيدات الأعمال لتعزيز حياتهن المهنية. أما منظمي الشبكات النسائية المحترفة فإنه يوفر لهم لوحة تحكم لمساعدتهم على إدارة مجتمعهم بسهولة.

6.4. الهدف السادس: مياه نظيفة وصحية

تعتبر مياه الشرب والصرف الصحي من حقوق الإنسان الأساسية. كما أن الحصول على المياه العذبة ، بكميات ونوعية كافيتين ، شرط أساسي لتحقيق العديد من أبعاد التنمية المستدامة ، بما في ذلك الصحة والأمن الغذائي والحد من الفقر. تعد النظم الإيكولوجية المتعلقة بالمياه ضرورية للحياة ، وقد وفرت دائماً مواقع طبيعية للمستوطنات البشرية ، مما يجلب منافع مثل النقل

والتقنية الطبيعية والري والحماية من الفيضانات وموائل للتنوع البيولوجي (nations, 2019). ، وتوفر شركة Life Solutions 4 الدنماركية الناشئة مياه شرب آمنة وبأسعار معقولة للمجتمعات منخفضة الدخل SaWa. ، منتج الشركة الناشئة ، عبارة عن كيس يحمل ما يصل إلى 4 لترات من الماء ويستخدم الأشعة فوق البنفسجية (UV) والحرارة من الشمس لقتل الكائنات الحية الدقيقة في الماء. بعد التعرض لأشعة الشمس لمدة 4 ساعات ، يكون الماء آمناً للشرب. هذا الحل أرخص بكثير من استخدام الفحم ويقلل من انبعاثات الكربون أيضاً (insight, 2021) .

7.4. الهدف السابع طاقة نظيفة

لا يزال 13 % من سكان العالم يفتقرون إلى الكهرباء الحديثة. كما يعتمد ثلاثة مليارات شخص على الخشب أو الفحم أو فضلات الحيوانات في الطهي والتدفئة، ولأن الطاقة هي المساهم المهيمن في تغير المناخ، حيث تمثل حوالي 60 في المائة من إجمالي انبعاثات غازات الاحتباس الحراري العالمية. وتتسبب في تلوث الهواء. ففي عام 2016، زادت حصة الطاقة المتجددة بأسرع معدل منذ عام 2012، بزيادة 0.24 نقطة مئوية، ووصلت إلى ما يقرب من 17.5 في المائة بسبب النمو السريع في الطاقة الكهرومائية ، وطاقة الرياح ، والطاقة الشمسية وعلى سبيل المثال تقوم شركة V-Labs السويسرية الناشئة بتطوير سماعة رأس الواقع المعزز بشكل أساسي للمساحين والمقاولين. يقوم حلهم بتصوير بيانات GIS المعقدة وتركيبها على مواقع العمل. وهذا يمكن مزودي الكهرباء من وضع الكابلات والأسلاك بدقة تحت الأرض. من خلال التنمية الحضرية العشوائية في معظم أنحاء آسيا ، من المحتمل أن يمكّن هذا الحل الحكومات المحلية من توفير إمدادات الطاقة دون انقطاع لسكانها (un). ، (2021)

8.4. الهدف الثامن: العمل اللائق والنمو الاقتصادي

تعمل شركة Workana في الأرجنتين على التوفيق بين الباحثين عن عمل والاحتياجات العمالية.

9.4. الهدف التاسع: الصناعة والابتكار والبنية التحتية

تساعد شركة ConnectRobotics في البرتغال في أتمتة التسليم من خلال الطائرات بدون طيار.

10.4. الهدف العاشر: تقليل عدم المساواة

Acivilate: في الولايات المتحدة، هي شركة البرمجيات كخدمة (SaaS) ملتزمة بالحد من العودة إلى الإجرام.

11.4. الهدف الحادي عشر: المدن والمجتمعات المستدامة

تدعم Vikua ، في أمريكا اللاتينية ، التطور إلى المدن الذكية من خلال استخدام إنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي لإنشاء برنامج إدارة مدن معياري يمكن تكييفه وفقاً لاحتياجات أي حكومة.

12.4. الهدف الثاني عشر: الاستهلاك والإنتاج المسؤولان

تربط شركة Alquilab ، في بيرو، المنتجات المستعملة مع الأطراف المهمة لإنشاء اقتصاد دائري ومستدام.

13.4. الهدف الثالث عشر: العمل المناخي

البيانات الحضرية الخضراء، في إسبانيا، عبارة عن منصة برمجية لها قاعدة بيانات عالمية مع معايير بيئية لعمليات صنع القرار.

14.4. الهدف الرابع عشر: الحياة تحت الماء

تقوم شركة RanMarine في الولايات المتحدة بتطوير طائرات بدون طيار تعمل بالماء لمساعدة الحكومات على تنظيف المياه ومراقبة جودة المياه في الوقت الفعلي.

15.4. الهدف الخامس عشر: الحياة على الأرض

أنشأت Munidigital ، في الأرجنتين ، تطبيقاً يمكن للمواطنين من تحديد إشارات جغرافية للأشجار في مجتمعاتهم وتحقيق إدارة أفضل لأراضي البلديات ومواردها الطبيعية.

16.4. الهدف السادس عشر: عدالة السلام والمؤسسات القوية

طورت OS City ، في بنما، منصة "Smart CID" لدعم الحكومة بالإجابات على طلبات المواطنين للحصول على المعلومات باستخدام الذكاء الاصطناعي.

17.4. الهدف السابع عشر: الشراكة من أجل الأهداف

GovtechLab Platform، من CAF ، هي أول مبادرة إقليمية تهدف إلى دعم النظام الإيكولوجي للتكنولوجيا الحكومية في أمريكا اللاتينية وخارجها ، من خلال الدعم التقني والمالي من الحكومات ، (Zapata, 2022) كمت تقوم المؤسسة الأسترالية isgood.ai باستخدام الذكاء الاصطناعي لتغذية البيانات عن تشرذم الشباب والصحة العقلية.

لكن ليس كل ما يمس التكنولوجيا والشركات الناشئة الجديدة له فائدة لكوكب الأرض، وفي هذه الحالة أذكر الأتمتة والروبوتات والذكاء الاصطناعي ، نظراً لأن تقنيات الاتجاه هذه لا يتم تطبيقها بشكل أكثر وعياً وكفاءة ، فهي لها تأثير سلبي بدلاً من المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

و تعد أهداف التنمية المستدامة 7 و 8 و 11 و 12 من بين أكثر الأهداف تأثراً في سوء تطبيق هذه التقنيات ، على سبيل المثال ، تطبيق الشبكة العصبية ، كما نعلم ، يساعد في حل المشكلات شديدة التعقيد ، ولتحقيق ذلك، زيادة استخدام موارد الطاقة والبرامج والأجهزة المختلفة ، والتي تصل في الترجمة إلى 285 طناً من ثاني أكسيد الكربون سنوياً ؛ أرقام بهذا الحجم مقلقة ، لذا يجب وتوليد صناعات وشركات جديدة ونماذج أعمال أكثر تكيفاً تساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

5. خاتمة:

تتسارع وتيرة إنشاء شركات ناشئة و إيجاد تقنيات جديدة في العالم ، هذه المؤسسات لو جندت لتعزيز أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة. ستعتمد الفائدة على الاقتصاد والمجتمع والبيئة مما يساعد على تحسين نوعية الحياة في جميع أنحاء العالم من خلال معالجة موضوعات مثل الجوع والعدالة والنمو الاقتصادي والفقير. علاوة على ذلك ، فإنها تسرع الانتقال إلى الاستدامة ، وتساعد الأفراد والشركات والمدن على تقليل انبعاثات الكربون من أجل مستقبل سلمي الكربون يحفظ حق الأجيال القادمة في هذا الكوكب. ومن خلال هذه الورقة البحثية توصلنا للنتائج التالية:

النتائج:

- أصبحت التنمية المستدامة جزءاً مهماً من استراتيجية الشركة ، وتمتد على ثلاثة مستويات: الاجتماعية والبيئية والاقتصادية؛
- للمؤسسات الناشئة دور حاسم في التنمية الاقتصادية؛
- يرتبط نجاح المؤسسات الناشئة في تحقيق هدفها على مدى الوعي المجتمعي وتوفر البنى التحتية؛
- يعتبر التمويل أهم عقبة تواجه نمو وتطور المؤسسات الناشئة؛
- إن خطة الأمم المتحدة 2030 تسير بخطى بطيئة لكن إلى حد ما تعبر ناجحة.

التوصيات:

- تشجيع استخدام التكنولوجيا الرقمية والابتكار لإثراء الخدمات ذات القيمة المضافة العالية للشركات الناشئة وخلق تأثير إيجابي لمواجهة تحدي التنمية المستدامة؛
- تسهيل إجراءات تمويل المؤسسات الناشئة ومراعاة الاحتياجات المالية للمؤسسات
- تشجيع المؤسسات الناشئة من خلال تقديم المساعدة والدعم.
- دعم البنى التحتية التكنولوجية والمعلوماتية والتي تسهل عمل المؤسسات الناشئة

➤ تقديم تحفيزات وتسهيلات لجذب المؤسسات الناشئة للتوجه نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

المراجع:

- 1.un. (2021, 08). the United Nations. Consulté le 09 18, 2022, sur <https://www.un.org/sustainabledevelopment/energy/>
2. (2016, 10 13). Consulté le 02 17, 2022, sur institut national de la statistique et des etudeseconomiques: <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1644>
3. Cook, S. (2022, june 22). /startups.co. Consulté le september 13, 2022, sur <https://startups.co.uk/analysis/what-is-a-startup/>
4. Daily, e.-K. E. (2021, 08 06).Achievement of the UN Sustainable Development Goals (SDGs) and global startups.Consulté le 09 17, 2022, sur (www.dnews.co.kr): https://m.dnews.co.kr/m_home/view.jsp?idxno=202108041729011800669
5. Dubuisson-Quellier, S. (2015). Dictionnaire de la pensée écologique. Consulté le septembre 24, 2022, sur <https://core.ac.uk/download/pdf/35308186.pdf>
6. envirement and society. (s.d.). Consulté le 09 21, 2022, sur LHD: http://www.lhd-tech.com/lhd_en/environment_society_detail.php?keys=Sustainability
7. fernandez, h. (2020). Qu'est-ce qu'une startup ? Consulté le september 06, 2022, sur the economics: https://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi0pd221_b6AhWGR_EDHaizAbkQFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Feconomicmiatic.com%2Fque-es-una-startup%2F&usg=AOvVaw1AZWYzeEbYcEW1c3tcWaHR
8. Gelles, D. (2022, september 21). the new yorm time. Consulté le september 25, 2022, sur <https://www.nytimes.com/2022/09/14/climate/patagonia-climate-philanthropy-chouinard.html>
9. glopp. (s.d.). Récupéré sur http://www.glopp.ch/A2/en/html/resear_area_present_1_3.html
10. insight, s. u. (2021). Discover 5 Top Startups working towards the UN's SDG.
11. JURICKOVA, V., & GREGOVA, E. (2020, JANURY). Earnings of Startups in Different Stages of developpement.Consulté le September 17, 2022, sur <https://digilib.uhk.cz/bitstream/handle/20.500.12603/236/Jur%C3%AD%4%8Dkov%C3%A1%2C%20Gregov%C3%A1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
12. McGowan, E. (2022, april 7). startups.com. Consulté le september 27, 2022, sur <https://www.startups.com/library/expert-advice/what-is-a-startup-company>
13. nations, u. (2019). HIGH-LEVEL POLITICAL FORUM GOALS IN FOCUS.
14. Rivals, J., &Penvern, Y. (2021). La transition vers la durabilité. Consulté le septembre 19, 2022, sur <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/sustainability-services/articles/sustainability-transformation.html>
15. Weise, K. (2021, november 02). the new york times. Consulté le september 19, 2022, sur <https://www.nytimes.com/2020/02/17/technology/jeff-bezos-climate-change-earth-fund.html>
16. Zapata, E. (2022). apolitical. Consulté le ocober 1, 2022, sur 17 Govtech startups working towards 17 Sustainable Development Goals: <https://apolitical.co/solution-articles/en/govtech-startups-sustainable-development-goals>

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

17. الدولي، ل. ا. (s.d.). الأمم المتحدة Consulté le 12, 2022 , sur <https://uncitral.un.org/ar/about/sdg>
18. حيدوشي، ا. ع. (2020). حاضنات الأعمال ودورها في دعم المؤسسات الناشئة الإبتكارية في الجزائر- المؤسسات الناشئة ودورها في دعم الإنتعاش الإقتصادي في الجزائر. مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة البويرة.

استراتيجيات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة -تجارب بعض المؤسسات الناشئة-
Knowledge management strategies in Startups -Some startups' experiences-

نور الهدى سطيفي* و فتحية يحيوي**

*: جامعة أم البواقي، Setifi.nourelhouda@univ-oeb.dz؛

** : جامعة أم البواقي، yahiaoui.fethia@univ-oeb.dz.

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى توضيح أهم استراتيجيات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة والتي تحقق لها النجاح والقدرة على البقاء ومنافسة المنظمات الكبيرة، حيث تختلف عملية إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة عن غيرها من المؤسسات وهذا راجع لخصوصية هذه الكيانات وما تعانيه من مشاكل نقص المعرفة سواء المتعلقة بعملياتها أو حتى أسواقها، ولهذا فهي بحاجة للخبراء والمستشارين للتمكن من تحقيق مسارها واستراتيجياتها المناسبة. ولتحقيق الهدف الجوهري تم استعراض مختلف الاستراتيجيات التي قدمها الباحثون في هذا الصدد ومحاولة تقصي حقيقة تطبيق المؤسسات الناشئة لهذه الاستراتيجيات بما فيها استراتيجيات الابتكار، وقد توصلت الدراسة إلى أنّ المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة تعتمد أساسا على استراتيجيات الابتكار مما يمكنها من تقديم خدمات ومنتجات مبتكرة، والقدرة على المنافسة والبقاء.

الكلمات الدالة: المؤسسات الناشئة، إدارة المعرفة، استراتيجيات إدارة المعرفة، استراتيجيات الابتكار، استراتيجية استثمار التقنية لمعالجة المعارف.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to clarify the most important knowledge management strategies in startups in order to ensure success, viability, and competitiveness with large organizations. Startups manage knowledge differently than other types of businesses. This is because these entities are unique and have knowledge gaps in both their operations and markets, necessitating the use of consultants and experts in order to successfully implement their plans and strategies.

In order to accomplish the main goal, the various strategies put forth by researchers in this area were reviewed. And efforts were made to look into of such strategies, including innovation strategies, by startups. According to the study, innovation strategies are what startups in the knowledge economy rely on most to deliver slashing services and products, maintain competitiveness, and survive.

Keyword: Startups, Knowledge management, Knowledge management strategies, Innovation strategies, Technical investment strategy to trait knowledge.

1. المقدمة

في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة، أصبحت هذه الأخيرة هي المورد الأهم في تحقيق القيمة المضافة والاستمرار والنمو والنجاح، فالمعرفة قوة ومصدر للميزة التنافسية؛ فهي اليوم عامل الإنتاج الرئيسي على خلاف العوامل التي كانت سابقا والتي باتت مكملة للمعرفة فقط، ولأن الاقتصاد الحالي يركز بشكل كبير على دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة، فقد أصبحت هذه الكيانات تلعب دورا كبيرا رغم ما تعانيه من مشاكل وتحديات، سواء تلك الخاصة ببيئة أعمالها أو التكنولوجية أو التنظيمية، وقد لاقت اهتماما كبيرا على الصعيد العالمي والعربي وحتى الجزائري للحد الذي جعل الجزائر تؤسس في السنوات الأخيرة وزارة خاصة بهذه المؤسسات سميت بوزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة.

وبالرغم من المشاكل العديدة التي تعانيها المؤسسات الناشئة إلا أنها تتميز بخفة ومرونة عالية وقدرة على الابتكار مما يسمح لها بتحقيق المزايا التنافسية والتكيف مع بيئة الأعمال (Rocha et al., 2020, P.206; Oliva & Kotabe, 2019, P.2)، حيث يُشير نوناكا إلى أنّ القدرة الابتكارية للمؤسسات ترتبط بشكل مباشر بالقدرة على تكوين المعرفة وفعاليتها (Shonia et al., 2021, P.113)، وكنتيجة لمشكل ندرة الموارد الذي تعاني منه المؤسسات الناشئة أصبح لزاما عليها أن تهتم بالأصول غير الملموسة من معرفة ورأس مال فكري لضمان بقائها وتوسيع نشاطها (Contobelli et al., 2017; P.2). فالمؤسسات الناشئة تعمل ضمن بيئة مضطربة يميزها عدم التأكد واللايقين، لذا تكون أمام محاولة الاستخدام الأقصى لمواردها من أجل القدرة على البقاء، حيث تلعب العوامل الداخلية دورا مهما وأهمها ثقافة المؤسسة المشجعة على مشاركة المعرفة، فمشاركة المعرفة وغيرها من العمليات المعرفية كلها تساهم في مساعدة هذه المؤسسات في التغلب على المشاكل التي تواجهها مما يوجه الأنظار إلى ضرورة الإدارة الفعالة للمعارف.

وتأكيدا على الدور الجوهري الذي تلعبه إدارة المعرفة في مختلف مجالات المؤسسات الناشئة والذي أثبتته العديد من الدراسات (Centobelli et al., 2017; Viswanathan & Arunima, 2020; Ahmed et al., 2021) من خلال تناول عدة أبعاد كعمليات وممارسات وأدوات وأساليب إدارة المعرفة في هذه المؤسسات، فقد اتجهت الدراسة الحالية إلى تقصي أهمية استراتيجيات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة وأي هذه الاستراتيجيات الأنسب لها ولطبيعتها، والتي تحقق لها النجاح والقدرة على منافسة المنظمات الكبيرة.

1.1. تساؤلات الدراسة وفرضياتها

إنّ الإشكالية الرئيسية التي تحاول الدراسة الحالية معالجتها هي الاستراتيجيات المناسبة للمؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة والتي تسمح لها بتحقيق الاستمرارية والمساهمة في التنمية المستدامة خاصة في ظل ما تعانيه طبيعة هذه المؤسسات من مشكلة نقص المعرفة ومحدودية الموارد.

وعليه يمكن بلورة التساؤل الرئيسي بالشكل التالي: ما مدى اعتماد المؤسسات الناشئة على استراتيجيات الابداع والابتكار لضمان البقاء والنمو؟

وتتدرج ضمن هذا السؤال الجوهرى عدة تساؤلات فرعية كما يلي:

- ✓ ما هي أهم المشاكل والمعوقات التي تعاني منها المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة؟
- ✓ ما مدى اعتماد المؤسسات الناشئة على استراتيجيات الابتكار للبقاء والنمو؟
- ✓ ما مدى اعتماد المؤسسات الناشئة على استراتيجيات استخدام التقنيات للبقاء والنمو؟

وللإجابة على هذه التساؤلات وضعت الدراسة مجموعة من الفرضيات كما يلي:

- ✓ تعاني المؤسسات الناشئة من عدة مشاكل في ظل اقتصاد المعرفة أهمها نقص المعرفة والكفاءة اللازمة؛
- ✓ تعتمد المؤسسات الناشئة أساسا على استراتيجيات الابتكار في منتجاتها وخدماتها لضمان البقاء والنمو؛
- ✓ تعتمد المؤسسات الناشئة على استراتيجيات استخدام التقنيات والتكنولوجيا الحديثة لضمان البقاء والنمو.

2.1. أهمية وأهداف الدراسة

تحتل الدراسة الحالية أهمية كبيرة ضمن مجال إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة، حيث تتجلى أهمية الدراسة فيما يلي:

- توضيح الأهمية الجوهرية التي تلعبها استراتيجيات إدارة المعرفة في تمكين المؤسسات الناشئة على البقاء والمنافسة؛
- تحديد اهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المؤسسات الناشئة، والاستفادة من تجارب المؤسسات الناشئة في تقديم حلول لمشكل نقص المعرفة لديها؛
- تحديد خصوصية المؤسسات الناشئة وكيف تتم عملية إدارة المعرفة فيها؛
- محاولة تسليط الضوء على الأهمية التي تلعبها المعرفة بالنسبة لهذه المؤسسات والفوائد التي توفرها لها استراتيجيات إدارة المعرفة.

3.1. عرض الجهود المعرفية السابقة

يتم في هذا العنصر عرض لمختلف الدراسات السابقة ذات العلاقة باستراتيجيات إدارة المعرفة والمؤسسات الناشئة، والتي تم الاعتماد عليها في صياغة إشكالية الدراسة، تساؤلاتها والمنهجية المتبعة.

دراسة (Centobelli et al., 2017) والتي استعرضت مختلف الجهود حول "إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة: مراجعة منهجية للأدبيات وأجندة البحوث المستقبلية"، بهدف توضيح تطور هذه الدراسات واستخراج أهم الفجوات البحثية لتشكل مواضيع بحث مستقبلية، حيث تم تحليل 947 مقالا تم تجميعهم من قاعدتي: Scopus، و Web of science، المنشورة في الفترة (1990-2016)، وقد أظهرت الدراسة وجود أثر إيجابي لإدارة المعرفة على سبع مجالات هي الأداء الاقتصادي والمالي، البيئي، البشري، السوق، التنظيمي، العلائقي والأداء التقني والتكنولوجي، إضافة لتحديد أربع فجوات بحثية تمثلت في العوامل البيئية والسياسية والاجتماعية التي تؤثر على اعتماد إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة، عدم وجود تصنيف شامل لنظم إدارة المعرفة يمكن من دعم عمليات إدارة المعرفة، مستوى التوافق بين استراتيجيات المؤسسات الناشئة والتقنيات المعتمدة، وأثر إدارة المعرفة على أداء المؤسسات الناشئة فيما يتعلق بمختلف مجالات الأداء.

دراسة (Dalmarco et al., 2017) بعنوان "استخدام ممارسات إدارة المعرفة في الشركات الناشئة البرازيلية" اعتمد فيها على إجراء مقابلات مع 5 مؤسسات ناشئة في حاضنات أعمال في المنطقة الجنوبية من البرازيل والتي تنشط في قطاعات متعددة، وذلك باستخدام استبيان بأسئلة مفتوحة في محاولة لتحديد أهم الممارسات التي تسمح بتطوير المؤسسات الناشئة، حيث أظهرت أنّ مختلف الممارسات المستخدمة هي: الاعتراف بالفرص، الالتزام بتنظيم المشاريع، المصادقية والاستدامة كلها مرتبطة بالمعرفة الداخلية للمؤسسة، والتي لا تشمل البحث والتطوير فقط بل تشمل إجراءاتها الروتينية كذلك، كما توصلت إلى أنه بالرغم من عدم علم هذه المؤسسات بممارسات إدارة المعرفة إلا أنها اعتمدت إجراءات ومعايير تتماشى ونظريات إدارة المعرفة.

وتناول (Oliva & Kotabe, 2019) موضوع "حواجز، ممارسات، أساليب وأدوات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة"؛ حيث هدفا لتحديد مختلف الحواجز وممارسات وأساليب وأدوات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة والمتسمة بالرشاقة والديناميكية لتلبية متطلبات البيئة المعقدة، من خلال اجراء مقابلات مع خبراء في 102 مؤسسة ناشئة بمدينة ساو باولو، حيث أثبتت نتائج الدراسة أنّ المؤسسات الناشئة ذات المستوى العالي من الابتكار وتطوير الحلول تستخدم بدرجة كبيرة ممارسات، أساليب وأدوات إدارة المعرفة، كما أوضحت الدراسة أنّ نقص الموارد يعد من أبرز العوائق التي تحول دون تحقيق عملية إدارة المعرفة، وأنّ أفضل الممارسات المعتمدة تمثلت في الاجتماعات الداخلية، جلسات تبادل الأفكار، والعمل ضمن فرق.

كما قام (Khurana, 2020) بدراسة 5000 مؤسسة ناشئة بهدف البحث في عملية التعلم والتراكم المعرفي للمؤسسات الناشئة، تحت عنوان "فهم عملية تراكم المعرفة والتعلم المقاولاتي في المؤسسات الناشئة"، حيث يؤكد على أنّ عملية التعلم وتراكم المعرفة تتم بشكل كبير وسريع في السنوات الأولى من انشاء المؤسسات وقبل الوصول إلى مرحلة الاستقرار، حيث يركز رواد الأعمال بنسبة 30% على إشارات السوق في البداية ثم تتخفف مع مرور الوقت وصولاً للعام السادس، وأشارت الدراسة إلى أنّ ذلك راجع لكون رواد الأعمال يتعلمون بمرور الوقت الموازنة بين المعلومات السابقة والجديدة من السوق، كما اتضح عدم وجود تجانس في التعلم بين مختلف الرواد مما يستدعي الحاجة للتنوع في البرامج المساعدة لتلبية متطلبات المؤسسات الناشئة.

وقدمت كذلك دراسة (Ahmed et al., 2021) استعراضاً منهجياً لمختلف الأدبيات حول "إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: مراجعة منهجية"، سعياً للإجابة عن عدة تساؤلات حول الحواجز التي تواجه هذا النوع من المؤسسات وعوامل نجاحها، أدوات وأنظمة وممارسات إدارة المعرفة المعتمدة في المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة، وكيف تتأثر هذه المؤسسات بإدارة المعرفة، من خلال مراجعة 28 مقالا من أصل 2123 مقالة -غير مناسبة لمجالات البحث المستهدفة- تم تجميعها من عدة قواعد بيانات مثل: ACM Digital library, springer, Science direct, IEEE والمنشورة في الفترة ما بين 2010-2020، وقد أظهرت الدراسة أنّ هذه المؤسسات بإمكانها الاستفادة من إدارة المعرفة من خلال عدة أدوات منخفضة التكلفة ولا تتطلب الكثير من الخبرة، وبالتالي التغلب على الحواجز التي تواجهها، كما أثبتت الدور الإيجابي لإدارة المعرفة في عدة مجالات سواءً المالية، السوقية، الاقتصادية، التكنولوجية والعلائقية. من خلال مراجعة مختلف الدراسات التي حاولت معالجة إشكالية إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة نستنتج عدة نقاط يتم توضيحها مالياً:

- ✓ اهتمت الدراسات بعدة أبعاد أهمها أساليب وأدوات، ممارسات، عمليات إدارة المعرفة، وأغفلت هذه الدراسات أهمية الاستراتيجية المناسبة لإدارة المعرفة في هذه المؤسسات؛
- ✓ معظم الدراسات التي تمكننا من مراجعتها أغفلت مشكل نقص المعرفة الذي تعاني منه هذه المؤسسات نتيجة لطبيعتها المصغرة ونقص الموارد والهياكل التي تتيح لها البقاء والمنافسة، وهنا يأتي دور استراتيجيات إدارة المعرفة والتي تسهل على المؤسسات الناشئة إدارة المعرفة القليلة التي تمتلكها وتبني مختلف الأساليب التي تسمح لها بتحقيق النجاح والتغلب على كبار المؤسسات؛

✓ الدراسات التي تناولت استراتيجيات إدارة المعرفة اهتمت ببقية القطاعات والمؤسسات الكبرى، المتوسطة والصغيرة ولم تركز على المؤسسات الناشئة كونها أحد أهم الكيانات المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة في وقتنا الحالي؛

2. المؤسسات الناشئة

تشير المؤسسات الناشئة إلى تلك المؤسسات التي تم تشكيلها حديثا بهدف سد فجوة معينة في السوق الحالية أو كحل لمشكلة لم يتم العثور عن حلها بعد من خلال محاولة ادخال الابتكارات للسوق (Ahmed et al., 2021, P.389)، ويعرفها Dork & Blank على أنها مؤسسات مؤقتة تبحث عن نموذج قابل للتطوير والتكرار والربح (Laitinen & Senoo, 2019, P.497; Sharma & Gupta, 2017, P.87) ويشير هذا التعريف إلى أنّ المؤسسات الناشئة لا تعتبر مؤسسات قائمة حتى تتمكن من فرض وجودها وإيجاد طريقها ضمن صناعتها.

ويرى Oliva & Kotabe أنها تعتبر شركات رشيقة ذات قدرات ديناميكية عالية على التكيف مع التغيرات في بيئة الأعمال (Oliva & Kotabe, 2019, P.2)، كما تُعرف على أنها تلك الشركات الموجهة بتكنولوجيا المعلومات والتي تقع ابتكاراتها في جوهرها وقدرتها على تحويل أفكارها إلى منتجات وخدمات مع إمكانات كبيرة للنمو (Rocha et al., 2020, P.206)، حيث يركز التعريفان على طبيعة المؤسسات الناشئة والتي تمنحها القدرة على التكيف والتفاعل بسرعة بفضل مرونتها العالية وبالتالي قدرتها على تحويل أفكارها إلى ابداعات وابتكارات تنافس بها غيرها من المؤسسات.

وتعتبر حسب المشرع الجزائري مؤسسة ناشئة حسب المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 254-20 والمتعلق بإنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و" مشروع مبتكر" و"حاضنة اعمال"، وتحديد مهامها وتشكيلها وسيرها، والمؤرخ في 15 سبتمبر 2020 كل مؤسسة تتمتع بما يلي: (قدري ومدفوني، 2021، ص.6)

- ✓ لا يتجاوز عمرها ثمانية سنوات؛
- ✓ لا يتجاوز رقم الأعمال المبلغ الذي تحدده اللجنة العلمية؛
- ✓ أن يعتمد نموذج أعمالها على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أي فكرة مبتكرة؛
- ✓ أن يكون رأس مالها مملوكا بنسبة 50% على الأقل، من طرف أشخاص طبيعيين أو صناديق الاستثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة؛
- ✓ لا يتجاوز عدد عمالها 250 عامل، ولها إمكانات نمو كبيرة بما فيه الكفاية.

وتمر المؤسسة الناشئة بثلاثة مراحل أساسية وهي "مرحلة الوجود" أين يكون هدفها الحصول على الزبائن وتقديم منتجاتها أو خدماتها، وتتميز بمحدودية الموارد، "مرحلة توفير المنتج أو الخدمة"؛ وهنا يكون هدفها توسيع قاعدة مبيعاتها رغم قلة التخطيط وهذا راجع إلى أنّ المالك هو من يقوم بكل المهام، لذا

يتطلب امتلاكه لكفاءة للقدرة للوصول إلى المرحلة الثالثة وهي "مرحلة البقاء" أين تنصب أهدافها حول تحقيق الأرباح (Ahmed et al., 2021, P391).

ويمكن القول أنّ نجاح هذه المؤسسات مرهون بدرجة كبيرة بمدى معرفة وتعلم ويقظة رائد الأعمال، وخاصة قدرته في اصطيد الفرص الموجودة في الأسواق والتعرف عليها وفي قدرته على جمع مختلف المعلومات، فالمعرفة هنا هي اليقظة التي تؤدي لاكتشاف الفرص، حيث يكتسب رائد الأعمال المعرفة مع مرور الوقت ويحسن حساسيته للمعلومات الجديدة (Khurana, 2020, P.3)، وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ المعرفة لا بد من توسيعها ونشرها لتصبح متاحة لدى العديد من المستخدمين فهي عامل مهم في تطوير المؤسسات (Shonia, 2021, P.114).

أما Aulet & Murray فيفضلان استخدام مصطلح "زيادة الأعمال القائمة على الابتكار" بدل المؤسسات الناشئة، مما يشير إلى أنّها تقوم في جوهرها على عنصر الابتكار والذي يعد مهما لبقائها واستمرارها، وأنّ هذه المؤسسات ليست ثابتة منذ البداية بل هي مؤقتة حتى تتمكن من اكتشاف نموذج أعمال مستدام، بل وأنّ اكتشافها أنّ نموذجها خاطئ يمكنها من استهداف نموذج آخر وهي المرونة التي تتميز بها المؤسسات الناشئة على خلاف المؤسسات الأخرى (Laitinen & Senoo, 2019, P.497) حيث تعتبر المؤسسات الناشئة بفضل رشاققتها الأكثر استعدادا للتقاط الفرص والتغييرات في بيئة الأعمال وتحويلها إلى منتجات وخدمات تلبي احتياجات السوق من خلال الابتكارات (Oliva & Kotabe, 2019, P.3).

3. إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة

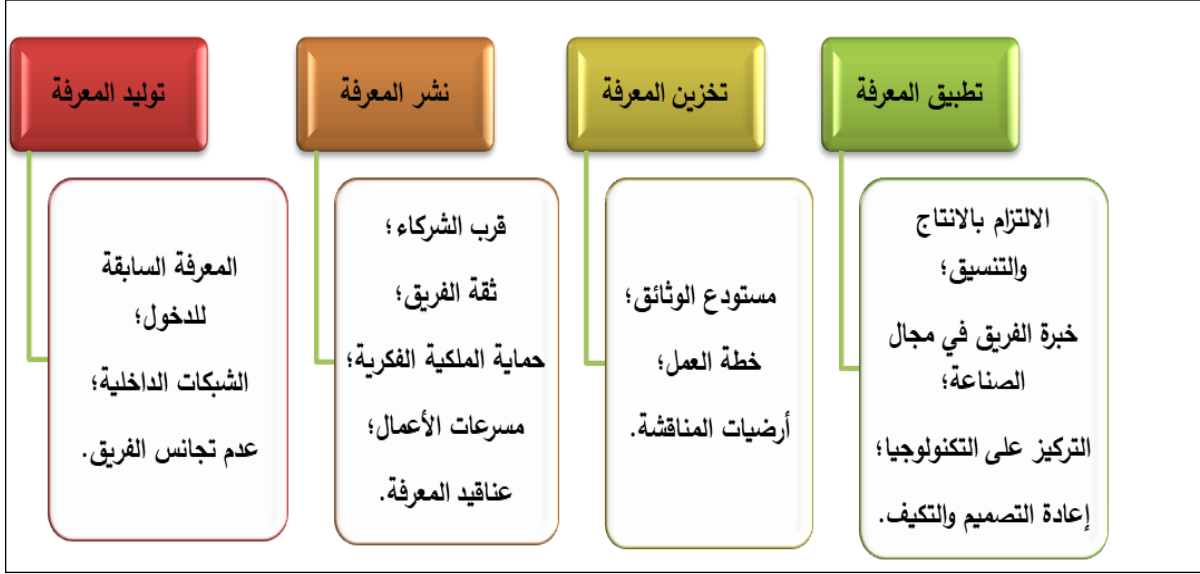
تواجه الشركات الناشئة اليوم عدة تحديات أهمها نشر أصولها المعرفية وإدارتها لخلق الميزة التنافسية (Sharma & Gupta, 2017, P.81)، وخاصة في ظل مواردها المحدودة حيث تبدأ في الاستفادة من الفرص بمجرد نشأتها، ولهذا تتطلب ممارسات معرفية تؤثر على أدائها، وحتى تكون قادرة على المنافسة في ظل اقتصاد المعرفة الحالي فعليها استخدام المعرفة المتاحة بشكل فعال لتنفيذ استراتيجيتها الخاصة بالنمو (Battisti et al., 2022, P.2)، وهنا يبرز دور إدارة المعرفة في مساعدتها على توليد واكتساب المعارف المهمة، تخزينها، نقلها واستخدامها في خلق القيمة وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

1.3. عمليات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة

تلعب عمليات إدارة المعرفة دورا مهما في مراحل حياة المؤسسات الناشئة، كما يمكن لممارسات إدارة المعرفة أن تساعد على توسيع نطاق طلب السوق وتلبيته، ويعتبر توليد ونقص المعرفة أهم المشاكل التي تواجهها، حيث عليها أن تجمع المعرفة اللازمة حول السوق والزبائن والاحتياجات والتكنولوجيا قبل بداية نشاطها، لذا على هذه المؤسسات وروادها الاتجاه نحو عملية تعلم واضحة وأن تستخدم المعارف

المكتسبة لاتخاذ القرارات الصحيحة، حيث تتوفر مجموعة من العوامل خاصة بكل عملية من عمليات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة كما يلي:

الشكل 01: عمليات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة



المصدر: (Viswanathan & Arunima, 2020, PP. 2186-2190)

يوضح الشكل أعلاه، مختلف العوامل التي يجب أخذها بعين الاعتبار لضمان نجاح سير مختلف عمليات إدارة المعرفة، فعملية توليد وانشاء المعرفة مثلا تتطلب امتلاك المؤسسة معرفة سابقة للدخول، وهو أمر حتمي حيث تحتاج لجمع مختلف المعلومات عن المنافسين وعن الأفكار الموجودة في السوق، الزبائن، احتياجاتهم، وأن تكون ملمة بكل ما يمكنه أن يشكل لها نقطة قوة تستطيع من خلالها أن تفرض وجودها في ذلك السوق.

كما تعتمد بقية العمليات كذلك على فريق العمل والثقة وفتح المجال للحوار والمناقشات بينهم لضمان انتقال ونشر المعرفة، إضافة إلى ضرورة التوجه نحو التكنولوجيا والتركيز عليها لما تسهله من عمل هذه المؤسسات، كما تجدر الإشارة إلى ضرورة إعادة تصميم المعرفة وتكييفها مع التغيرات المستمرة التي تواجه المؤسسة.

2.3. حواجز ومعوقات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة

إنّ أغلب نظريات إدارة المعرفة تناولت عمليات وممكنات إدارة المعرفة، وعند التكلم عن هذه الأخيرة فإننا غالبا ما نشير إلى البنية التكنولوجية وكفاءات الأفراد والثقافة التنظيمية، والتي يكون لها أثر إيجابي على الأداء التنظيمي للمؤسسات، وهو ما تفتقده المؤسسات الناشئة أو تتواجد لديها بصفة غير رسمية مما يشكل عوائق في عملية إدارة المعرفة (Viswanathan & Arunima, 2020, P. 2191)، حيث تشير الدراسات إلى أنّ 75% من المؤسسات الناشئة بالولايات المتحدة الأمريكية لا يمكنها البقاء على قيد

الحياة نتيجة لافتقار رواد الأعمال للمعرفة والمهارات والابتكار، إضافة لمشكل تطبيق التكنولوجيا لخلق الابتكارات (Potajanajaruwit & Girdwichait, 2019, P.223) وعلى العموم، من بين أهم الحواجز التي تواجه المؤسسات الناشئة نذكر ما يلي:

✓ **نقص اليقظة المعرفية:** حيث تلعب المعرفة دورا مهما في نجاح المؤسسة، فرائد الأعمال الذي لا يمتلك اليقظة المعرفية، وهي التي تؤدي لاكتشاف الفرص كما سبق ذكرها، لن يكون بإمكانه تحديد قيمة المعلومات والمعارف الجديدة وكيف سيتعامل معها أو كيف سيقوم بإدارتها، وهو ما سيؤدي إلى الفشل (Khurana, 2020, P.4)؛

✓ **نقص الموارد:** حيث يبرز في المراحل الأولى حاجز أو عائق الحصول على المعرفة أو اكتسابها، بينما يبرز مشكل التقييم في المراحل النهائية، مما يشير أنّ نقص الموارد يمكن أن يؤثر على عملية اكتساب وإدارة المعرفة بأكملها؛

✓ **الضغط للنتائج في فترة قصيرة ومقاومة التوثيق:** حيث تؤدي السرعة في عمليات إدارة المعرفة من أجل الوصول للمنتج أو الخدمة إلى عرقلة عملية نشر المعرفة في المؤسسة الناشئة، كما تعرقل مقاومة التوثيق والاحتفاظ بالمعرفة عملية تخزين المعرفة والاستفادة منها مستقبلا؛

كما يبرز كذلك مشكل الالتزام أثناء عملية إدارة المعرفة فقط لإنتاج المنتج أو الخدمة ثم عدم الاهتمام بالمعرفة، مما يؤدي إلى إعاقة عملية تقييم معارف المؤسسة (Oliva & Kotabe, 2019, P.8)، بالإضافة إلى الافتقار إلى إدارة المعرفة الاستباقية والتي ينبغي أن تكون قبل عملية انشاء المؤسسة والتي تتم من خلال المؤسسين والمهندسين؛

✓ **عدم تحديد الأولويات:** حيث يجبر أصحاب المؤسسات الناشئة على إعطاء الأولوية للاستثمارات قصيرة الأجل بدل طويلة الأجل وهذا بسبب مشكل الوقت مما يُعطي استراتيجية إدارة المعرفة أولوية أقل من غيرها (Viswanathan & Arunima, 2020, P.2191).

وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ المؤسسات حتى تتخلص من هذه العوائق لا بد لها أن تعيد النظر في استراتيجياتها المعرفية وأن تعيد صياغة استراتيجيات تتناسب وأولوياتها والعوامل المحيطة بها.

4. استراتيجيات إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة

لقد حظيت استراتيجيات إدارة المعرفة باهتمام العديد من الباحثين حيث قدمت لها تعاريف مختلفة فبالنسبة إلى (Zack, 1999) تُشير استراتيجيات إدارة المعرفة إلى التوجه الذي تتوي المنظمة اتباعه بهدف الموازنة بين مواردها وقدراتها المعرفية وبين الاحتياجات الفكرية لاستراتيجيتها (Zack, 1999, P.35) حيث ينظر إليها من منظور الموازنة بين القدرات المعرفية والاحتياجات الاستراتيجية، وعلى الرغم من التغيرات التي طرأت على تعريفه عبر السنوات إلا أنه يربط بين الخصائص المعرفية للمنظمة

والأداء والميزة التنافسية (Kasten, 2007, P.47)، ويؤكد هذا التعريف على أهمية المعرفة في تحقيق القيمة والمزايا للمؤسسات وتحسين أدائها من خلال الاستغلال الأمثل لمعرفة المؤسسة.

كما تُعرف استراتيجيات إدارة المعرفة حسب Kasten بأنها مجموعة المبادئ والمعتقدات التوجيهية والتي تحدد تعامل المنظمة مع المعرفة وبالتالي اتخاذ القرارات التي تشمل تحديد واقتناء وتخزين وتطوير وتطبيق المعرفة (Kasten, 2007, P.44)، أما حسب Ourique وزملاؤه فهي الجهد الذي تبذله المنظمات لصياغة خطط تسعى لإدارة المعرفة بفعالية (Ourique et al., 2018, P.3)، ويشير كلا التعريفين إلى التوجه الاستراتيجي للمعرفة والذي تسلكه المؤسسة من خلال مجموعة المبادئ والقواعد التي تبنى تماشياً مع العوامل البيئية والمتغيرات والتي تهدف جميعها لاكتساب، نقل ومشاركة، تخزين وتطبيق المعرفة في المؤسسات.

إنّ مختلف التعاريف المقدمة تجعلنا أما ثلاث توجهات رئيسية، التوجه الأول؛ والذي ينظر لاستراتيجية المعرفة على أنها مقارنة أو منهج لإدارة المعرفة، والتوجه الثاني الذي يربط بين إدارة المعرفة والإدارة الاستراتيجية حيث يُطلق عليها الاستراتيجية المعرفية ويعتبرها عنصراً حاسماً للميزة التنافسية، أما التوجه الثالث فينظر إليها كاستراتيجية لتنفيذ وتطبيق إدارة المعرفة (Shanak et al., 2012, P.149).

ومن خلال ما تقدم يمكن تعريف استراتيجيات إدارة المعرفة على أنها خطة مدروسة وتوجه المؤسسة الذي يسمح بتحديد مختلف الإجراءات والممارسات والأنشطة والتقنيات التي تهدف لاكتساب، تخزين، نقل واستخدام المعرفة سعياً لتحقيق القيمة والميزة التنافسية للمؤسسة.

وتسهم استراتيجيات إدارة المعرفة في توفير جملة من المزايا أهمها: (القهيوي، 2013، ص.90)

✓ تبني الخيارات الصحيحة مما يسمح بصنع المعرفة، حيث يتم الاعتماد على الخيارات القصيرة والتي تتماشى مع طبيعة المعرفة الديناميكية مع تقادي طويلة الأجل والتي قد لا تناسب التغيرات السريعة؛

✓ تساعد على الابتكار والاتصال بين الأفراد؛ حيث تنمي شبكات العمل للربط بينهم مما يسهل تقاسم المعرفة، كما تساعد على الحفاظ على الموجودات الفكرية للمنظمة؛

✓ توضيح أولويات المؤسسة مما يوجهها نحو جمع المعرفة حول تلك الأولوية وبالتالي، وضع البرامج المناسبة لإدارة المعرفة؛

✓ مهما اختلفت الاستراتيجيات التي تبنتها المنظمة فإنّ تلك الاستراتيجيات تساهم في انشاء معرفة جديدة.

كما تسمح استراتيجيات إدارة المعرفة بتسهيل تنفيذ نظم إدارة المعرفة (Kakhki et al., 2020, P.2)، حيث تدعم بشكل كبير تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسات (Ourique et al., 2018, P.2)، مما يؤكد لنا على الدور البارز الذي تلعبه استراتيجيات إدارة المعرفة في تقديم القيمة للمؤسسات، لذا عليها

أن تركز اهتمامها على التخطيط الجيد وحسن تحليل الموارد الداخلية والخارجية في سبيل اختيار الاستراتيجيات المناسبة لها.

إنّ اختيار المؤسسات لأدوات إدارة المعرفة يعتمد بالدرجة الأولى على التوجه الاستراتيجي نحوها (Angel et al., 2007, P.62)، فالتطبيق الناجح لاستراتيجيات إدارة المعرفة لا يمكن إلا إذا فهمت المؤسسات أدوار المعرفة ووظائفها وسعت إلى التركيز عليها ووضعها ضمن أولوياتها (Asiedu et al., 2022, P.2)، وقد اتجه كل باحث إلى تحديد الاستراتيجيات التي يراها مناسبة لطبيعة المعرفة حسب وجهة نظره (أنظر الملحق 1).

يوضح الملحق 1 مختلف الاستراتيجيات التي قدمها الباحثون لإدارة المعرفة، مما يشير إلى اختلاف الاستراتيجيات من مؤسسة لأخرى تبعا لنوع وطبيعة وأهداف المؤسسة، فنجد مثلا أنّ Zack 1999 قسم استراتيجيات إدارة المعرفة إلى نوعين، استراتيجية تحفظية وتشير إلى توجه المنظمة نحو استغلال معارفها الداخلية، بينما الاستراتيجية العدوانية أو التهجمية فتشمل المؤسسات المبتكرة وغير المقيدة والتي تميل لاستكشاف المعرفة الخارجية (Zack, 1999, P.39).

واتخذ Bierly 1999 تصنيفا مشابها لتصنيف Zack حيث حدد أربع عناصر تساهم في تشكيل استراتيجيات إدارة المعرفة وهي: المعرفة الداخلية مقابل الخارجية، والمعرفة المعززة مقابل الجديدة، والتعلم البطيء مقابل التعلم السريع، وضيق قاعدة المعرفة مقابل اتساعها (Kasten, 2007, P.47)، ثم اقترح Bierly & Daly 2002 أربع استراتيجيات لإدارة المعرفة وهي، استراتيجية الإبقاء على الوضع الراهن، استراتيجية توليد المعرفة، استراتيجية استغلال المعرفة، واستراتيجية التعلم مزدوج الحلقة (Kakhki et al., 2020, P.4)

وقدم Hansen وزملاؤه استراتيجيتين أساسيتين لاكتساب وتخزين ونقل المعرفة وهما استراتيجية الترميز (Codification)، واستراتيجية الشخصنة (Personalisation)، حيث تشير استراتيجية الترميز إلى تخزين المعارف في مستودعات يمكن الوصول إليها بكل سهولة واستخدامها من طرف الموظفين بعد أن تم استخراجها من الشخص الذي طورها (Hansen et al., 1999, P.1)، بينما تشير استراتيجية الشخصنة إلى مشاركة المعرفة من الشخص الذي طورها مباشرة للأفراد الآخرين، حيث تركز على العلاقات الاجتماعية والحوار وبالتالي، يتم نقل المعرفة من خلال جلسات العصف الذهني واجتماعات الفرق والخبراء، ودرس Greiner et al مختلف مقاربات إدارة المعرفة في 11 شركة سويسرية وألمانية، واتضح أنّها تستخدم كل من استراتيجية الترميز والشخصنة، وأشار الباحثون إلى أنّ الاستراتيجية الأولى تطبق بهدف إعادة استخدامها بينما تهدف الثانية لابتكار وتطوير حلول جديدة، كما أنّ المزج بين الاستراتيجيتين يحقق نتائج أسوأ على عكس التركيز على إحدى الاستراتيجيتين (Gourova, 2010, P.643).

أما (Kakhki et al., 2020) فقد طوروا بدورهم أربع استراتيجيات لاكتساب وتحديد المعرفة تمثلت في الاستراتيجية السلبية؛ والتي لا توحى بأي إشارات لاكتساب المعرفة الجديدة بل الاكتفاء بالإجراءات التقليدية، الاستراتيجية الداخلية؛ وتشير لاكتساب المعرفة من داخل المنظمة من خلال الشبكات البشرية وتقادي التوجه نحو الاستثمار وانفاق الأموال لجلب المعرفة، الاستراتيجية الخارجية؛ وعلى عكس سابقتها -الداخلية- فهي تشير إلى التوجه نحو استثمار الأموال والوقت في الحصول على المعرفة الخارجية، أما الاستراتيجية الرابعة فتتمثل في الاستراتيجية الداخلية والخارجية؛ وتشير إلى الاهتمام والتركيز المتزامن بين المعارف الداخلية والخارجية من خلال الاعتماد على الموارد الداخلية والخارجية للمنظمة من موظفين وزملاء وكبار المديرين والخبراء. أما فيما يخص استراتيجيات توليد ونقل المعرفة فقد ركز Kakhki et al على نموذج Nonaka & takeushi 1995 والمتمثل في حلزونية المعرفة المكونة من أربعة أبعاد وهي التنشئة الاجتماعية، الدمج أو الاستيعاب، الجمع، والإخراج (Kakhki et al., 2020, PP.5-6).

فيما تبرز عدة استراتيجيات أخرى تشير جميعها إلى محاولة ضمان تسهيل عمليات إدارة المعرفة، حيث نجد أنّ عمليات إدارة المعرفة متضمنة في جميع نشاطات المؤسسة، وهي استراتيجيات تهدف لاكتساب، نقل وتخزين، توزيع واستخدام المعرفة لتحقيق أهداف المؤسسة والابتكار وتحقيق التنمية المستدامة أمثال (Wiig,1997; Day & wendler, 1998; Sythesised, 2000; & Binney, 2001).

إنّ المشكل الرئيسي الذي تكون أمامه المؤسسات الناشئة هو محدودية مواردها مما يحول دون قدرتها على المنافسة في السوق، ولهذا تجد نفسها أمام الاستخدام الأقصى لمواردها النادرة والمتمثلة أساسا في الأفراد، والذين يحاولون بشتى الطرق استخدام مختلف الأدوات والوسائل لزيادة فرص المؤسسة، أحد هذه الطرق المستخدمة هي إدارة المعرفة (Ahmed et al., 2021, P390)، وقد أثبتت العديد من الدراسات وجود تأثير إيجابي لإدارة المعرفة على مختلف مجالات في المؤسسات الناشئة وأهمها الأداء المالي، الأداء البيئي، الأداء البشري، أداء السوق، الأداء التنظيمي، الأداء العلائقي والأداء التقني (Centobelli et al., 2017, P; Viswanathan & Arunima, 2020, P2185; Ahmed et al., 2021, P).

وفي ظل اقتصاد المعرفة أصبح الابتكار أحد أولويات المؤسسات التي تسعى للمنافسة والابداع والبقاء، حيث تعتبر المعرفة المحفز الأول للابتكار في المؤسسات (Ribiere & Tuggle, 2010, P.91)، ويشير Hansen إلى أنّ المؤسسات التي تسعى للابتكار فإنّ عليها تبني استراتيجية الشخصية لأنها الأنسب لعمليات التطوير والابتكار (Hansen et al., 1999, P.9)، بينما المؤسسات التي تسعى لإنتاج منتجات ناضجة أو موجودة أو تتعامل مع مشاكل مماثلة فإنّها تبني نجاحها من خلال استراتيجية تدوين المعرفة (Gourova, 2010, P.643)، وكما تمت الإشارة سابقا فإنّ الابتكار هو عنصر مهم للمؤسسات الناشئة وبالتالي فإنّ اختيار الاستراتيجيات المناسبة للمؤسسة يستند أولا على الهدف الذي

تسعى لتحقيقه فكما كانت المؤسسة تسعى للابتكار وخلق منتجات جديدة كلما اتجهت لاستراتيجية الشخصية، وكما كانت المؤسسة نمطية وتميل لإعادة الاستخدام كلما اتجهت نحو استراتيجية الترميز. وتُشير دراسات إدارة المعرفة إلى أنه بالرغم من تواجد العديد من استراتيجيات إدارة المعرفة إلا أن الاستراتيجيتين الأكثر شيوعاً هما استراتيجية الترميز واستراتيجية الشخصية (Asiedu et al., 2022, PP.3-4)، إلا أنه وبالنظر إلى طبيعة المؤسسات الناشئة فإنه يتعين علينا التوجه نحو استراتيجيات الإبداع والابتكار والتي تعد الأكثر مساهمة في نمو ونجاح المؤسسات الناشئة، فنجد مثلاً الاستراتيجيات التي قدمها (Sythesised (2000) تعد الأكثر اتفاقاً مع طبيعة المؤسسات الناشئة حيث تركز هذه الاستراتيجيات على الإبداع والابتكار واستخدام التكنولوجيا وتنمية وتطوير مهارات الأفراد، وهو ما تحتاجه المؤسسات الناشئة لتحقيق المزايا التنافسية.

5. تجارب بعض المؤسسات الناشئة لاستراتيجيات إدارة المعرفة

يتم في العنصر الموالي تقديم تجربتين؛ تجربة المؤسسة الناشئة "تاك غراف" والتي تعد مثلاً لنجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر وتقديم تجربة منصة "توبر" الهندية والتي تعد كذلك من أنجح المنصات التعليمية والمؤسسات الناشئة الهندية.

1.5 مؤسسة "تاك غراف" نموذجاً لنجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر

تعتبر مؤسسة "تاك غراف" أحد نماذج نجاح المؤسسات الناشئة بالجزائر، حيث تمكن مؤسسوها من دخول الأسواق العالمية بالاعتماد على أفكار مبتكرة في مجال الاقتصاد الرقمي والخدمات الإلكترونية، حيث توجت بالمرتبة الأولى في المسابقة الدولية للابتكار "أوفيسين إكسبو مراكش" مطلع 2020 وتفوقت على نظيراتها الفرنسية والمغربية، وهذا بفضل الابتكار الرقمي الذي سمي بـ 0.1 Druglabels ، ويصدر الجهاز إلى 14 دولة إفريقية وقد تم مؤخراً توقيع عقد باسم الجزائر مع شركة عالمية بدبي لتطوير النسخة الثانية منه 0.2 Druglabels وهذا بغرض تسويقه إلى مختلف دول العالم) بورويصة، 2022، ص.89.

وتقوم المؤسسة على مبدأ "نطمح لتحقيق حلول ابتكارية باسم الجزائر للعالم كله" حيث لا مكان لاستنزاف الأدمغة أو هجرتها في حين يوجد أفراد مبدعين ومبتكرين، وأشار سامي شقعار أحد مؤسسي "تاك غراف" إلى أن هذا الجهاز يعتمد على التكنولوجيا القائمة على انترنت الأشياء، الرقمنة والذكاء الاصطناعي ويقدم حلولاً للتقليل والحد من الأخطاء الطبية فيما يخص مجال التخدير، وقد طوره فريق مكون من ستة أعضاء.

كما تلقت المؤسسة عدة عروض من شركات عالمية تطمح للحصول على المنتج، إلا أن المؤسسين أصروا على الابتكار باسم الجزائر (حميدة، 2020، www.radioalgerie.dz)، وهو ما يؤكد أن المؤسسة تتبع استراتيجية استثمار التقنية لمعالجة المعارف من خلال استغلالها لمختلف تقنيات

الرقمنة والذكاء الاصطناعي في إنتاج هذا المنتج المبتكر. لإضافة إلى تركيزها على استراتيجية الابتكار واستراتيجية إدارة أصول المعرفة الصريحة للمؤسسة كونها تعتمد التكنولوجيا القائمة على أنترنت الأشياء. كما أشار الوزير المنتدب لدى الوزير الأول المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، ياسين وليد، على عزم الدولة على تحقيق نموذج اقتصادي رقمي يكون فيه الشباب الجزائري المبتكر الركيزة الأساسية وأضاف قائلاً: "نحن أمام مسؤولية كبيرة لجعل الجزائر قطب حقيقي للابتكار الرقمي وكذا جذب المستثمرين الأجانب لصناديق الاستثمار (حميدة، 2020، www.radioalgerie.dz)، وهو ما يؤكد على أنّ مستقبل المؤسسات الناشئة وحتى الحاضر يشير إلى ضرورة التوجه نحو تبني استراتيجيات الابداع والابتكار من أجل إدارة المعارف واستثمارها لتحقيق منتجات مبتكرة من شأنها المساهمة في التنمية المستدامة ونمو وبقاء هذه الكيانات التي أصبحت تلعب دورا بارزا في الاقتصاد الحالي.

2.5. منصة Toppr نموذجا للمؤسسات الناشئة الأجنبية

تعد منصة توبر منصة تعليمية هندية موجهة لأكثر من 3 ملايين مستخدم بما فيهم الطلبة في العديد من المستويات وخاصة من الفصل الخامس وصولا للثاني عشر، ولها عدة مؤسسات ناشئة منافسة لها مثل **Eduncle**، **Testbook**، **crehana** (<https://www.startupranking.com>)، وتعد المنصة كذلك من أنجح المنصات التعليمية التي تسعى لحل المشاكل التي يواجهها الطلبة، حيث تعتبر من أفضل 20 مؤسسة ناشئة بحصولها على جوائز **Edtechox** العالمية سنة 2017، والأفضل في مجال التعليم لنفس العام بحصولها على جوائز **AWS Mobility**، وأفضل منصة تعليمية لسنة 2018 بحصولها على جوائز الهند التعليمية (<https://toppr.com>).

وحسب مدير مبيعات المؤسسة تسعى المنصة جاهدة لجعل التطبيق متوفرا لدى كل أسرة هندية، أما **Aniket Kothari** مدير التسويق فقد أشار إلى أنّ المؤسسة تركز على الابداع والابتكار بشكل مستمر لضمان تحقيق أهداف المؤسسة والطلاب معا، حيث قال: "تجد طرقا إبداعية للتفاعل مع ملايين الطلاب، نحن نطور اتصالات مبتكرة تمكن الطلاب وأولياتهم للتواصل معنا، كما نكتب منشورات رائدة ونساعد الطلاب في مراحل مختلفة من العام الدراسي، كل ما نقوم به يقربنا خطوة واحدة من مساعدة الطلاب على التعلم بشكل أفضل" (<https://toppr.com>)، وهو ما يؤكد على تركيز المؤسسة على استراتيجيات الابتكار واستخدام التقنية من خلال الاعتماد على مختلف التقنيات للاتصال بالطلبة وتسهيل التفاعل معهم، وهو ما تؤكدته كذلك مديرة الموارد البشرية **Zenia Karl** حين قالت "نؤمن بتحويل التفاعل بين القوى العاملة والتكنولوجيا من خلال أتمتة العمليات" (<https://toppr.com>).

من خلال ما تقدم يمكن القول أنّ أهم استراتيجيات إدارة المعرفة التي تعتمد عليها المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة هي الاستراتيجيات القائمة على الابداع والابتكار حيث بعد الابتكار ثمرة المعرفة التي تستغلها المؤسسات في تحقيق التنمية المستدامة والنجاح.

6. عرض ومناقشة نتائج البحث

كان الهدف من إعداد هذه الدراسة تسليط الضوء على أهم استراتيجيات إدارة المعرفة التي تعتمد عليها المؤسسات الناشئة لضمان نجاحها واستمرارها ضمن بيئتها، وقد أوضحت النتائج المتوصل إليها من خلال ما تم تناوله أنّ المؤسسات الناشئة رغم ما تواجهه من مشاكل وتحديات إلا أنّها ومن خلال اعتماد استراتيجيات إدارة معرفة واضحة ومخططة وفق أسس ومبادئ مدروسة يمكنها النجاح وتحقيق مكانة ضمن السوق والمساهمة في التنمية المستدامة.

وقد أوضحت التجارب التي تم التطرق إليها أنّ المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة أصبحت تتجه نحو عنصر الابتكار وتطبيق استراتيجيات الابتكار والاعتماد على التقنيات والتكنولوجيات الحديثة لتحقيق منتجات وخدمات مبتكرة تتمكن من خلالها على البقاء والنمو والمنافسة بقية المؤسسات، ويمكن تلخيص أهم النتائج المتوصل إليها في النقاط التالية:

✓ تعاني المؤسسات الناشئة من مشكل النقص المعرفي وخاصة فيما يتعلق بالمعرفة الاستباقية والتي تحتاجها عن زبائنها وأسواقها، إضافة إلى محدودية مواردها وحاجتها إلى خبراء من أجل اتخاذ الخطوات السليمة؛

✓ تعتمد المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة بشكل كبير على استراتيجيات الابداع والابتكار وهو ما مكنها من النجاح والنمو والمنافسة وتحقيق التنمية المستدامة؛

✓ تعتمد المؤسسات الناشئة كثيرا على استراتيجيات استخدام التقنيات والتكنولوجيات الحديثة وربطها بالعنصر البشري من أجل ضمان تسهيل الأعمال وتحقيق أفضل النتائج وبالتالي النمو والاستمرار.

وتتفق الدراسة الحالية مع أغلب الدراسة السابقة التي تم تناولها والتي أشارت إلى أهمية إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة ودورها في العديد من المجالات حيث تؤكد الدراسة الحالية كذلك على أهمية إدارة المعرفة واستراتيجيات إدارة المعرفة في بقاء ونمو المؤسسات الناشئة ونجاحها.

7. التوصيات

إنّ عملية إدارة المعرفة في المؤسسات الناشئة حتى تتكامل بالنجاح تحتاج إلى الأخذ بعين الاعتبار لبعض النقاط المهمة نذكر من بينها:

- ✓ ضرورة توجه المؤسسات الناشئة للإبداع ومحاولة تطبيق الابتكارات لإنتاج منتجاتهم وتقديم خدمات فريدة، لتقليل تكاليف الإنتاج وتحقيق المزايا التنافسية؛
- ✓ ضرورة التنسيق بين استراتيجية المؤسسة واستراتيجيات إدارة المعرفة لضمان التكامل وتخصيص الجهود نحو الإدارة الفعالة للأصول المعرفية للمؤسسة؛
- ✓ اتباع الأساليب الإدارية والتكنولوجيات الحديثة بحيث تكون مساندة لإدارة المعرفة، وبناء ثقافة قائمة على التعاون ومشاركة المعرفة وتنظيمها وتخزينها بشكل يسمح بوصول المعرفة المناسبة للشخص المناسب؛
- ✓ اعتماد التكنولوجيا بشكل كبير في العمليات المعرفية، وهذا نظرا لما تتيحه من استغلال الجهد والوقت لمشاركة المعرفة بين مختلف الأفراد.
- ✓ ضرورة دعم هذه الكيانات من طرف الدولة الجزائرية من خلال التأكيد على الدور الجوهري للابتكار وتقديم مكافآت للمشاريع المبتكرة واحتضانها من أجل التشجيع نحو التوجه لاستراتيجيات الإبداع والابتكار والتي تمكن هذه المؤسسات من المنافسة ليس فقط على الصعيد المحلي بل وعلى الصعيد العالمي أيضا.

8. قائمة المراجع

- بورويصة، م (2022). المؤسسات الناشئة كدعامة أساسية لبناء وتطوير اقتصاد المعرفة في الجزائر. مجلة قضايا معرفية، 2(2)، 77-94.
- حميدة، ف (2020). شباب الجزائر يتبنى الابتكار الرقمي لمواكبة الاقتصاد العالمي. www.radioalgerie.dz، يوم الاثنين 10 أكتوبر 2022، 12:21.
- الرابغي، ر ع (2021). عوامل الفشل الحاسمة في استراتيجية إدارة المعرفة للمنظمة. المجلة العلمية للنشر العلمي، ع38، ص.ص 574-612.
- قدرى، ش ومدفوني، م (2021). نحو استراتيجية لتطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، م. ج 08، ع 02، ص.ص 1-17.
- القهيوي، ل ع (2013). إستراتيجية إدارة المعرفة والأهداف التنظيمية. عمان: دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، ط1.
- Angel L. M ; & Carolina, L ; & Ramón, S (2007). **Knowledge management strategy diagnosis from KM instruments use**, *Journal of Knowledge Management*, 11(2), 60 – 72.
- Ahmed, D ; & Salloum, S ; & Shaalan, K (2021). **Knowledge management in Startups and SMEs : A Systematic Review**. *Studies in systems, decision and control*, vol 335, 389-409.
- Asiedu, N. K ; & Abah, M ; & D. J (2022). **Understanding Knowledge Management strategies in institutions of Higher learning and the corporate world : A systematic review**. *Cogent business & management*, 9(1), 1-15.

- Bierly, P., & Chakrabarti, A. (1996). **Generic Knowledge Strategies in the U.S. Pharmaceutical Industry**. *Strategic Management Journal*, 17, 123–135.
- Battisti, E ; & Alfiero, S ; & Roberto, Q ; & Yahiaoui, D .(2022). **Financial performance and Global Start-ups : The impact of Knowledge Management practices**. *Journal of international management*, 28(4), 1-18.
- Contobelli, P ; & Cerchione, R ; & Esposito, E .(2017). **Knowledge Management in Startups : Systematic Literature Review and futur research Agenda**. *Sustainability journal*, 9(3), 1-19.
- Dalmarco, G ; & Maehler, A. E ; & Trevisan, M ; & Schiavini, J. M .(2017). **The use of Knowledge Management Practices bu Brazilian startup companies**. *IMR innovation & Management Review*, 14(3), 226-234.
- Gourova, E .(2010). **Knowledge Management strategy for small and Medium enterprises**. *Proceeding of the international conference on applied computer science*, 639-648.
- Hansen, M.T ; & Nohria, N ; & Tierney, T .(1999). **What's your strategy for managing knowledge ?**. *Harvard Business Review*, 77(2), 1-11.
- Kasten, J .(2007). **Knowledge strategy and its influence on knowledge organization**, *Proceedings of the North American Symposium on knowledge organization*, 1, 44-54.
- Khurana, I .(2020). **Understanding the process of Knowledge accumulation and entrepreneurial learning in startups**. *Industry and Innovation*, 28(9), 1-21.
- Kakhki, M. k; & Modiramani, P; & Aminpour, F; & Ebrahimzadeh, E .(2020). **The dance of knowledge management strategies in libraries: the case of the libraries of the iranian universities of medical science**. *Journal of librarianship and information science*, 53(1), 1-22.
- Laitinen, J. A. and Senoo, D .(2019). **Knowledge Sharing in Young Startups-First Quantitative Steps**. *Journal of Service Science and Management*, 12, 495-520.
- Ourique, R. A. B ; & Wnuk, K ; & Gorschek, T ; & Svensson, R. B .(2018). **Knowledge management strategies and precesses in agile software development: A systematic literature Review**, *conference paper*, 1-39.
- Oliva, F.L ; & Kotabe, M .(2019). **Barriers, practices, methods and knowledge management tools in startups**. *Journal of knowledge management*, 23(9), 1838-185.
- Potjanjaruwit, P ; & Girdwichait, L .(2019). **Creative innovation of startup businesses in Thailand 4.0 era**. *Journal of International studies*, 12(3), 222-231.
- Ribiere, V.M ; & Tuggle, F.D .(2010). **Fostering innovation with KM 2.0**. *The journal of information and knowledge management systems*, 40(1), 90-101.
- Rocha, R.O ; & Olave, M.E.L ; & Ordóñez, E.D.M. (2020). **Innovation strategies : an analysis in information technology startups**. *Iberoamerican journal of Entrepreneurship and small business*, 9(3), 205-235.
- Shanak, R.O ; & Masa'deh, R.M ; & Akour, M.A .(2012). **Knowledge Management strategy building : Literature Review**. *Europrean Scientific journal*, 8(15), 143-168.
- Sharma, M; & Gupta, Y .(2017). **Start Up India : Role of Knowledge Management in the growth & Sustainability of startup in India**. *The Indian Journal of commerce*, 70(1), 78-88.

- Shonia, D; & Trzmielak, D. M ; & Abramidze, T .(2021). **Knowledge and entrepreneurial skills in the startup ecosystem — the case of georgia.** *Marketing of scientific and research organizations*, 42(4), 110-129.
- Viswanathan, B; & Arunima, K. V .(2020). **Knowledge management in Start-ups to scale up through innovayions.** *The international journal of analytical and experimental model analysis*, 12(2), 2184-2195.
- Zack, M. H .(1999). **Developing a Knowledge strategy.** *California management review*, 41(3), 25-45.
- Startup Ranking .(17, 09, 2022). 20 :15, <https://www.startupranking.com/>
- Toppr .(17,09, 2022). 21 :09, <https://toppr.com>.

9. قائمة الملاحق

ملحق 1: تصنيفات الباحثين لاستراتيجيات إدارة المعرفة

<ul style="list-style-type: none"> • التنشئة الاجتماعية: وتكون باكتساب الفرد معرفة ضمنية مباشرة من الآخرين، أي تحويل المعرفة الضمنية لضمنية؛ • الأخرجة: وتعني جعل المعرفة الضمنية صريحة بصياغتها في مفاهيم صريحة؛ • التجميع: ويكون بتنظيم المفاهيم أي جمع المعرفة الصريحة بالمعرفة الصريحة؛ • الاستيعاب: من خلال عملية التعلم بالممارسة لجعل المعرفة الصريحة معرفة ضمنية. 	<p>Nonaka & Takeushi (1995)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • استراتيجية المعرفة بوصفها استراتيجية اعمال؛ واستراتيجية إدارة الموجودات المعرفية؛ • استراتيجية تطوير مهارات العاملين وتشجيعهم على مشاركة المعرفة؛ • استراتيجية انشاء المعرفة: وتركز على الابتكار والبحث والتطوير؛ • استراتيجية نقل المعرفة، وأفضل الممارسات لتحسين الجودة والكفاءة؛ • استراتيجية المعرفة التي تركز على العمال. 	<p>Wiig (1997)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • استراتيجية نقل المعرفة وتحويلها داخل المنظمة وخارجها؛ • استراتيجية توظيف اسس الإبداع لتحقيق ميزة تنافسية في اداء المنظمة؛ • استراتيجية استثمار المعارف الحالية لتوليد معارف وخبرات جديدة؛ • استراتيجية ادارة الموجودات الفكرية؛ • استراتيجية عمليات إنشاء معيار المنظمة لنشر المعرفة للمستفيدين منها. 	<p>Day & Wendler (1998)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • استراتيجية الترميز؛ مقابل استراتيجية الشخصنة. 	<p>Hansen et al (1999)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • الاستراتيجية العدوانية والاستراتيجية الاستكشافية؛ • الاستراتيجية القائمة على توظيف المعرفة الداخلية في تطوير عمل المنظمة؛ • الاستراتيجية القائمة على مبادرة المنظمات لمتابعة المعرفة الخارجية والحصول عليها. 	<p>Zack (1999)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • استراتيجية استثمار التقنية لمعالجة المعارف؛ • استراتيجية ادارة اصول المعرفة الصريحة للمنظمة؛ • استراتيجية توثيق الممارسات المميزة داخل المنظمة؛ • استراتيجية تنمية وتطوير قدرات العاملين في المنظمة؛ • استراتيجية الابتكار بتهيئة البيئة التي تشجع على انشاء المعرفة؛ • استراتيجية تحليل مصادر البيانات الخارجية. 	<p>Sythesised (2000)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • استراتيجية إدارة الموجودات المعرفية للمنظمة؛ • استراتيجية تطوير العاملين من خلال تطوير قدراتهم بالتدريب والتعليم؛ • استراتيجية تحسين ممارسة الأعمال والتشارك بها والمشاركة في العمليات؛ • الاستراتيجية القائمة على استخدام التطبيقات التقنية في العمل؛ • الاستراتيجيات المستندة الى معرفة احتياجات العمال من المنظمة؛ • استراتيجية بناء البيئة التنظيمية التي تشجع على انشاء المعرفة. 	<p>Binney (2001)</p>

بناء المؤسسات الناشئة لاقتصاد المعرفة في الجزائر

مصبيح سعاد* و جفال خالد**

*:جامعة أم البواقي (الجزائر)، souad.mecibah@univ-oeb.dz؛ **:جامعة أم البواقي

(الجزائر)، khaled.djeffal@univ-oeb.dz

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء نظرة عامة حول مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المؤسسات الناشئة، والتعرف على الإطار النظري لكل من المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، بالإضافة إلى التعرف على مدى مساهمة المؤسسات الناشئة في بناء اقتصاد المعرفة في الجزائر، من خلال التساؤل التالي: مامدى مساهمة المؤسسات الناشئة في بناء اقتصاد المعرفة في الجزائر. وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي.

من أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة أن المؤسسات الناشئة في الجزائر تعاني العديد من التحديات التي تحد من استمرارها ونموها وتطورها من بينها التخلف التقني في مجال التكنولوجيا، وهو ما توصلت له أغلبية الدراسات السابقة، كما أن الابتكار والأفكار المبدعة من أسباب الرئيسية لقيام هذه المؤسسات، يكون ذلك من خلال تأهيل رأس مال البشري في مجال البحث والتطوير والابتكار خاصة في مجال التكنولوجيا، وهو ما يساهم بشكل كبير في بناء اقتصاد معرفي في الجزائر.

الكلمات الدالة: المؤسسات الناشئة، اقتصاد المعرفة، التمويل، الابتكار، الجزائر.

ABSTRACT

This study aims to take an overview of a series of previous studies on the topic of emerging institutions and to learn about the conceptual framework of both emerging institutions and the knowledge economy, as well as the extent to which emerging institutions contribute to building Algeria's knowledge economy. The descriptive and analytical curriculum was used.

One of the most important findings of this study is that Algeria's emerging institutions are experiencing many challenges that limit their sustainability, growth and development, including technical underdevelopment in technology. innovation and innovative ideas are key reasons for these institutions' development. s capital in R & amp; D and innovation, especially in the field of technology, This contributes significantly to the building of Algeria's knowledge economy.

Keywords: emerging institutions, knowledge economy, finance, innovation, Algeria.

1. المقدمة

تلعب المؤسسات الناشئة دورا مهما في النشاط الاقتصادي سواءا بالنسبة للدول المتقدمة أو الناشئة على حد سواء، إذ أن هذه المؤسسات هي أسلوب مبتكر من أجل تشجيع الولوج للأسواق، متحملة بذلك المخاطر الناجمة لتحقيق الأرباح، كما تعمل هذه المؤسسات على تشجيع الاستثمارات الأجنبية واستقطاب العملات الصعبة وتشجيع الإنتاج والابتكار، وهي تعتبر من أدوات التنمية المستدامة وإعادة توزيع الدخل، وهو ما يعكس دورها في عملية دعم الاقتصاد الوطني من خلال هذه الجوانب التي تصب جميعها في مصلحة الاقتصاد العام لدولة.

يقوم اقتصاد المعرفة على الاستخدام الواسع للمعلوماتية وشبكات الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي، حيث يركز على المعرفة والإبداع والتطور التكنولوجي، وهو يعني التركيز على المعلومات والمعرفة ومراكز التعليم والبحث بدل التركيز على المواد الأولية والمعدات الرأسمالية.

إشكالية الدراسة:

تعرف المؤسسات الناشئة في الجزائر العديد من التحديات والعراقيل بالرغم من الاستراتيجيات التي تتبعها الجزائر لدعمها، تحاول هذه الورقة البحثية التعرف على كيفية مساهمة هذه المؤسسات في بناء اقتصاد المعرفة في الجزائر، من هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية التالية: ما مدى تساهم المؤسسات الناشئة في بناء اقتصاد المعرفة في الجزائر؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى مساهمة الابتكار في قيام المؤسسات الناشئة؟
- ما مدى مساهمة الفكرة المبدعة في قيام المؤسسات الناشئة؟
- ما مدى تأثير التخلف التقني في فشل أو نجاح المؤسسات الناشئة؟

فرضيات الدراسة:

- يساهم الابتكار بشكل كبير في قيام المؤسسات الناشئة؛
- الفكرة المبدعة تساهم بشكل ضعيف في قيام المؤسسات الناشئة؛
- التخلف التقني وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية يَأثر بشكل كبير في فشل المؤسسات الناشئة في الجزائر.

أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية هذه الدراسة في الوقوف على واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر، ومدى مساهمتها في بناء اقتصاد المعرفة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على:

- إلقاء نظرة على الدراسات السابقة حول المؤسسات الناشئة؛
- التعرف على المفاهيم المتعلقة بكل من المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة؛
- التعرف على واقع المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة في الجزائر.

المنهج المستخدم:

بغية تحقيق هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي لتحديد الإطار النظري للمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، والمنهج التحليلي من خلال عرض مؤشرات المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة وتحليلها تحليلًا اقتصاديًا.

2. الدراسات السابقة

- دراسة بوالشعور شريفة، (2018)، تحت عنوان " دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups، دراسة حالة الجزائر"، تهدف هذه الدراسة لتحديد دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة، وذلك من خلال عرض مفاهيم عامة حولها ومعرفة دور حاضنات الأعمال في دعم وتطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر، من أهم نتائج هذه الدراسة هي أن فكرة حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة في البلدان النامية بما فيها الجزائر تواجه عددا من التحديات تتعلق بالاستدامة والابداع، إذ لا تزال بعيدة عن مراحل متقدمة بلغتها بعض الدول لذا يتعين إيلاء الاهتمام للتحديات التي تواجه حاضنات الأعمال في سعيها لدعم الشركات الناشئة Startups؛

- دراسة Wesley L. Harris and Jarunee Wonglimpiyarat، (2019)، تحت عنوان « Start-Up Accelerators and Crowdfunding to Drive Innovation Development » تهدف هذه الدراسة إلى دراسة آليات مسرعات الشركات الناشئة والتمويل الجماعي لدعم تنمية ريادة الأعمال في تايلاند على وجه الخصوص، تستكشف الدراسة برامج التسريع الرئيسية لدعم تسويق الابتكار البيئي المبتدئ، من أهم النتائج التي توصلت لها هذه

الدراسة هي ضعف نظام الحزون الثلاثي: التفاعلات بين الجامعات والصناعة والحكومة ليست قوية بما يكفي لدفع التسويق الفعال للتكنولوجيا؛

- دراسة Egi Endeska and all (2019)، تحت عنوان « Startup Learning path (SLP) : A learning model for startup employees using agile learning approach ». تهدف هذه الدراسة إلى إقتراح نموذج تعليمي يسمى مسار تعلم بدء التشغيل (SLP)، مصمم باستخدام منهجية رشيقة ليكون بديلا يمكن استخدامه من قبل الشركة الناشئة لديها موارد محدودة لتحقيق الرؤية والرسالة. من أهم النتائج هي أن أحد عوامل الفشل في تطوير بدء التشغيل مرتبط بمستوى كفاءة الموارد البشرية الذين يجدون صعوبة في متابعة التطور التكنولوجي السريع، وأن الشركة غير قادرة على المنافسة إذا لم يكن لدى الموظفين القدرة على المنافسة؛

- دراسة Suroso, J.S and all (2020). تحت عنوان « Business process management for startup in indonesia ». تهدف هذه الدراسة إلى إظهار نموذج قياسي يمكن أن تستخدمه الشركات الناشئة لتوقع الإخفاقات المستقبلية. والطريقة المستخدمة في بناء هذا النموذج هي تطبيق المفهوم الأساسي لنموذج عملية الأعمال (BPM) الذي يتكيف مع مناخ تطوير الشركات الناشئة. من أهم النتائج أن هذا النموذج سيتم استخدامه كمرجع للشركات الناشئة الأخرى لمواجهة تحديات فشل الشركات الناشئة؛

- دراسة Petra kinga Kézai and all (2020)، تحت عنوان « Smart Economy and Startup Enterprises in the Visegrad countries- A comparative analysis based on the crunchbase database ». تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مفهوم الاقتصاد الذكي من خلال المدينة الذكية، كما تركز على الشركات الناشئة الذكية والإبداعية ضمن نموذج المدينة الذكية، كما يبحث البحث في المدن متوسطة الحجم في Visegrad (جمهورية التشيك وسلوفاكيا وبولندا والمجر) والتي هي في نفس الوقت مراكز بدء تشغيل المدن الذكية، من أهم نتائج هذه الدراسة أنه لا توجد مدن في Visegrad بمستوى أعلى من المتوسط من وجود الشركات الناشئة والمدن الذكية؛

- دراسة Antonio ghezzi and all ، (2020) ، « Opening up to startup ، collaboration : open business models and value co-creation in SMEs »

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيف يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) تنفيذ نموذج عمل مفتوح ومشارك في الإبداع من خلال التعاون النشط مع الشركات الناشئة، حيث تم إجراء دراسة حالة فردية تتعلق بالتحقيق في تعاون بين شركة صغيرة ومتوسطة وشركة ناشئة. من أهم نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن عملية ابتكار نموذج الأعمال تمثل بداية ضرورية لنموذج عمل مفتوح؛

- دراسة بسويح منى و آخرون، (2020)، تحت عنوان " واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر"، تهدف هذه الدراسة إلى معالجة واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر في ظل أهم الاجراءات والمبادرات التي تسعى إليها السلطات العمومية خلال السنوات الأخيرة، حيث تسلط هذه الدراسة الضوء على الإطار النظري للمؤسسات الناشئة وواقعها في الجزائر مع ذكر أهم الإجراءات المتخذة في سبيل دعمها بالإضافة إلى التحديات التي تواجهها، من أهم نتائج هذه الدراسة تعد تجربة الجزائر في تطبيق المؤسسات الناشئة تجربة حديثة خاصة للعراقيل التي شهدها الاقتصاد الجزائري في الآونة الأخيرة خاصة في الجانب المؤسسي؛

- دراسة علاء الدين بوضياف، (2020)، تحت عنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الإبداع لدى المؤسسات الناشئة مع الإشارة إلى تجربة الجزائر"، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الرئيسي الذي أصبحت تلعبه المؤسسات الناشئة في الاقتصاديات المعاصرة، والمتطلبات المتعلقة بها من بنية تحتية تكنولوجية خصوصا مجال الاتصال والمعلومات وأماكن الاحتضان لهذه المؤسسات. وذلك من خلال تبين البنية التحتية للاتصالات في الجزائر، والتعريف بحاضنات الأعمال. من أهم نتائج هذه الدراسة وجوب أن تكون هنالك بنية تحتية من أجل توفير المناخ الملائم لبعد الإبداع، حيث تم توفير عدد من آليات الدعم في مختلف البلدان، ولعل من أبرز هذه الآليات حاضنات الأعمال، وتقوم هذه الأخيرة بتقديم التسهيلات والمساعدات اللازمة لإنشاء المؤسسات الناشئة، خصوصا القائمة على المبادرات التكنولوجية إلى أن تصبح قادرة على المنافسة في المحيط الخارجي؛

- دراسة نجاته جعدالي، (2020)، تحت عنوان "دور المؤسسات الناشئة Start ups في دعم تنافسية المؤسسات الصناعية الجزائرية دراسة حالة حاضنة أعمال جامعة المسيلة"، تهدف هذه الدراسة إلى الربط بين المتغير المستقل المؤسسات الناشئة بالمتغير التابع تنافسية المؤسسات الصناعية من خلال دراسة ميدانية بحاضنة أعمال جامعة المسيلة والتي تم إجراء فيها مقابلة شخصية مع مديرها. من أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة هي أن هناك دور للمؤسسات الناشئة في دعم تنافسية المؤسسات الصناعية الجزائرية؛

- دراسة Jun li and all، (2021)، تحت عنوان « The impact of regional culture on the psychological characteristics, startup behaviors and regional economy of modern chinese business gangs ». تهدف هذه الدراسة إلى تلخيص الاختلافات في التنمية الاقتصادية في مختلف المناطق من خلال تحليل البيانات الاقتصادية للمحافظات التي توجد بها عصابات الأعمال الحديثة. تستنتج هذه الدراسة أن الثقافة الإقليمية لها تأثير كبير على تطوير عصابات الأعمال الحديثة والاقتصاد الإقليمي، وأنه من الضروري إفساح المجال كاملاً لمزايا الثقافة الإقليمية وتعزيز تنمية عالية الجودة لعصابات الأعمال الحديثة والاقتصاد الإقليمي؛

- دراسة Bei Han، (2021)، تحت عنوان « The impact of foreign venture capital intervention on venture capital innovation of startup entrepreneurs using propensity score matching model ». تهدف هذه الدراسة إلى تحليل خصائص رأس مال المخاطر والشركات الناشئة، باستخدام نموذج PSM لتحليل ابتكار رأس مال المخاطر في المؤسسات، من أهم نتائج الدراسة الفرق في المتوسط القياسي قريب من 0 والذي يتوافق مع اختبار التوازن، تدخل رأس المال المخاطر له تأثير إيجابي كبير على NIPA و NUMPA ولكن ليس له تأثير إيجابي كبير على تطبيقات براءات الاختراع NDPA، كما توضح النتائج أن تقييم المشاركة في رأس المال الأجنبي على أساس PSM يمكن أن يكون مؤشراً جيداً على أداء الشركات؛

- دراسة Benedatta Montanaro and all، (2021)، تحت عنوان « Determinants of the exit value in European venture capital-backed

« technology startups ». تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير بدائل خروج مختلفة، ووجود المستثمرين ورأس المال البشري للمؤسسين على قيمة خروج الشركات الناشئة ذات التقنية العالية المدعومة برأس المال المخاطر الأروبي (VC)، حيث تم اعتماد التحليل التجريبي على عينة من 107 شركة أوروبية حصلت على خروج من خلا الاندماج والاستحواذ أو الاكتتاب العام الأولي (2010-2017) بدعم من مستثمري رأس مال المخاطر. من أهم نتائج هذه الدراسة عدم تجانس رأس المال البشري للمؤسسين يؤثر على قيمة خروج الشركات الناشئة المدعومة من رأس المال المخاطر الأروبي، استراتيجيات الخروج في الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا ضرورية لاستثمار جهود المستثمرين وإعادة استثمار الأموال في مشاريع جديدة؛

- دراسة رضاني مروى وبوقرة كريمة، (2021)، تحت عنوان " تحديات المؤسسات الناشئة- نماذج لشركات ناشئة لشركات ناجحة-"، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم أهم المفاهيم الأساسية حول المؤسسات الناشئة والتجارب العربية الناجحة في تجسيدها، ومن ثم التطرق إلى واقعها في الجزائر، من أهم نتائج هذه الدراسة أن المؤسسات الناشئة أصبحت أحد ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمساهمتها في امتصاص البطالة وتحقيق القيمة المضافة، حققت العديد من الشركات الناشئة العربية إنجازات أهلتها للحصول على جولات تمويلية كبرى، بالنسبة للجزائر بالرغم من وجود بعض المبادرات في إنشاء المؤسسات الناشئة إلا أنه ولحد الآن لا توجد تجربة رائدة ناجحة، كما أن أغلب المؤسسات الناشئة مازالت تواجه العديد من الصعوبات ومشاكل لعدم قدرتها على مواكبة متطلبات وتغيرات السوق وقلة الخبرة في التسيير؛

- دراسة خضرة عراب صديقي، (2021)، تحت عنوان " دور الدولة في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر الجديدة - دراسة في قرار انشاء صندوق تمويل المؤسسات الناشئة-"، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة دور الجزائر الجديدة في دعم المؤسسات الناشئة، وذلك بتسليط الضوء على قرار الحكومة في إنشاء صندوق تمويل المؤسسات الناشئة، وتحليل أهمية هذا القرار في دعم المؤسسات الناشئة. من أهم نتائج هذه الدراسة أن إنشاء صندوق خاص لتمويل المؤسسات الناشئة بالجزائر، يؤدي إلى رفع العديد من العراقيل البيروقراطية عن هذه المؤسسات، ويسهل إجراءات إنشائها مما يمكنها من لعب دور أساسي في تعزيز الاقتصاد الوطني؛

- دراسة فتيحة نعار، (2021)، تحت عنوان " تمويل المؤسسات الناشئة في القانون الجزائري"، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى اهتمام المشرع الجزائري بتكريس تمويل حقيقي للمؤسسات الناشئة، وذلك من خلال دراسة مختلف الهيئات الممولة لهذه المؤسسات التي تسعى إلى مساعدتها في توفير احتياجاتها المالية والتقليل من المشاكل التي تواجهها في هذا المجال والآثار المترتبة عن تمويلها، من أهم نتائج هذه الدراسة أن الجزائر قد تخطت خطوة جريئة في مجال اتخاذ مجموعة من الإصلاحات في ما يتعلق بالمناخ الاستثماري بصفة عامة وما يتعلق بالمؤسسات الناشئة بالخصوص، إلا أنه يجب أن يتبع هذه الخطوة الجريئة تفعيل في الميدان من عدة زوايا؛

- دراسة وسيلة بن فاضل، (2021)، تحت عنوان " آليات تطوير قطاع المؤسسات الناشئة في الجزائر - دراسة تحليلية-، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على خصائص المؤسسات الناشئة في الجزائر ومختلف العراقيل التي تواجهها، و تحديد مدى جاهزية الجزائر لتبني قطاع المؤسسات الناشئة، و التعرف على مختلف السبل التي من شأنها الرفع من قطاع المؤسسات الناشئة بالجزائر، وذلك من خلال تقديم وصف دقيق للأبعاد الجزئية المختلفة للدراسة، وصف حالة الجزائر، وتحليل وضع الجزائر وتقييم أدائها بالنسبة لمجموعة من المؤشرات لقياس جاهزية النظام الأيكولوجي. من أهم نتائج هذه الدراسة تعاني المؤسسات الناشئة بالجزائر من عراقيل يترأسها نقص التمويل، تعاني الجزائر من محدودية وضعف السوق المالي بالخصوص ذلك الموجه لقطاع المؤسسات الناشئة، يعاني النظام الأيكولوجي للمؤسسات الناشئة من عدة نقائص تجعله غير مؤهل حاليا لتبني وتطوير قطاع مؤسسات ناشئة قوي؛

- دراسة حسين يوسف و صديق إسماعيل، (2021)، " دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر"، تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بالمؤسسات الناشئة في الجزائر وعرض أهم خصائصها وما يميزها عن المؤسسات التقليدية، إضافة إلى أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة في الجزائر من خلال دراسة ميدانية لسنة مؤسسات ناشئة بولاية تلمسان، من أهم النتائج المتوصل إليها أن أكثر ما يميز المؤسسات الناشئة عن غيرها هو الابتكار والنمو وهي معرضة للفشل أكثر من مرة، أكثر عقبة بطريق المبتكر لتجسيد مؤسسته الناشئة يتمثل في خوفه من سرقة أفكاره ويلبها مشكل التمويل وأكثر ما يساهم بفشل

المؤسسة الناشئة انغماس المقاول بفكرته وتطويرها بدون التأكد من وجود سوق أو خلقه لسوق جديد؛

- دراسة (Won Young chung and all، (2022)، تحت عنوان « From whom should ICT startups raise capital ? The effect of ownership structure on efficiency in new ICT startups». تقوم هذه الدراسة بتقسيم الشركات الناشئة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى ستة مجموعات وفقا لهيكل الملكية ثم تقدر هذه الدراسة الكفاءة الفنية لكل مجموعة باستخدام التحليل العشوائي للحدود وتقارن الكفاءات الفنية باستخدام التحليل الفوقي، من أهم نتائج هذه الدراسة أن الشركات الناشئة كانت أكثر كفاءة عندما تم تمويلها من قبل الرؤساء التنفيذيين وعائلاتهم أو أقاربهم، وكانت في المرتبة الثانية من حيث الكفاءة عندما كانت ممولة من قبل الرؤساء التنفيذيين والمستثمرين الخارجيين؛

- دراسة بن عيادة جلييلة، (2022)، تحت عنوان " دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية"، تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مفهوم المؤسسة الناشئة مع تحديد الآليات التي تساهم في دعم المؤسسة الناشئة من أجل الاستثمار وتنوع الاقتصاد، من خلال تحليل بعض النصوص القانونية ذات الصلة بالمؤسسات الناشئة لتبيان أهمية الإطار القانوني لنجاح المؤسسات الناشئة، من أهم النتائج المتوصل إليها تعتبر المؤسسة الناشئة عامل لنجاح الحياة الاقتصادية فمتى وجدت أفضل طرق الدعم فإنه يمكنها تقديم إضافات في تطوير الاقتصاد وإخراجه من الاعتماد على مصدر واحد للدخل وهو المحروقات إلى تعدد وتنوع المصادر، مما سيؤدي إلى التطوير السريع ورفع الإنتاجية والقدرة على المنافسة؛

- دراسة نادية ليتيم، (2022)، تحت عنوان " المؤسسات الناشئة: دراسة في مقومات النجاح"، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة مختلف المقومات المؤدية إلى نجاح تجربة المؤسسات الناشئة، وتحولها من مجرد مؤسسات يافعة إلى مؤسسات كبرى لها وزنها وثقلها في عملية التنمية الاقتصادية. وذلك من خلال التعرف على المقومات الخاصة بمسيري الشركات الناشئة. من أهم نتائج هذه الدراسة أن الابداع والابتكار من أهم مقومات الشركات الناشئة، فاستمرارها في النمو وتوسيع أسواقها والصمود أمام المنافسة، لا يمكن أن يكون إلا عن طريق الإبداع والتجديد والأصالة، في إيجاد منتجات جديدة مختلفة عما يقدمه المنافسون.

3. الإطار النظري للمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة

تعددت المفاهيم المتعلقة بكل من المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، وهذا بسبب اختلاف الباحثين في وضع تعاريف لكل من المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة.

1.3 ماهية المؤسسات الناشئة

تحتل المؤسسات الناشئة مكانة هامة في النشاط الاقتصادي، وهذا لقدرتها على الابتكار وخلق المعرفة وعليه تحقيق النمو الاقتصادي.

1.1.3 مفهوم المؤسسات الناشئة.

تعرف المؤسسات الناشئة start up اصطلاحا حسب القاموس الانجليزي: على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة start-up تتكون من جزأين (start) وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و (up) وهو ما يشير لفكرة النمو القوي (حسين يوسف و صديقي إسماعيل، 2020، صفحة 70)

عرفت المؤسسات الناشئة على أنها " كل مؤسسة شابة وديناميكية مبنية على التكنولوجيا والابتكار والذي يحاول مؤسسها الاستفادة من تطوير منتج أو خدمة غير معروفة من أجل إنشاء أسواق جديدة). " مزيان أمينة و عماروش خديجة إيمان، 2020، (صفحة 31) عرفها Ferré بأنها تعتبر كمرحلة أولية لتكوين المشروع، و يفترض أن تكون مؤسسة تمتهن النمو، من خلال تعريف يمكن استنتاج أن المؤسسات الناشئة ما هي إلا مرحلة مؤقتة وهي مرحلة مبدئية للمشروع (Ferré, 2000, p. 9).

أما Eric Ries فقد عرف المؤسسات الناشئة في كتابه "The Lean Startup" هي كيان بشري صممت لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة (Eric Ries, 2011, p. 37)

وعليه يمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسات غالبا ما تكون حديثة الإنشاء تعمل على ترقية فكرة إبداعية، وهي في طور النمو والبحث عن الأسواق، كما أنه يتم تمويلها من متعاملين اقتصاديين كالبنوك والمؤسسات الرائدة والهيئات الحكومية الداعمة.

2.1.3 مميزات المؤسسات الناشئة.

للمؤسسات الناشئة مجموعة من المميزات تميزها عن المؤسسات التقليدية بسبب طبيعتها الإبداعية و الجمع بين النسيج الإقتصادي وروح الصرامة وثقافة المخاطرة، يمكن تلخيص هذه المميزات في مايلي (:بن عيادة جليلة، 2022، الصفحات 160-161)

- 1- المؤسسات الناشئة هي مؤسسات حديثة تؤسس من قبل رواد الأعمال، بهدف تطوير منتج أو خدمة مميزة لإطلاقها في السوق؛
- 2- شركات شابة يافعة، قائمة على المخاطر والابتكار، إذ أن هذا الأخير قد يكون ابتكار تكنولوجي عالي المخاطر، لذلك الرائد يسعى إلى إدارتها بشكل فعال لتعظيم فرص النجاح والعوائد، وعليه هذه الشركات إما تتطور وتحقق نجاح أو تخسر وتغلق أبوابها؛
- 3- الشركات الناشئة هي شركات تتمتع بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة (زيادة الإنتاج والمبيعات دون زيادة التكاليف ونمو هامش الربح) وهذا ما يساعدها على النمو السريع وتوليد إيراد أسرع، فهي مصممة لتنمو بسرعة حالما تعثر على نموذج عملها التجاري الأنسب؛
- 4- اعتمادها بشكل كبير ورئيسي على التكنولوجيا، لأنها قائمة على فكرة ابداعية تساعد على النمو السريع في السوق وزيادة الأرباح؛
- 5- الشركات الناشئة شركات تتطلب تكاليف منخفضة مقارنة بالأرباح التي تحققها؛
- 6- شركات جديدة لم يسبق لها أن كانت موجودة من قبل؛
- 7- الشركات الناشئة شركات مستقلة غير تابعة لأي شركة موجودة من قبلن أي أنها تقوم من الصفر وتعتمد على نفسها في التأسيس.

3.1.3 شروط قيام المؤسسات الناشئة.

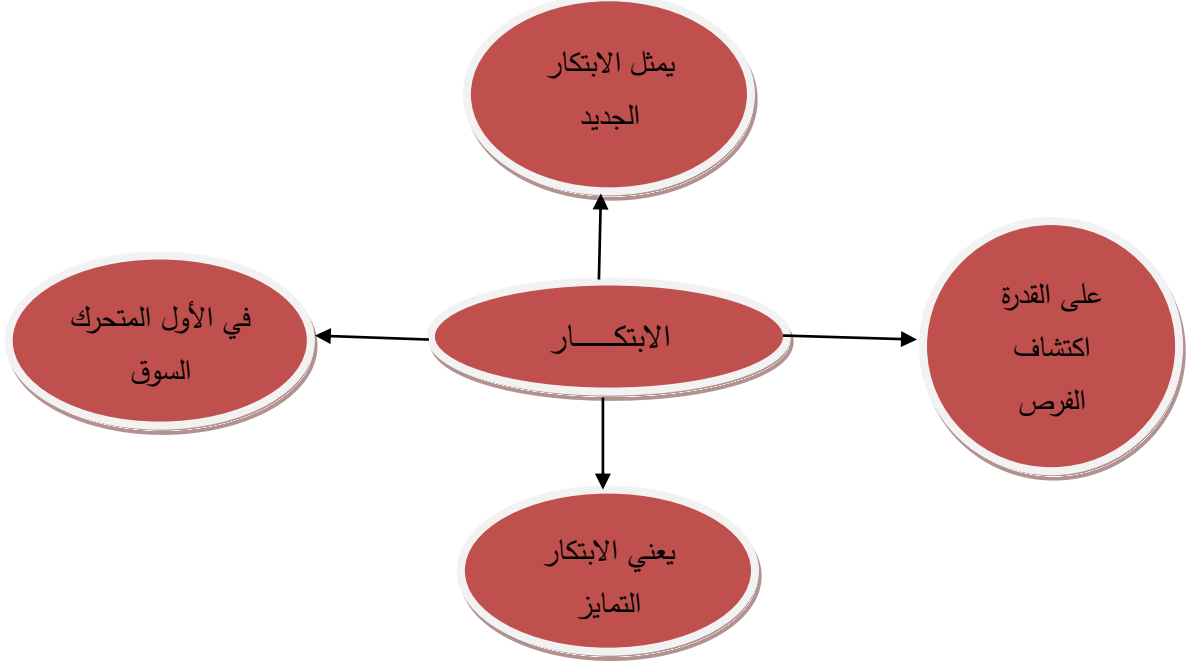
يتأثر الاقتصاد كثيرا بالابتكار وهو ما يحقق قيمة اقتصادية كبيرة وضمان فرص العمل والنمو، وهذا كون العالم قد شهد سرعة كبيرة في التقدم التكنولوجي والابتكار والاختراع. يمكن تلخيص هذه الشروط التي هي تساعد هذه المؤسسات على النجاح في ما يلي:

- **الابتكار (Innovation):** وهو كل فكرة أو ممارسة و تعبير جديدة بالنسبة للفرد يتبناها، وعليه التركيز ليس على درجة اختلاف الفكرة عن الأفكار الأخرى، وإنما التركيز على درجة تبنيها. نظرا للميزة التنافسية القوية التي تشهدها بيئة الأعمال الحالية، أصبحت هذه المؤسسات تتبنى استراتيجيات قائمة على الابتكار، وهذا لأن هذا الأخير لا يتوقف عند عتبة الفكرة الجديدة بل ذهب إلى تحقيق أهداف المؤسسة في السوق. (محمد

الصيرفي، 2003، صفحة 12)

وعليه فإن الابتكار يتصف بعدة خصائص يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

الشكل 01: خصائص الابتكار.



المصدر: (صباح ترغيني، 2018، الصفحات 5-6)

نظرا لاقتناع المؤسسات بأن الابتكار هو الآلية الوحيدة التي تسمح للمؤسسة بالنمو والتطور والبقاء في السوق، أصبحت تتسارع لتحسين المنتجات أو إدخال منتجات جديدة. وعليه فإن

أهداف الابتكار هي: (هشام بروال وجهاد خلود، 2017، صفحة 21)

- تحسين جودة الانتاج؛
- تميز المؤسسة من حيث التنافس الوقت وذلك من خلال تقليل الفترة بين تقديم منتج وآخر؛
- تقديم ابتكار يسمح لها باحتكار جزئي ومؤقت للسوق؛
- خلق وتعزيز صورة جيدة عن المؤسسة لدى العملاء.

وعليه على المؤسسة الناشئة الدخول للسوق بأفكار ابتكارية تعتمد على التكنولوجيا، ويكون ذلك في المنتج أو العمليات التسويقية أو نظام التوزيع والاتصال التسويقي، الهيكل التنظيمي أو التوليفة بين العناصر المذكورة.

• **البيئة القانونية:** من بين المصادر الرئيسية التي تهيئ البيئة المستديمة لنجاح المؤسسات هي التشريعات والقوانين، وهذا لأن هذه الأخيرة تعد محفزة لأنشطة المؤسسة والاقتصاد المعرفي في العالم المتقدم، وذلك لاتخاذها شكل أدوات تشريعية أكثر بساطة ومرونة من القوانين التقليدية.

حتى تكون مؤسسة ناشئة تتولى اللجنة الوطنية هاته المهمة وهذا حسب ما نصت عليه المادة 2 من المرسوم التنفيذي 254/20 المؤرخ في 15/09/2020 المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و " مشروع مبتكر" و "حاضنة أعمال" وتحديد مهامها وسيرها، ولأجل ذلك يجب أن تحترم المؤسسة المعايير الآتية وفق المادة 11 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر:

- 1- ألا يتجاوز عمر المؤسسة ثماني (8) سنوات؛
- 2- أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة؛
- 3- يجب ألا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية؛
- 4- أن يكون رأسمال الشركة مملوكا بنسبة 50 % على الأقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة " مؤسسة ناشئة "؛
- 5- أن تكون إمكانيات نم المؤسسة كبيرة بما فيه الكفاية؛
- 6- يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عامل.

وبهذا تمنح علامة " المؤسسة الناشئة " للمؤسسة لمدة أربع سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة حسب الأشكال نفسها وفقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي 20 /254). المرسوم التنفيذي (2020،254 /20)

• **التمويل:** عادة يكون تمويل المؤسسات الناشئة من متعاملين اقتصاديين كالبنوك، المؤسسات الرائدة والهيئات الحكومية الداعمة.

ويعتبر موضوع تمويل المؤسسات من المشاكل التي تواجهها، ولهذا تم تطوير وتنويع مصادر التمويل تتماشى مع الحاجات التمويلية، وهذا ما أدى إلى ظهور أنماط جديدة تختلف عن الأنماط التمويلية التقليدية وهي :

1- صندوق تمويل المؤسسات الناشئة: تم إنشاؤه في الجزائر يعتمد على آلية تمويل قائمة على الاستثمار في رؤوس الأموال وليس على ميكانيزمات التمويل التقليدية المختلفة القائمة على القروض، يتم تمويل الصندوق من طرف الدولة ويبقى مفتوحا على القطاع الخاص وكذا الشركات الأجنبية الراغبة في المساهمة المالية؛(علي همال، 2005، صفحة 5)

2- عن طريق استغلال حقوق الملكية الفكرية: مع دخولها حيز التنفيذ في معظم بلدان العالم ومع تزايد حدة المنافسة نتيجة العولمة، تم وضع الآليات اللازمة لحماية الابتكارات من استغلالها من طرف الغير دون ترخيص؛

3- رأس مال المخاطر آلية لتمويل المشاريع الناشئة: وهو يمثل الأموال الخاصة دون اللجوء إلى البنوك أو السوق رأس المال وذلك لعدم منطقية توجه منشأة حديثة للاكتتاب العام، حسب Baattini فإن خصائص مصادر الأموال الأكثر ملائمة لهذا النوع من المشاريع تتمثل في:

✓ تحمل أخطار المنشأة؛

✓ البقاء لفترة طويلة وكافية تحت تصرف المنشأة؛

✓ تمنح من دون ضمانات؛

✓ لا تطالب بتوزيعات أو تسديدات آنية، بل تكون التوزيعات فقط على حال

النجاح وتحقيق الأرباح. (محمد سبتي، 2009، صفحة 81)

• **البنوك**: تعد علاقة المؤسسات الناشئة بالبنك علاقة دائمة وهذا لحاجتها الدائمة للأموال، وعليه المؤسسة تحصل على الخدمة والبنك يحصل على مكافأة لقاء الخدمة المقدمة. (مصطفى بورنان و علي صولي، 2020، صفحة 142) لا تستطيع المؤسسة أداء دورها وتحقيق أهدافها دون وجود مؤسسات اقتصادية، كما تزداد أهمية التمويل البنكي لسد الاحتياجات التمويلية لمؤسسات لعدم تمكنها من الحصول على الأموال اللازمة،

غير أن هذا التمويل تقليدي ويتطلب ضمانات عينية وشخصية. (عبد الجليل بوداح،

2002، صفحة 119)

4.1.3 أنواع المؤسسات الناشئة ودورة حياتها

أولاً: أنواع المؤسسات الناشئة:

أخذت المؤسسات الناشئة عدة أشكال مختلفة نتيجة للتطورات الهائلة في عالم التكنولوجيا،

تتمثل في :

الشكل 02 : أنواع المؤسسات الناشئة.

أنواع المؤسسات الناشئة				
شركات الأعمال الصغيرة	المؤسسات الناشئة المرتبطة بنمط الحياة	المؤسسات الناشئة القابلة للبيع	المؤسسات الناشئة بهدف مجتمعي	المؤسسات الناشئة القابلة للتطوير
وهي تخص أصحاب الحرف والمهن الحرة، حيث أنهم يسعون إلى تحقيق دخل بسيط يمكنهم من عيش حياة كريمة	وهي تتعلق بشغف مؤسسها، حيث يتم إنشاؤها حسب ميولاتهم واهتماماتهم، كإنشاء مركز خاص لتعليم عزف الموسيقى بالنسبة لمحبي الموسيقى.	تؤسس بغرض بيعها لاحقاً من خلال الحصول على أفضل العروض، وهو نوع من الاستثمار في الأفكار وكمثال على ذلك شركة انستغرام.	تقدم خدمات اجتماعية مختلفة، بهدف جعل العالم أفضل، وعليه فهي لا تسعى إلى تحقيق الأرباح في المقام الأول.	أصحابها مقتنعون بأنهم يعملون على إيصال فكرة معينة للعالم ، ولهم مساهمة في جعل العالم أفضل من خلال أعمالهم

(المصدر) :سمير منصف و جدلي شرفي، 2020 ، صفحة 74)

ثانياً: دورة حياة المؤسسات الناشئة:

تعرف المؤسسات الناشئة تذبذب شديد وتمر بمراحل صعبة قبل وصولها للقمة، والمنحى التالي

يوضح ذلك:

الشكل 02 : منحى المؤسسة الناشئة Startup



المصدر :Paul Graham, startup happinesscurve, <http://t.co/P1FDc1MCUB>”<==Good graphic

وعليه من خلال الشكل أعلاه يمكن تلخيص مراحل المؤسسات الناشئة في الشكل التالي:

الشكل 03: مراحل المؤسسات الناشئة.

المرحلة الأولى

• تكون قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، يتم خلالها طرح نموذج أولي لفكرة ابداعية أو جديدة، وهنا يتم التعمق في الفكرة ودراستها جيدا، إضافة إلى دراسة السوق وأذواق وسلوك المستهلك للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها، البحث أيضا عن مصادر لتمويلها، والحصول على المساعدات الحكومية.

المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق

• يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، من الصعوبات التي تواجه المؤسس هي إيجاد من يتبنى هذه الفكرة على أرض الواقع و يمولها ماديا، وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف بـ FFF (friends, family, fools أي يحصل على تمويل من العائلة والأصدقاء أو من المستعدين للمغامرة بأموالهم، في هذه المرحلة يحتاج المنتج لكثير من الترويج كما يكون السعر مرتفع، ويبدأ الاعلام بالدعاية للمنتج.

المرحلة الثالثة: مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو

• يكون هنالك حماس مرتفع بسبب بلوغ المنتج الذروة من خلال انتشار العرض، هنا يمكن للنشاط أن يتوسع إلى خارج مبتكريه الأوائل، مما يؤدي إلى تزايد عدد المعارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أنتدفع المنحنى نحو التراجع.

المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي

• رغم استمرار تمويل المشروع من قبل المستثمرين المغامرين إلا أنه يستمر في التراجع حتى يبلغ مرحلة وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة مع الانخفاض الشديد لمعدلات النمو.

المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر

• يتم الاستمرار في إدخال تعديلات على المنتج وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ المؤسسة في النهوض من جديد، إضافة إلى إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق واسع.

المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع

• خروج المنتج من مرحلة التجربة و الاختبار، حيث يتم تطويره بشكل نهائي وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ المؤسسة في النمو المستمر مما يجعل المنحنى في ارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى 30 % من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة تحقيق الأرباح الضخمة.

المصدر :من إعداد الباحثين، اعتمادا على

Paul Graham, startup happiness curve, <http://t.co/P1FDc1MCUB>”<==Good graphic

2.3 اقتصاد المعرفة.

أصبح اقتصاد القرن الواحد والعشرين يتميز بالأهمية النسبية للأنشطة كثيفة استخدام المعرفة في إنتاج السلع والخدمات، وهو ما يساعد على تسارع الابتكار والتطور التقني وهو ما يعرف باقتصاد المعرفة.

1.2.3 مفهوم اقتصاد المعرفة.

يعرف اقتصاد المعرفة وفقا للاقتصادي فيرتز ماكلوب "الاقتصاد المبني على المعرفة الذي تفوق فيه أعداد العمالة في القطاعات المنتجة للمعرفة أعداد العمالة في باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى" (Machlup, F, 1962)

كما عرفه الاقتصادي مارك بورات على أنه "اقتصاد تلعب فيه القطاعات المنتجة والمستخدمة للمعلومات دورا أساسيا في النمو الاقتصادي مقابل القطاعات التقليدية التي تعتمد أساسا على استخدام المواد الخام والطاقة في إنتاجه" (Porat marc U, Rubin, 1977)

كما عرفته منظمة التعاون والتنمية الأوروبية OECD على أنه "نوع من الاقتصاد القائم على الإنتاج والتوزيع واستخدام المعرفة"، وقد عرفه على نطاق واسع بأنه "اقتصاد يلعب إنتاج واستخدام المعرفة الدور الأساسي والمهم لتحقيق الرفاهية" ليلي بن ونيصة، 2014، صفحة (87)

يمكن تعريف اقتصاد المعرفة من خلال التعاريف السابقة على أنه اقتصاد يركز على إنتاج وإدارة المعرفة في إطار قيود اقتصادية، أو اقتصاد مبني على المعرفة.

كما أن اقتصاد المعرفة يتمتع بمجموعة من الخصائص تتمثل في (: أسماء بلعلمي، 2020، صفحة 111)

- اعتماد اقتصاد المعرفة على المعرفة وليس على الأرض ورأس المال؛

- الرقمية: فالوسائل التكنولوجية الحديثة قادرة على خزن ومعالجة وتنظيم المعلومات؛

- التطورات التقنية الجديدة: والتي تجعل تكلفة السلع تكاد تكون منعدمة؛

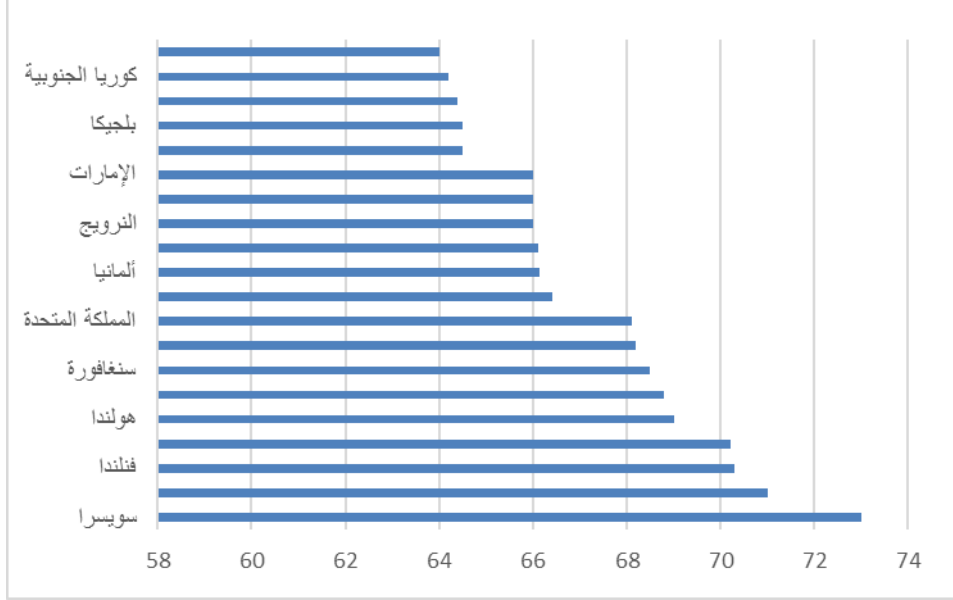
- الأسواق الجديدة: الموجودة على المواقع الالكترونية وسرعة تدفق المعلومات.

2.2.3 ترتيب دول العالم والدول العربية في اقتصاد المعرفة.

إستنادا على نتائج مؤشر اقتصاد المعرفة السنوي الذي أطلقه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في عام 2017، وتشارك فيه نحو 138 دولة حول العالم. يعطي المؤشر نظرة على أداء كل دولة من حيث بنيتها التحتية المعرفية، وتوجه صانعي السياسات، والباحثين، والمجتمع المدني، والقطاع الخاص

للتعاون في جوانب مختلفة من السياسات، لتعزيز المجتمعات القائمة على المعرفة وسد الفجوات المعرفية.

الشكل 05 : الدول العشرين التي تتصدر مؤشر المعرفة العالمي (2020)

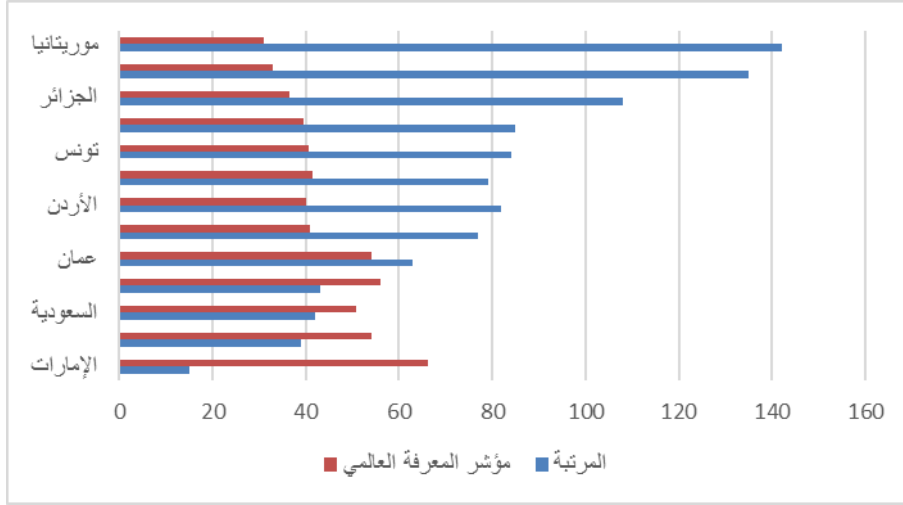


المصدر: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة، (2020 "مؤشر المعرفة العالمي "

تحتل سويسرا المركز الأول في مؤشر المعرفة العالمي 2020 من بين 138 دولة، نتيجة لأدائها المتميز من حيث البيئة التحتية المعرفية المكونة لنقاط القوة الداعمة لاقتصاد المعرفة التي تتميز بها بما يشمل:

- مستوى تدريب العاملين؛
- إتاحة خدمات التدريب المتخصص؛
- جودة مؤسسات البحث العلمي؛
- درجة تعقد العمليات الإنتاجية؛
- فعالية الحكومة.

الشكل 06: الدول العشرين التي تتصدر مؤشر المعرفة العالمي (2020)



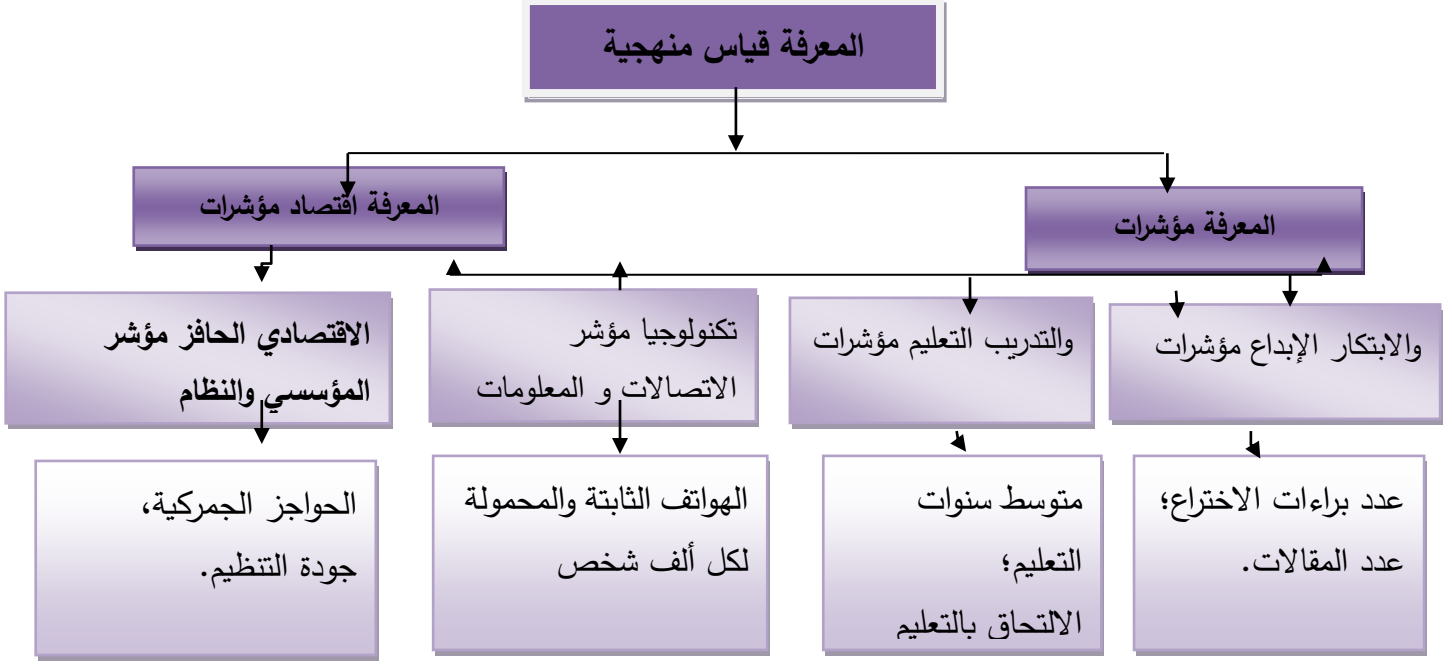
المصدر: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة، (2020 "مؤشر المعرفة العالمي "

من خلال الشكل أعلاه يمكن الوقوف على وضع الدول العربية في المؤشرات العالمية لإقتصاد المعرفة، حيث يتضح أن الإمارات تتصدر المرتبة الأولى عربيا في مؤشر المعرفة العالمي بقيمة للمؤشر بلغت 66 . 1 حيث احتلت المرتبة 15 عالميا، تليها قطر بنحو 54 . 2 نقطة بمرتبة 39 عالميا، ثم السعودية بحوالي 50 . 9 نقطة في المرتبة 42 عالميا.

3.2.3 مؤشرات اقتصاد المعرفة.

من أجل قياس مدى اندماج اقتصاد ما في اقتصاد المعرفة، تم وضع مؤشرات محددة لاقتصاد المعرفة من أجل ذلك، يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل 07 : منهجية البنك الدولي لقياس المعرفة.



(المصدر) : عبد المالك بلوافي، بن زيدي عبد اللطيف، 2021، (صفحة 166)

حسب الشكل أعلاه وحسب منهجية البنك الدولي فإن:

- **مؤشر المعرفة KI**: يتكون من ثلاث مؤشرات هي: الإبداع والابتكار، التعليم والتدريب، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث يسعى هذا المؤشر إلى قياس مدى قدرة الدولة على خلق المعرفة ونشرها؛
- **اقتصاد المعرفة KEI**: يتألف من المؤشرات الفرعية الثلاثة لمؤشر المعرفة بالإضافة إلى الحافز الاقتصادي والمؤسسي ويعني بقياس مدى جاهزية البلدان في الاعتماد على المعرفة كمحرك أساسي لنمو اقتصادها.

4. واقع المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة في الجزائر.

بلغ عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر 105 مؤسسة عام 2022، حيث كان عددها عام 2020 41 مؤسسة، وهذا يدل على الدولة الجزائرية اتبعت استراتيجيات شجعت على انشاء هذه المؤسسات، إلا أن عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر مقارنة بكل من مصر ونيجيريا وجنوب إفريقيا وكينيا فهي ضعيفة، وهذا بسبب تخلف الجزائر في إطلاق هذا النوع من المؤسسات خاصة في ظل التأخر التكنولوجي وضعف الإنفاق الحكومي على البحث العلمي والتطوير .

(<https://www.startupranking.com/countries>, s.d.)

1.4 المؤسسات الناشئة في الجزائر.

تخضع المؤسسات الناشئة في الجزائر إلى معايير حددها المشرع الجزائري وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 20 - 254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 ، وهي تتمثل في ما يلي:

- يجب أن لا تتجاوز عمر المؤسسة 8 سنوات؛
- يجب أن يعتمد نموذج أعمالها على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة، كما يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيه الكفاية؛
- يجب ألا يتجاوز رقم أعمالها السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية؛
- يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عامل، ويكون رأس مال الشركة مملوكا بنسبة 50% على الأقل.

1.1.4 عوامل نجاح مشروع قيام المؤسسات الناشئة في الجزائر.

- من أجل نجاح أي مؤسسة ناشئة توجد مجموعة من المتطلبات يمكن تلخيصها في ما يلي:
- في حالة فشل المؤسسة لا بد للدولة من أن تتحمل كافة المخاطر بعد تدقيق وضعيتها؛
 - منح إعفاءات ضريبية جديدة لفائدة المؤسسات الناشئة؛
 - التكيف مع التكنولوجيا الحديثة والتخصصات الدقيقة؛
 - الانفتاح على الأسواق الدولية.

ومن أجل ذلك فقد وضعت الدولة استراتيجية للتشجيع على إقامة المؤسسات الناشئة، تمثلت في إنشاء الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة وهي آلية من آليات التمويل التقليدية، تسمح بتسريع الاجراءات وتوفير الدعم المطلوب لانطلاق المؤسسة، يكون تمويلها من طرف الدولة عن طريق وزارة المؤسسات الناشئة و ستة بنوك عمومية، غير أنه يبقى مفتوحا على القطاع الخاص وكذا الشركات الأجنبية الراغبة في المساهمة فيه). مزيان أمينة وعماروش خديجة إيمان، 2020، (صفحة 44)

بالإضافة إلى الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، والتي أنشئت بغرض مرافقة الشباب ذوي المشاريع قصد إحداث أنشطة إنتاجية وخدماتية أو توسيعها، وهي تهدف إلى خلق مناصب عمل وخلق ثروة). آسيا بوعيني و سميحة كرومي، 2020، (صفحة 171)

2.4 اقتصاد المعرفة في الجزائر.

يعتبر مؤشر نمو تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر، من أهم المؤشرات التي تساعد على قياس اقتصاد المعرفة، حيث هذا المؤشر عرف تطورا من سنة 2007 حيث كان 2.47

نقطة إلى سنة 2017 حيث بلغ 4.67 نقطة، وهي تعد زيادة لا بأس بها، غير أنه يجب على الجزائر تكيف جهودها لتنمية هذا القطاع.

(<https://www.startupranking.com/countries>, s.d.)

من أجل تطوير مجال البحث والابتكار، عملت الجزائر على تبني استراتيجيات هادفة لتطوير رأس مال البشري، حيث وجدنا أنه في الفترة الممتدة من 2001 إلى 2017 نسبة الإنفاق من الناتج المحلي الإجمالي الجزائري قد عرف تحسنا كبيرا، حيث بلغت النسبة 0.55 % عام 2017، وهذا ما يؤكد أن الجزائر تقوم ببذل جهد لتحسين مخرجات نشاطات البحث والتطوير والابتكار إلا أن هذه الجهود لا تعد كافية. (منى بسويح وآخرون، 2020، صفحة 410) ومن أجل ذلك لا بد للجزائر من التحول نحو الرقمنة وبناء اقتصاد معرفة وذلك من خلال مايلي:

(خير الدين بوزرب، منير لواج، 2021، الصفحات 238-239)

✓ تعزيز البنية التحتية للاتصالات في الإدارات العامة؛

✓ تنمية البحث العلمي والابتكار وتنمية الموارد البشرية؛

ترقية الإطار القانوني الوطني وتطوير آليات وحواجز لوصول الجمهور إلى معدات التكنولوجيا والشبكات.

3.4 بناء المؤسسات الناشئة لاقتصاد المعرفة في الجزائر.

يعد كل من الابتكار، المشاريع الابتكارية، المشاتل و الحاضنة من المفاهيم التي ساعدت في ما يخص التشريعات المتعلقة بقطاع التعليم العالي، البحث العلمي ومختلف القطاعات الوزارية الأخرى لتهيئة نظام بيئي لاقتصاد وطني يعتمد على رأس مال المعرفي. تم إنشاء قطاع وزاري خاص في شكل وزارة منتدبة لدى الوزير الأول مكلفة باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، وقد أحصت ما يزيد عن 600 مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر في مدة قصيرة) هند بلخير، 2021، الصفحات 218-219)

الابتكار في المؤسسات الناشئة ضرورة حتمية، لأن هذا الأخير هو من يساعد هذه المؤسسات على ضمان مكان لها في السوق ورفع مستوى أرباحها). صبري مقيم، حسينة خالدي، 2020، (صفحة 139)

"تاك غراف" مؤسسة ناشئة، وهي تعد نموذجا راقيا عن نجاح الشاب الجزائري في الدخول للأسواق العالمية بأفكار مبتكرة في مجال الاقتصاد المعرفي والخدمات الالكترونية، توجت بالمرتبة الأولى في المسابقة الدولية للابتكار " اوفيسين إكسبو " بمراكش مطلع 2020، بفضل

الابتكار الرقمي " Druglabels 1.0 " الجهاز يعتمد على الرقمنة والذكاء الصناعي، يقدم حلولاً في مجال الصحة للحد من الأخطاء الطبية خاصة في دولة إفريقية وقد تم مؤخراً بتوقيع عقداً مع الجزائر مع شركة عالمية بدبي لتطوير النسخة الثانية منه Druglabels 2.0 بغرض تسويقه (إلى مختلف دول العالم). مداحي محمد وآخرون، 2020، صفحة 144)

5. خاتمة

يعتبر الابتكار ومختلف نشاطات البحث والتطوير مهمة للمساعدة على قيام المؤسسات الناشئة في الجزائر، وعليه المساهمة في بناء اقتصاد المعرفة، إذ أن الإبداع والابتكار عاملين رئيسيين في استمرار وتطور ونجاح المؤسسات الناشئة، حيث أن الإبداع والابتكار يكونان من خلال تأهيل رأس مال البشري عن طريق نشاطات البحث والتطوير والابتكار إلى جانب التكنولوجيا، وهو ما يساهم في بناء اقتصاد معرفي في الجزائر.

نتائج الدراسة:

- يعتبر الإبداع والابتكار من مقومات المؤسسات الناشئة، والسبب في نموها وتوسعها في الأسواق والصمود أمام المنافسة، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى وينفي صحة الفرضية الثانية؛
- من أكبر الصعوبات التي تواجه الشركات الناشئة في الجزائر، حيث تؤثر على نجاحها واستمرارها هي مشكلة التمويل؛ وعليه عدم الاكتفاء بطرق التمويل التقليدية؛
- تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر العديد من التحديات من بينها التحديات البشرية، المالية، التكنولوجية، التنظيمية، الاجتماعية والثقافية؛
- التخلف التقني وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية يؤثر بشكل كبير في فشل المؤسسات الناشئة في الجزائر، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.
- إنشاء الجزائر لصندوق استثماري مخصص لتمويل ودعم المؤسسات الناشئة، نظراً لأهمية هذه الأخيرة في تطوير الاقتصاد الوطني؛
- يعاني النظام الإيكولوجي للمؤسسات الناشئة من عدة نقائص تجعله غير مؤهل حالياً لتبني وتطوير قطاع مؤسسات ناشئة قوي؛

- الشركات الناشئة كانت أكثر كفاءة عندما تم تمويلها من قبل الرؤساء التنفيذيين وعائلاتهم أو أقاربهم، وكانت أقل كفاءة عندما كانت ممولة من قبل الرؤساء التنفيذيين والمستثمرين الخارجيين.

التوصيات :

- تهيئة المحيط المناسب لنشاط المؤسسات الناشئة ثم العمل مع الهيئات التمويلية؛
- تقديم المساعدات والتسهيلات المالية والإدارية والمعنوية والقانونية لكل مستثمر للمشاريع الناشئة في الجزائر؛
- تمويل المؤسسات الناشئة عن طريق رأس مال المخاطر؛
- تشجيع الحاضنات التكنولوجية على تطوير وتنمية القدرات الابتكارية والإبداعية للمؤسسات الناشئة، لضمان نجاحهما معا؛
- مواكبة التطورات التقنية الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية؛
- توعية المجتمع وخاصة الأطارات الجامعية بأهمية الولوج لمؤسسات ناشئة وإنشاء مشاريعهم الخاصة.

المراجع

المراجع باللغة العربية:

- المرسوم التنفيذي 254/20 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة " مؤسسة ناشئة" و " مشروع مبتكر" و " حاضنة أعمال" وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيرها، ج ر عدد 55.
- أمينة مزيان و خديجة إيمان عماروش. (2020). الشركات الناشئة في الجزائر - بين واقعها ومتطلبات نجاحها. تأليف محمد الهاني (المحرر). مجمع أعمال الكتاب الجماعي حولك المؤسسات الناشئة ودورها في الانعاش الاقتصادي في الجزائر (صفحة 31).
- البويرة. الجزائر: مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي - حالة منطقة البويرة.

- آسيا بوعيني، سميحة كرومي. (2020). دراسة تقييمية لواقع تمويل وتنشيط المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية. العدد3. المجلد5. ص 171-195.
- أسماء بلعلمي. (2020). أساليب خلق المعرفة في ظل اقتصاد المعرفة. مجلة دراسات اقتصادية. المجلد 22. العدد111.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة. (2020). مؤشر المعرفة العالمي.
- جلييلة بن عيادة. (2022). دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية. مجلة الدراسات القانونية. المجلد 08. العدد 01. ص ص 157-174.
- هند بلخير. (2021). المؤسسات الناشئة كأداة للولوج إلى اقتصاد المعرفة: قراءة قانونية. مجلة القانون الدولي والتنمية. المجلد09. العدد02. ص ص 219-228.
- هشام بروال وجهاد خلوط. (2017). التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة. المجلد 20. العدد 03.
- يوسف حسين و إسماعيل صديقي. (2020). دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية. المجلد 08. العدد 01. ص ص 68-89.
- ليلي بن ونيسة. (2014). اقتصاد المعرفة والنمو الاقتصادي في الجزائر. مجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة. المجلد05.
- مداحي محمد وآخرون. (2020). عصرنة الخدمة المصرفية مطلب لاستدامة المؤسسات الناشئة في الجزائر. مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي. الجزائر.
- محمد الصيرفي. (2007). الإدارة الرائدة. دار الصفاء للنشر والتوزيع. عمان.
- محمد سبتي. (2009). فعالية رأس مال المخاطر في تمويل المشاريع الناشئة " دراسة الحالة المالية الجزائرية الأوروبية للمساهمة FINALEP. أطروحة دكتوراه. جامعة منتوري قسنطينة.

- منى بسويح و ياسين ميموني، سفيان بوقطاية. (2021). واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية. المجلد 07. العدد 03. ص 403-421.
- مركز المعرفة الرقمي. (2015). الاقتصاد والمعرفة في عالم متغير. مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة.
- سمير منصف و جدلي شرفي. (2020). تحليل مصادر تمويل المؤسسات الناشئة في ظل التجارب الدولية: الصين، كرواتيا والمملكة المتحدة. كتاب جماعي بعنوان إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة.
- عبد الجليل بوداح. (2002). معالجة موضوع المخاطرة في مجال القروض البنكية، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية. المجلد 9. العدد 2.
- عبد المالك بلوافي، عبد اللطيف بن زيدي. (2021). قياس أثر مؤشرات اقتصاد المعرفة على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1990-2019. مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال. العدد 1. المجلد 05. ص 167 - 190.
- علي همال. (2005). دوافع التركيز على حقوق الملكية الفكرية في الاتفاقات التجارية الهوية والثنائية. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. المجلد 4.
- شريفة بالشعور. (2018). دور حاضنات في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة " Startup". مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية. المجلد 4. العدد 2. ص 417-431.
- صباح ترغيني. (2018). دور التعلم التنظيمي في دعم الابتكار في المؤسسة الاقتصادية " دراسة حالة مؤسسة كوندور برج بوغريج". أطروحة دكتوراه. جامعة محمد خيضر بسكرة.
- خير الدين بوزرب، منير لواج. (2021). واقع التحول نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر وسبل تطويره. الكتاب الجماعي حول دور الاقتصاد الرقمي في تحقيق التنمية. ص 239-238.

المراجع باللغة الأجنبية.

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

- Eric Ries. (2011). The learn startup (1 ed). The crown publishing. New York.
- Ferré, J.L. (2000). Les start-up: nouvelle économie, nouvel Eldorado ?
- Machlup, F. (1962). The production and distribution of knowledge in the united dtates. Princeton university press.
- Porat, Marc and rubin, Michael R. (1977). The information economy. Office of telecommunication special publication, Us department of commerce, Washington.
- Paul Graham, startup happinesscurve, <http://t.co/P1FDc1MCUB>”<==Good graphic
- <https://www.startupranking.com/countries>, s.d.

المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة في الجزائر

*الدكتور حمزة عمي سعيد * *طالبة دكتوراه صليحة وذان

*جامعة غرداية dr.ammisaid@gmail.com

*جامعة غرداية ouddane.saliha@univ-ghardaia.dz

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة المؤسسات الناشئة في تطوير اقتصاد المعرفة في الجزائر ، من خلال تسليط الضوء على هذه المؤسسات الجديدة وإبراز واقعها القانوني والعملي في الجزائر حيث توصلت هذه الدراسة الوصفية لواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر ، أن الجزائر عليها الابتكار في مختلف نشاطات البحث والتطوير للمساعدة على قيام المؤسسات الناشئة في الجزائر، وان المؤسسات الناشئة تساهم بشكل كبير في بناء اقتصاد قائم على المعرفة، فبدون الإبداع والابتكار لا يمكن للمؤسسة الناشئة أن تقوم وحتى إن تم تأسيسها فستكون فترة حياتها قصيرة جدا، وهذه من أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة في الجزائر ويتطلب قيام المؤسسات الناشئة تأهيل رأس مال البشري من خلال نشاطات البحث والتطوير والابتكار إلى جانب التكنولوجيا، الأمر الذي سيؤدي حتما إلى المساهمة في بناء اقتصاد معرفي في الجزائر. بالإضافة لذلك فإن المؤسسات الناشئة تعد قاطرة نجاح للاستثمار، وهذا من خلال الحاضنات التي ستعمل على تدعيم الشباب خريجي الجامعات من اجل تجسيد مشاريعهم وإبداعاتهم الفكرية على أرض الواقع

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة ، اقتصاد المعرفة...

Abstract

This study aims to know the extent to which start-ups contribute to the development of Algeria's knowledge economy by highlighting these new institutions and highlighting their legal and practical realities in Algeria. This descriptive study reached the realities of Algeria's start-ups, where Algeria has to innovate in various R&D activities to help start-ups. Also, these institutions contribute significantly to building a knowledge-based economy. Without creativity and innovation, a start-up cannot be established and even if it is established, its lifetime will be very short,

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

which is one of Algeria's most important challenges. Start-ups require the rehabilitation of human capital through research, development, and innovation activities along with technology, which will inevitably contribute to the building of Algeria's knowledge economy. In addition, start-ups are a means for investment success through incubators that will support young university graduates to embody their projects and intellectual creations on the ground

Keywords :Startups, The knowledge economy...

*المؤلف المرسل : وغان صليحة ، ouddane.saliha@univ-ghardaia.dz

1. المقدمة

لقد كانت فكرة إنشاء مؤسسة اقتصادية تعود فقط لذوي رؤوس الأموال ومع التطورات التكنولوجية وظهور الابداع والابتكار أصبح يمكن للفرد من خلال فكرة استثمارية خلق مؤسسة خاصة مستعينا بفريق عمل من أجل عرض منتجات وخدمات جديدة من هنا ظهرت المؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال التي هي من أهم الوسائل المساندة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فهي توفر الخدمات للشباب الذين يفتقرون للمقومات المادية والبشرية ،وقد التي أصبح لها دور كبير في تطوير وتنوع الاقتصاد الوطني ، خاصة مع ظهور مايسمى باقتصاد المعرفة وعلى ضوء ما سبق تسعى هذه المداخلة للإجابة على الإشكالية التالية:

- كيف يمكن للمؤسسات الناشئة أن تساهم في بناء وتطوير إقتصاد المعرفة في

الجزائر؟

هذا التساؤل يدفعنا لطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نقصد بالمؤسسات الناشئة وماهو واقعها في الجزائر؟.

- ماهو إقتصاد المعرفة؟

- ماهو دور المؤسسات الناشئة في تطوير إقتصاد المعرفة في الجزائر؟.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- تحديد المفاهيم الأساسية والأطر القانونية للمؤسسات الناشئة في الجزائر ودورها في

تطوير إقتصاد المعرفة.

منهج الدراسة: لمعالجة إشكالية هذه الدراسة تم انتهاج المنهج الوصفي ،ولقد تم تقسيم الدراسة إلى

ثلاث محاور :

- المحور الأول : إطار معرفي حول المؤسسات الناشئة في الجزائر .

- المحور الثاني : ماهية إقتصاد المعرفة .

- المحور الثالث: واقع اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة في الجزائر.

الدراسات السابقة:

1-الدراسات باللغة الاجنبية:

-الدراسة التي قام بها كل من يحي جعيدل ,محمد دعاء, رايس مراد من خلال مقال حول المؤسسات الناشئة في الجزائر صفاتها ووجباتها ،حيث تطرقو فيها إلى مفهوم المؤسسات الناشئة في الجزائر صفاتها ووجباتها وكذا النظام الجبائي لها، 2021.

-الدراسة التي قام بها كل من Joanna Szarek , Jakub piecuch من خلال مقال حول أهمية المؤسسات الناشئة في نشاط الاقتصادي ، حيث تطرقت الدراسة الى أثر المؤسسات الناشئة في النشاط الاقتصادي ; 2018.

2-الدراسات باللغة العربية:

-الدراسة التي قامت بها بن عياد جلييلة ، من خلال مقال حول دور المؤسسات الناشئة في تنمية الاقتصادية،حيث تطرقت لتأثير المؤسسات الناشئة في الاقتصاد الوطني ، 2022.

-الدراسة التي قام بها سمير مسعي ، بعنوان: اقتصاد المعرفة في الجزائر، الواقع ومتطلبات التحول، دراسة تحليلية مقارنة لواقع اقتصاد المعرفة في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن المهيدي أم البواقي. (2014-2015)

-الدراسة التي قام بها بغداد باي غالي ، بعنوان: دور الدولة في تنمية اقتصاد المعرفة (دراسة حالة الجزائر)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجيلالي ليايس، سيدي بلعباس. (2016/ 2017)

المحور الأول : الإطار المعرفي حول المؤسسات الناشئة في الجزائر

سنتناول في هذا المحور مفهوم المؤسسات الناشئة، خصائصها ، إطارها القانوني في الجزائر ، واقعها في الجزائر ، وكذا تأثيرها على الاقتصاد.

1- مفهوم المؤسسات الناشئة

التعريف الأول : حسب Eric Ries أحد المنظرين لهذا المفهوم في كتابه The lean Startup المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صممت لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة . (جلييلة بن عياد ، 2022، ص159).

التعريف الثاني : تعرف المؤسسة الناشئة على أنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير ،وبغض النظر عن حجم الشركة أو قطاع أو مجال نشاطها كما أنها تتميز بعدم التأكد ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها الأرباح الضخمة في حال نجاحها.(شريفة بوالشعور، 2018، ص420).

2- خصائص المؤسسات الناشئة:

وهناك من يصنف خصائص المؤسسات على النحو التالي:

أ- **مؤسسات حديثة العهد:** أي أنها تتميز مؤسسات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى مؤسسات ناجحة ، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

ب- **سرعة النمو:** من إحدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة Startup هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل، حيث أن المؤسسة الناشئة 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 أنها لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس، هي مؤسسات قادرة على توليد أرباح كبيرة جدا مؤسسات الناشئة مصممة لتنمو بسرعة حالما تعثر على نموذج عملها التجاري الأنسب.

ج- **الإعتماد على التكنولوجيا:** تتميز Startup بأنها مؤسسة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة، وإشباع حاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية حيث تعتمد المؤسسات الناشئة startups على التكنولوجيا للنمو والتقدم، والعثور على التمويل من خلال المنصات على الإنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

د-استنساخ نموذج مستدام: كل مؤسسة ناشئة قابلة للاستنساخ غالبا حيث تمثل Airbnb وUber المثال الأفضل لديمومة استنساخ نموذج عمل في بيئات مغايرة وعلى نطاق أوسع يديره فريق مختلف مع الحفاظ التام على نفس معدلات الربحية. قد يتطلب الأمر تعديلات طفيفة وأحيانا ضرورية لتكييف النموذج على محلية السياق لكن المنطلق ذاته فان كانت شركتك تلبي احتياجا محددًا بدقة، أو يقدم خدمة موجهة للتسويق على نطاق ممتد فمن الصعب تسمية شركتك بمؤسسة ناشئة. (منى بسويح وآخرون، ص 405، 2020)

جدول رقم 01 : يبين الفرق بين المؤسسة الناشئة والمؤسسة التقليدية

مؤسسة تقليدية	مؤسسة ناشئة	
قديمية	حديثة	النشأة
حسب السوق	توسعية سريعة	خطة النمو
تقليدي	مبتكر	المنتج
قروض مصغرة	استثماري تشاركي	راس مال
صغير	كبير	حجم السوق
حذرة	مخاطرة	الخطة
قيادة فردية	قيادة تشاركية	قيادة العمل
تبقى صغيرة مربحة	أن تكون شركة كبيرة	الهدف

المصدر: WWW.TAG2022.COM le 20/07/2022

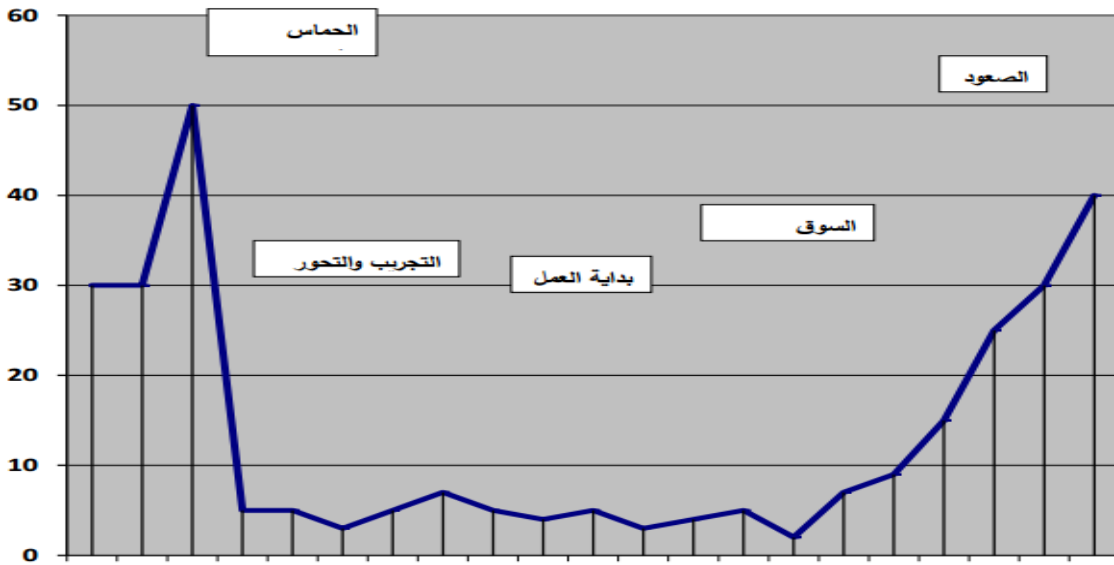
3- الإطار القانوني للمؤسسات الناشئة الجزائرية:

أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15/09/2020 المتعلق بإنشاء اللجنة الوطنية لعلامات الشركات الناشئة والمشاريع المبتكرة والحاضنات وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيرها ، وقد ذكر هذا المرسوم في فصله الرابع مجموعة الشروط التي بموجبها تمنح علامة مؤسسة ناشئة حيث نصت المادة 11 منه على انه تعتبر مؤسسة ناشئة كل مؤسسة خاضعة للقانون الجزائري وتحترم المعايير التالية :

- أن لا يتجاوز عمر المؤسسة ثماني سنوات.
- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة الناشئة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو فكرة مبتكرة.
- يجب أن لا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية

- أن يكون رأس مال شركة مملوكة بنسبة 50%. على الأقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمد من طرف أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة
- يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيها الكفاية.
- يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عامل (المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15-09-2020.2020.ص11).

الشكل رقم (01): مراحل نمو المؤسسات الناشئة



(سيد أحمد قادري، ناجم مراد موالى ، 2021 ، ص15)

4- المؤسسات الناشئة في الجزائر :

- تأتي الجزائر حسب موقع startupranking.com في غياب قاعدة بيانات للمؤسسات الناشئة في الجزائر في المرتبة 11 بإحدى وأربعين 41 مؤسسة ناشئة متخلفة بذلك عن الدول العشرة الأولى إفريقيا. تجدر الإشارة أن معظم المؤسسات الناشئة موجودة بالعاصمة الجزائرية (برودي مفروم، 2020، ص350).

- أما حسب النشرة الإحصائية لوزارة الصناعة نوفمبر 2021 فإن عدد المؤسسات الناشئة هو 69 مؤسسة ناشئة حسب الجدول التالي:

جدول رقم 02 : وضعية حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة

الوضعية	عدد حاملي المشاريع المستقبلية	عدد المؤسسات الناشئة	عدد المشاريع المحتضنة
حاضنات الاعمال	471	69	106

Source :Bulletin d'information statistique de la PME N° 39 ministère de l'industrie .11/2021

5- تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر :

تواجه المؤسسات الناشئة جملة من التحديات للأسباب التالية:

- حداثة ومحدودية فكرة إنشاء المؤسسات الناشئة
- ضعف المورد البشري وعدم تأهيله وافتقاره لخلفية كافية حول المقاولاتية في الجزائر
- ضعف التمويل ورأس مال المغامر للاستثمار
- تخلف الإنتاجية وعدم مطابقة المعايير الدولية مما يجعل المنتج الجزائري عاجزا من دخول أسواق كبرى نظرا لضعف تنافسية.
- ضعف الإنفاق الحكومي على البحث العلمي، وانفصال الجامعة ومراكز البحث العلمي عن أرض الواقع.
- التخلف التقني وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية.(مروة رمضان، كريمة بوقرة، 2020، ص286).

6- تأثي المؤسسات الناشئة على الاقتصاد :

- خلق الثروة .
- خلق مواطن شغل جديدة.
- تحقيق التنمية المستدامة: (جلييلة بن عياد ، 2022، ص169).

-المحور الثاني : ماهية اقتصاد المعرفة.

سنتناول في هذا المحور مفهوم إقتصاد المعرفة، أهمية إقتصاد المعرفة، واقع إقتصاد المعرفة في الجزائر ، المؤسسات الناشئة وإقتصاد المعرفة .

1- مفهوم اقتصاد المعرفة

اختلفت التسميات من الإقتصاد الرقمي إلى إقتصاد المعلومات ،إقتصاد الانترنت لكن الكل يعبر عن إقتصاد واحد إقتصاد تحكمه المعرفة وتكون فيه هي المسيطر نحو الأفضل تغلب عليه فكرة البقاء للأسرع وهذا كله لتتحقق فيه رفاهية المجتمع وبالأخص الفرد (ليلي بن ونيسة، 2014 ،ص 87).

كما يعرف على انه الإقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة.
(HadjiraBoulouma, Ahmed RedaMimouni, MokhtariaKherraf,2019 ,p33).

2- أهمية اقتصاد المعرفة

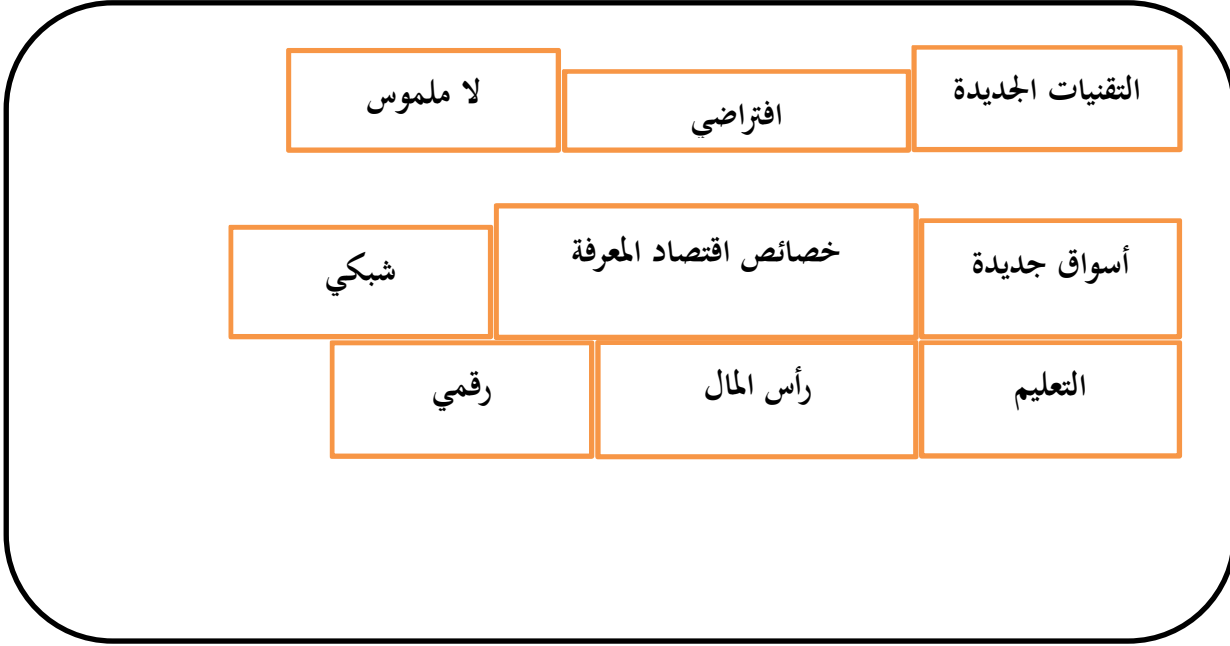
- تتجلى أهمية اقتصاد المعرفة في جملة النقاط التالية:

-أحدث إقتصاد المعرفة تغيرات هيكلية واضحة وملموسة في الإقتصاد، وتتمثل أهم هذه التغيرات فيما يلي:

- تصاعد استخدام مضامين المعرفة ومعطياتها في كافة مجالات الأعمال؛
- تزايد أهمية الإنتاج المعرفي
- زائد الأهمية النسبية للاستثمار وتكوين رأس المال الفكري؛
- تزايد حجم الصادرات من المنتجات المعرفية؛
- نمو مستمر في المؤسسات والمشروعات التي تعمل في مجال المعرفة توليدا، إنتاجا، استخداما.
- يرفع إقتصاد المعرفة من قيمة الأصول غير الملموسة بزيادة أهمية الأفكار، العلامات التجارية، براءات الاختراع كمدخلات، وأهمية الخدمات كمنتجات؛
- يعمل إقتصاد المعرفة على إعادة استخدام المعرفة الجديدة بما يقلل من التكلفة ويسرع من عملية طرح المنتجات في الأسواق وتحقيق العوائد بما يضمن ميزة تنافسية لمدة أطول للمنظمة؛
- يساهم إقتصاد المعرفة في تنامي العائد الاستثماري بالتوازي مع تزايد حجم النفقات المصاحبة للتقدم التقني والعلمي، بما يؤدي إلى تحول قانون تناقص الغلة

الإنتاجية عند زيادة عناصر الإنتاج التقليدية إلى تزايد العوائد عند إضافة عنصر المعرفة في العملية الإنتاجية؛) كنيذةزليخة، بوقموم محمد، ، ص(517.

الشكل رقم (02): خصائص اقتصاد المعرفة



المصدر: (سامر بابكر، 2021، ص11).

3- مؤشرات اقتصاد المعرفة

من أهمها ما يلي:

❖ **مؤشر البنك الدولي:** يقوم معهد البنك الدولي بدور حيوي في مساعدة البلدان الراغبة في التحول إلى اقتصاد المعرفة لتصبح أكثر تنافسية على مستوى العالم، وذلك عن طريق تقييمها 140 دولة، حيث وضع المعهد مؤشر (KAM) عام 2008م مؤشرا يحتوي على أكثر من 80 متغير يمكن أن تستخدمها البلدان كأساس لانتقالها إلى اقتصاد المعرفة وذلك وفق سلم معياري يتراوح بين (صفر - 10) وذلك من خلال مؤشرين عامين يقيس الأول مؤشرات قياس المعرفة بشكل عام (KI)، بينما يقيس الثاني مؤشرات اقتصاد المعرفة (KEI) ويقصد بها استعداد بلد ما للمنافسة في اقتصاد المعرفة ، وقد تم بناء KEI كمتوسط بسيط لأربعة مؤشرات فرعية تمثل الركائز الأربعة الأساسية لاقتصاد المعرفة وهي:

1- -الحوافز الاقتصادية والنظم المؤسسية

2- -التعليم والموارد البشرية

3- -تقنيات المعلومات والاتصالات

❖ مؤشر الحافز الإقتصادي والنظام المؤسسي:

يعتبر مؤشر الحافز الإقتصادي والنظام المؤسسي أول مؤشر وضعه البنك الدولي لقياس مدى جاهزية الدول لتطبيق آليات اقتصاد المعرفة ، ويعكس هذا المؤشر مدى توافر أجهزة الحاسبات والكمبيوتر بوصفها أداة لتقويم القاعدة المعلوماتية، ويعتمد هذا المؤشر على جملة عناصر من أجل تفعيل دوره منها:

-نسبة المشاركات الدولية في أجهزة الكمبيوتر

-أعداد أجهزة الحاسب لكل ألف من السكان

-طاقة الكمبيوتر لكل فرد

❖ مؤشر الابداع والابتكار : يمثل البحث والتطوير مجموعة النشاطات التقنية التي تسبق إنتاج

سلع وخدمات جديدة، وتتم بعده مراحل تضمنها، رغم أن مجالات تطبيقها يبقي مختلفا اختلاقا بينا ومن أهم مؤشرات عدد براءات الاختراع ، والبحوث العلمية .

❖ مؤشر التعليم والموارد البشرية : ومن أهم مؤشرات : معدل الالتحاق بالمدارس الثانوية

والالتحاق بالتعليم العالي ،الانفاق على التعليم والبحوث والتدريب

❖ مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات : يمكن تعريف تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات

ICT بأنها مجموعة الأدوات والأجهزة التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها و من ثم استرجاعها وإمكانية إرسالها عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم، أو استقبالها من مكان في العالم ، ويُمثل هذا المؤشر الركيزة الرابعة لاقتصاد المعرفة ذ يلتقى الاقتصاد المرتكز على المعرفة بقاعدة تكنولوجية ملائمة مما يؤدي إلى تعزيز مشترك بين ازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة والإنتاج ونشر التكنولوجيا الجديدة ، ومن أهم مؤشرات عدد خطوط الهاتف المحمول لكل 100 نسمة، عدد خطوط التليفون الأرضي، نسبة تغطية خدمات الاتصالات لعدد السكان.

❖ مؤشر الابتكار العالمي:

يصدر مؤشر الابتكار العالمي سنويا منذ سنة 2008 عن كلية إدارة الأعمال العالمية، وقد

صدر التقرير لعام 2014 بالاشتراك مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية" وجامعة "

كورثيل" أصدر هذا المؤشر أصدر هذا المؤشر بدعم من الحكومة الأسترالية على امي مجموعة العشرين، ويغطي مؤشر الابتكار العالمي بقياس المخرجات والمدخلات في عمليات الابتكار وسياسات الابتكار التي تبين مدى التشارك بين الصناعة والعلم وانتشار المعرفة، (أمانى صالح محمود، ، 2020، ص12).

المحور الثالث : واقع اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة في الجزائر

سنتناول في هذا المحور تدابير من أجل تعزيز اقتصاد المعرفة بالجزائر ، تطوير المؤسسات الناشئة كمدخل لتحقيق اقتصاد معرفي

1- تدابير من أجل تعزيز اقتصاد المعرفة بالجزائر

جاء مخطط عمل الحكومة بتدابير جديدة ترمي لتعزيز اقتصاد المعرفة والبحث والتطوير والابتكار علاوة عن ترقية منظومة حاضنة للمؤسسات الناشئة و الاقتصاد الرقمي. وذلك من خلال مايلي :

- تلتزم الحكومة بإعداد قانون إطار حول اقتصاد المعرفة و إعداد استراتيجية وطنية لنقل التكنولوجيا .
- وضع آليات ملائمة لتمويل أشغال وضع النماذج والبحث والتنمية لصالح المؤسسات الناشئة .
- استحداث محفزات جبائية لتشجيع المؤسسات على الاستثمار في مجال البحث والتنمية.
- وضع إطار تنظيمي لضبط النفقات التي يمكن تصنيفها بنفقات البحث والتنمية في المؤسسات و اتخاذ تدابير تحفيزية لتشجيع أطروحات البحث في المؤسسة .
- وضع آلية لدعم إيداع براءات الاختراع على المستوى الدولي .
- تشجيع تشغيل اليد العاملة ذات التأهيل العالي في المؤسسات و استحداث الوضع القانوني للباحث في المؤسسة.

-رقمنة إجراءات إيداع براءات الاختراع و استحداث مناطق تكنولوجية حرة علاوة عن تشجيع أصحاب براءات الاختراع على إنشاء مؤسساتهم الناشئة.

- تشجيع التعاقد الخارجي لإنجاز أعمال البحث والتنمية من خلال استحداث إطار تنظيمي للاختراع المفتوح و استحداث ورشات وضع النماذج (فضاءات التصنيع) لصالح حاملي المشاريع الابتكارية و كذا اللجوء إلى مقدمي الخدمات الجزائريين في قطاع الرقمنة والتكنولوجيات الجديدة للحد من التبعية التكنولوجية.

(<https://www.aps.dz/ar/economie/112169-2021-09-07-14-24-37>,21:56, 14 /08/2022.)

- و في الجزائر؛ حيث تراكم جزء رئيسي من الناتج المحلي الإجمالي بفضل عائدات المحروقات، هناك مستوى منخفض من النشاط في البحث والتطوير والابتكار، حيث كانت المصاريف بشكل أساسي على الأموال العامة من خلال الصندوق القومي للبحوث (FNR) وكانت حوالي 118 مليار دينار جزائري، أو مليار دولار (دون رواتب الموظفين) من سنة 2000 إلى 2018م. ويعدّ هذا المستوى من الإنفاق منخفضا بشكل ملحوظ مقارنة

بالمعايير الدولية لتطوير الابتكار.

-ووفقاً لمؤشر الابتكار العالمي لعام 2019 IMI تحتل الجزائر المرتبة 113 ، برصيد 23.98 درجة على مقياس 100 من بين 129 دولة تمّ تقييمها من قبل منظمة الملكية الفكرية العالمية) الويبو (إذ يعدّ أكبر ثلاثة مبتكرين عالميين على التوالي هم :سويسرا، والسويد، والولايات المتحدة الأمريكية بـ 67.24 :و 63.65 و 61.73.

-و يُظهر أداء تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر حسب احصائيات 2019 تأخرًا مقارنةً بالدول المتقدمة؛ وعلى هذا النحو؛ يؤكّد عديد المختصين على وجوب تعزيز الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال، واستخدامها، واستخدام الخدمات الحكومية عبر الإنترنت؛ لأنّ الدرجات التي تمّ الحصول عليها هي على التوالي 53.1 :و 46.3 و 21.5 نقطة من أصل 100. وبالتالي؛ فإنّ نتيجة الابتكار في الجزائر حسب مستوى الدخل في عام 2019 ، هي أقلّ من المتوقّع؛ فيما يتعلّق بمستوى التنمية؛ ممّا يفرض عددا معيّنًا من التحديات التي يجب مواجهتها في اقتصادنا القائم على المعرفة؛ والتي ترتبط أولاً؛ بالمدخلات) الاستثمار في التعليم والبحث والتطوير (..)

- وتجدر الإشارة إلى أنّ الاستثمار في رأس المال البشري يعمل لصالح اقتصاد المعرفة؛ نتيجة الاهتمام المتزايد بالأشخاص الحاملين للمعارف والمهارات والخبرات المكتسبة والمحدّدة والمتراكمة من جهة؛ والحاجة إلى تهيئة الظروف لتراكم وتنفيذ هذه القدرات في الممارسة العملية التي من شأنها أن تسمح بالفعل بمكاسب إنتاجية مواتية للنمو

والتوظيف وتحسين حياة السكان من جهة أخرى. (بداري كمال، <http://www.ech-2022.chaab.com>.)

2- تطوير المؤسسات الناشئة كمدخل لتحقيق اقتصاد معرفي

- فيما يتعلق بالإسراع في تحقيق الانتقال الرقمي وتطوير المؤسسات الناشئة، تلتزم الحكومة بترقية منظومة حاضنة للمؤسسات الناشئة والاقتصاد الرقمي من خلال ما يلي :
- إنشاء إطار تنظيمي للابتكار المفتوح و وسائل الدفع الإلكتروني .
 - إصدار النصوص التطبيقية من أجل التمويل التشاركي علاوة عن مراجعة الإطار التشريعي للتجارة الإلكترونية لجعلها أكثر مرونة مع المؤسسات الناشئة.
 - تبسيط إجراءات إنشاء المؤسسات لصالح المؤسسات الناشئة وغيرها من المستثمرين المبتدئين و إنشاء المؤسسات الناشئة لأصحاب الأعمال الحرة و المقاولين الذاتيين و تعزيز دور المؤسسات الناشئة كأداة للإشراك المالي من خلال الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.
 - إنشاء ممثليات إقليمية لصندوق المؤسسات الناشئة الجزائرية و إطلاق برنامج للإسراع في إنشاء المؤسسات الناشئة من خلال مسرع عمومي و إنشاء حاضنات و مسرعات في كل ولايات البلاد مع وضع نظام لتقييم الحاضنات و تأهيل مستواها و استحداث "مخبر مالي" لصالح المؤسسات الناشئة التي تنشط مجال التكنولوجيا المالية.
 - تسعى الحكومة الى إحصاء التصنيفات الدولية المتعلقة بالمؤسسات الناشئة و الاختراع و اقتصاد المعرفة و تحسين مرتبة الجزائر و تقليص أعباء أرباب العمل لصالح المؤسسات الناشئة و تشجيع رأسمال المخاطر بالنظر إلى دوره الأساسي في تمويل الابتكار.
 - تخفيف الإجراءات الإدارية لإنشاء صندوق للاستثمار و صندوق إيداع مشترك للابتكارات.
 - إدخال تدابير تحفيزية مع الإعفاء الضريبي للمبالغ المستثمرة في المؤسسات الناشئة (حقوق المساهمين) و تسهيل طرق الاستفادة من الدفع الإلكتروني لصالح المؤسسات الناشئة

- و استغلال صناديق الاستثمار الولايتية لتمويل المؤسسات الناشئة و تعزيز التعاون مع صناديق الاستثمار الكفيلة بالاستثمار في المؤسسات الناشئة في الجزائر .
- تشجيع المؤسسات الناشئة الأجنبية، ولاسيما الإفريقية، على الاندماج في المنظومة الحاضنة الجزائرية.

(<https://www.aps.dz/ar/economie/112169-2021-09-07-14-24-37> ,21:56,14/08/2022.)

الى جانب ذلك كشف تقرير مفصل عن مستخدمي الانترنت في العالم، أن أكثر من نصف الجزائريين يستعملون الشبكة العنكبوتية، و25 مليون ينشطون في شبكات التواصل الاجتماعي.

وتضمن "التقرير الرقمي للجزائر 2021"، النشاط الرقمي من حيث التجارة الإلكترونية والإنترنت ومواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي والألعاب الرقمية ونسبة استخدامها من قبل الشرائح السكانية المختلفة ونموها السنوي والمقارنة مع البلدان الأخرى.

وحسب التقرير فإن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 26.35 مليون شخص بنسبة 59.6 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان.

وبلغ مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 25 مليون شخص بنسبة 56.5 بالمائة، من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة، فيما ولج 46.82 مليون مستخدم إلى الأنترنترنت بواسطة الهواتف النقالة ما يشكل نسبة 105.8 بالمائة. (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>)

الختام

- من خلال ما سبق عرضه في هذه الدراسة تم التوصل إلى أن :
- الابتكار ومختلف نشاطات البحث والتطوير جد مهمة للمساعدة على قيام المؤسسات الناشئة في الجزائر.
 - مساهمة المؤسسات الناشئة بشكل كبير في بناء اقتصاد قائم على المعرفة، فبدون الإبداع والابتكار لا يمكن للمؤسسة الناشئة أن تقوم وحتى إن تم تأسيسها فستكون فترة حياتها قصيرة جدا، وهذه من أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة.
 - يتطلب قيام المؤسسات الناشئة تأهيل رأس مال البشري من خلال نشاطات البحث والتطوير والابتكار إلى جانب التكنولوجيا، الأمر الذي سيؤدي حتما إلى المساهمة في بناء اقتصاد معرفي في الجزائر.
 - أن المؤسسات الناشئة تعد قاطرة نجاح للإستثمار، وهذا من خلال الحاضنات التي ستعمل على تدعيم الشباب خريجي الجامعات من تجسيد مشاريعهم وإبداعهم الفكرية على أرض الواقع.
 - كما أن المؤسسات الناشئة ستساهم في تخفيض نسبة البطالة، حيث تحتل المؤسسات الصيغة والمتوسطة مكانة هامة في تحقيق التنمية الاقتصادية،
 - سعي الجزائر جاهدة إلى تدعيم هذه المؤسسات بإنشاء وزارة خاصة بها (وزارة المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة)، بهدف تشجيع الشباب حاملي الأفكار المبدعة في مجال الإستثمار.

قائمة المراجع:

القوانين :

المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15-09-2020.

الكتب:

-سامر بابكر، إقتصاد المعرفة، سلسلة كتيبات تعريفية العدد (13) موجه إلى الفئة العمرية الشابة في الوطن العربي، صندوق النقد العربي، 2021.

التقارير:

- Bulletin d'information statistique de la PME N° 39 ministère de l'industrie .11/2021

المجلات:

- Yahia djkidel ,mohammeddoua ,rais merrad, 2021,La startup en Algérie :caractéristiques et Obligations, revue d'excellence pour la recherche en économie et en gestion .vol 05 ,N°01 .
- Joanna Szarek , Jakub piecuch The importance of startups for construction of innovativeéconomies,international entrepreneurship.vol.02.2018
- BouloumaHadjira, Mimouni Ahmed Reda, KHerrafMokhtariaAnalyzing ,2019, the reality of the knowledge economy in Algeria. Journal of EconomicGrowth and Entrepreneurship.vol 01,N02.
- أماني صالح محمود، 2020 ، مؤشر اقتصاد المعرفة ودوره في قياس التنمية المُستدامة في مصر، منشور بمجلة مصر المعاصرة عدد.537
- بسويح منى، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان، 2020 واقع وافاق المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الإقتصادية، المجلد 07 ، العدد 03 .:
- كنيدة زليخة، بوقوم محمد، 2018 ، الاندماج في اقتصاد المعرفة :بين المتطلبات ومؤشرات القياس، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد السادس.
- مروة رمضاني، كريمة بوقرة، 2020 ، تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر، نماذج شركات ناشئة ناجحة، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ،المجلد 07 ، العدد 03 .
- مفروم بارودي، 2020، المؤسسات الناشئة في الجزائر ،الواقع و المأمول ،حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية،المجلد 07،العدد 03 ، .
- جلييلة بن عياد، 2022، دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية ،مجلة الدراسات القانونية ،المجلد 08 العدد 01،.
- شريفة أبو الشعور، 2018، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئةStartups: دراسة حالة الجزائر ،مجلة البشائرالاقتصادية ، المجلد 04 العدد 02.
- ليلي بن ونيسة، 2014 ، إقتصاد المعرفة والنمو الاقتصادي في الجزائر ،المجلة الجزائرية لاقتصاد والادارة ،عدد 04.

المذكرات :

- سمير مسعي، ، اقتصاد المعرفة في الجزائر، الواقع ومتطلبات التحول، دراسة تحليلية مقارنة لواقع اقتصاد المعرفة في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي. (2014-2015)
- بغداد باي غالي، بعنوان: دور الدولة في تنمية اقتصاد المعرفة (دراسة حالة الجزائر)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية، تخصص: تحليل اقتصادي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجليلي ليابس، سيدي بلعباس. (2016/2017)
- قادري سيد أحمد، موالى ناجم مراد، أهمية حاضنات الأعمال في مرافقة المؤسسات الناشئة، دراسة حالة مشتلة أدرار، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي، تخصص: مالية المؤسسة، قسم علوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أدرار، 2020-2021.

- المواقع الإلكترونية:

- (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria> :50. 21, Le 14/08/2022)
- (WWW.TAG2022.COM Le 14/08/2022 ,21 :30)
- <https://www.aps.dz/ar/economie/112169-2021-09-07-14-24-37>,le 14 /08/2022,21:56.
- <http://www.ech-chaab.com/ar/%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%AF%D8%A9-%D9%88-%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA/%D9%85%D8%B3%D8%A7%D9%87%D9%85%D8%A7%D8%AA/item/186282-%D8%B1%D9%83%D9%8A%D8%B2%D8%AA%D8%A7%D9%86-%D9%84%D8%AA%D8%A8%D9%86%D9%91%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%A9.html>Le 14/08/2022 ,21 :45.
- (كمال بداري مقال منشور بعنوان تكنولوجيا المعلومات والابتكار ركيزتان لتبني الجزائر لإقتصاد المعرفة مقال على موقع جريدة الشعب.الخميس 03 فيفري 2022).

نموذج مصانع الشركات (Venture Builder) كألية لدعم الشركات الناشئة وتحقيق التنمية

المستدامة

- حالة مؤسسة بياك في المملكة العربية السعودية-

د. زهير سعدي * و ط.د: مروة مومن **

*جامعة أم البواقي، s_zouhir_2000@yahoo.fr

**جامعة 08 ماي 1945 قالمة، moumanm24@gmail.com

الملخص

تواجه المؤسسات الناشئة في بداية نشأتها العديد من العوائق أهمها التمويل والمساعدة على توجيه الأفكار وتبنيها لنتوج في النهاية بشركة، ولهذا كان لزاما وجود بيئة حاضنة لمثل هذه المشاريع الريادية، حيث تعتبر الحاضنات والمسرعات من أبرز هذه المؤسسات الحاضنة، ولكن منذ سنة 1996 ولد للعلن نموذج جديد سُمي بمصنع الشركات أو أستوديو الشركات الناشئة.

نهدف من دراستنا إلى التعرف على مصانع الشركات ومدى مساهمتها في التنمية المستدامة بالتركيز على مصنع حاضنات ومسرعات الأعمال بياك بالمملكة العربية السعودية، حيث توصلنا إلى مدى الأهمية الكبرى لهذا النموذج ومدى اسهامه في رفع بعض المؤشرات الاقتصادية الهامة في المملكة كالناتج المحلي الإجمالي وامتنصاص البطالة وأيضا تحقيق التنمية المستدامة.

الكلمات الدالة: المؤسسات الناشئة، مصنع الشركات، التنمية المستدامة، شركة بياك.

ABSTRACT

Startups at the beginning of their inception face many obstacles, the most important of which is funding and assistance in directing ideas and adopting them to eventually culminate in a company, and for this it was necessary to create an incubator environment for such pioneering projects, as incubators and accelerators are among the most prominent of these incubating institutions, but since 1996 a new model was born to the public It is called a company factory or a startup studio.

We aim from our study to identify the Venture Builders and the extent of their contribution to sustainable development by focusing on the BIAC business incubator and accelerators factory in the Kingdom of Saudi Arabia. Where we reached the extent of the great importance of this model and the extent of its contribution to raising some important economic indicators in the Kingdom such as the gross domestic product and the absorption of unemployment as well as achieving sustainable development.

Keyword: Startups, Venture Builder, sustainable development, Company BAIAC

1. المقدمة

في الآونة الأخيرة؛ زاد اهتمام الكثير من الدول بمفهوم المؤسسات الناشئة (Startups) لما حققه هذا النوع من منافع عادت على اقتصاديات هذه الدول، حيث أن المؤسسات الناشئة لا يقتصر دورها على رفع مستويات الإنتاجية وزيادة العوائد، بل يمتد لأبعد من ذلك ليشمل أيضا التجديد في النسيج الاقتصادي بتعويضها لتلك المؤسسات التي فشلت وأيضا محاولة إعادة التوازن للأسواق وتحقيق التنمية المستدامة، وعلى هذا فهي تشكل نسبة معتبرة من النسيج الاقتصادي لدى غالبية دول العالم متقدمة كانت أو متخلفة، إضافة إلى كونها عنصر هاما لتحقيق النمو والتنمية الاقتصادية نظرا للقدر التي تتمتع بها على الابتكار والإبداع من أجل رفع الطاقة الإنتاجية وزيادة نسب العمالة في الاقتصاد.

تعرض أي مؤسسة ناشئة مجموعة من الصعوبات خاصة عند بداية انشائها نظرا للأفكار الإبداعية والمستحدثة التي تقوم عليها، الأمر الذي يترافق معه مخاطر كبيرة ينجم عنها صعوبات كبيرة خاصة في مجال التمويل من طرف البنوك لمثل هذا النوع من المشاريع، فقد أثبتت الدراسات أن الشركات الناشئة فعلا تشكل مصدرا رئيسيا لخلق فرص العمل، ولكن معدلات البقاء على قيد الحياة منخفضة، والتي يمكن أن تُعزى إلى قلة وصولها إلى الموارد، مما استدعى لظهور أجهزة داعمة وراعية لهذه المشاريع خاصة فيما يتعلق بالتمويل والتسيير لها، فظهرت ما يسمى بحاضنات الأعمال (Business Incubators) وأيضا مسرعات الأعمال (Business Accelerators)، يقومان في الكثير من الأحيان برعاية الأعمال التجارية للمؤسسات الناشئة وتقديم الدعم والنصح والإرشاد في مجال التمويل خاصة، وبالتالي القيام بمساعدتها من أجل تجسيد الأفكار المتنبئة على أرض الواقع.

إلى جانب المفهومين السابقين هناك مفهوم آخر في مجال رعاية المؤسسات الناشئة ألا وهو مصنع الشركات (Venture Builder) أو أستوديو الشركات الناشئة (Studio Startup) يتم من خلالها الجمع بين المواهب والتقنيات من خارج الشركة لتشكيل شركة ناشئة، وهي نوع من الحاضنات وتشبه مسرعات الأعمال. حيث أن مصنع الشركات يعتبر ظاهرة جديدة نسبيا، تهدف إلى تأسيس الشركات الناشئة من الصفر في بيئة احتضان، فالهدف من مصنع الشركات هو ربط الفرق المكونة من موظفين داخليين وخارجيين، بتقنية تم ترخيصها من مصدر خارجي، في برنامج يساعدهم في إنشاء وتطوير شركة ناشئة بناءً على هذه التقنية في بيئة تشبه مسرعات الأعمال.

تعد المملكة العربية السعودية رائدة في نظام بيئة ريادة الأعمال؛ حيث عرفت خلال السنوات الماضية تطورا كبيرا في هذه البيئة، ولعل أهم أسباب هذا التسارع والتطور هو جائحة كورونا (Covid-19) الذي أدى إلى تسريع وتيرة التحول الرقمي في المملكة، هذا الأمر أدى إلى تطور في منظومة المشاريع الناشئة ونمو متسارع في حجم التمويل، ويعود ذلك إلى البرامج التحفيزية التي أطلقتها حكومة

المملكة العربية السعودية لتحفيز النمو الاقتصادي على غرار الشركة السعودية للاستثمار الجريء وصندوق الصناديق "جدا" التابع لصندوق الاستثمارات العامة وغير ذلك من هذه البرامج.

على ضوء ما سبق فإن إشكالية الدراسة تتبلور في التساؤل التالي: ما هي آلية عمل مصانع الشركات (Venture Builder ou Startup Studio) وكيف تقوم برعاية الشركات الناشئة حتى تتمكن من تحقيق التنمية المستدامة؟

نهدف من دراستنا هذه أولاً البحث في هذا المفهوم الجديد والذي يختلف نسبياً مقارنة مع حاضنات ومسرعات الأعمال، وأيضاً أوجه الاختلاف بين مختلف هذه النماذج الداعمة للمؤسسات الناشئة، ثم التعرف على شركة حاضنات ومسرعات الأعمال بياك التابعة لتقنية في المملكة العربية السعودية. مما تقدم نهدف من دراستنا هذه إلى التعرف أولاً على مصانع الشركات ونشأتها وكذا أهدافها، ثم استعراض الفروقات الجوهرية بينها وبين مسرعات الأعمال وحاضنات الأعمال، ثم نقوم بالتعرف على أهم مصانع الشركات في العالم، وفي الأخير نحاول استعراض تجربة المملكة العربية السعودية في مجال مصانع الشركات.

2. مصانع الشركات (Venture Builder)؛ المفهوم والنشأة والأهداف

نحاول من خلال هذا المحور التعرف على نموذج مصنع الشركات أو أستوديو الشركات الناشئة كنموذج لاحتضان الشركات الناشئة وتطويرها، ثم نحاول التطرق لأهم المحطات التاريخية الخاص بهذا النموذج ومن ثم التعرف على أهدافها.

1.2. مفهوم مصنع الشركات Venture Builder ونشأته

تبدأ عملية إنشاء شركة ناشئة جديدة بالنسبة لمصنع الشركات، باستكشاف التكنولوجيا وتقييمها، حيث يمتلك مصانع الشركات تحالفات استراتيجية مع المؤسسات البحثية ويقومون بشراء التكنولوجيا الخاصة بهم لإنشاء مشروع جديد. فمصنع الشركات هو نوع من الحاضنات مع بعض الخصائص المميزة. فبينما تقوم مسرعات وحاضنات الأعمال بتوظيف الشركات الناشئة القائمة وتسهيل نموها، فإن مصنع الشركات هو مفهوم جديد نسبياً، يشير إلى الكيان الذي يساعد في إنشاء الشركات الناشئة؛ لا يتضمن فعل "المساعدة" رعاية الشركات الناشئة فحسب، بل تطويرها أيضاً.

تعتبر مصانع الشركات أو أستوديو الشركات الناشئة (Start-up Studios) نموذج متميز في صناعة الشركات الناشئة، وهو يمثل نهج لتطوير الأعمال والمنتجات يمكن المؤسسة من إنشاء منتجات وخدمات وعمليات جديدة من البداية.

يمكن القول إن أستوديو الشركات الناشئة (Start-up Studios) هو نوع من المنظمات التي تطلق أعمالاً جديدة وتستند إلى عملية إنشاء منتظمة. تقود الشركات الناشئة بشكل مستقل من توليد الأفكار

وتوظيف المؤسسين المشاركين إلى التمويل الأولي، وفي المقابل، يمتلك مصنع الشركات جزءاً كبيراً من رأس المال، وبالتالي يتمتع بتأثير كبير على الشركات الناشئة التي يتم إطلاقها بعد مرحلة البدء. (Badot, 2020, p. 9).

يمكننا القول أيضاً أن أستوديو الشركات الناشئة هو في حد ذاته مشروع ريادي له رؤية ومؤسسون و فرق ومعرفة فنية ورأس مال ... الخ، وهدفه تطوير هذه الأصول. (PERRARD, 2019, p. 5) وتؤكد الفكرة الأخيرة على استقلالية مصانع الشركات، حتى لا يتم الخلط بينها وبين قسم الابتكار أو الأستوديوهات الداخلية للمجموعات الكبيرة.

أستوديو الشركات الناشئة أو مصنع الشركات هو شركة تقوم بإنشاء شركات ناشئة بشكل متكرر من خلال توفير رأس المال البشري والمادي.

يمكن القول إن مصنع الشركات هو: كيان يبني الشركات بشكل متكرر من خلال توفير الموارد الضرورية والبنية التحتية والخدمات، مثل التمويل والموارد البشرية والقانونية، لفريق من رواد الأعمال والمطورين، الخبراء والمهندسين ومديري المبيعات والمستشارين، الذين يولدون أفكاراً تجارية جديدة من داخل الشركة، ويعينون فرقاً داخلية، من أجل تدوير هذه الأفكار المولدة وتطويرها، مقابل جزء كبير من الأسهم. (Maximilian, 2020, p. 14)

وبالتالي إذا كانت مسرعات وحاضنات الأعمال تقوم بتوظيف الشركات الناشئة القائمة وتسهيل نموها، فإن مصانع الشركات هو مفهوم جديد نسبياً، لأنه يشير إلى الكيان الذي يساعد في إنشاء الشركات الناشئة؛ وهي مصانع الشركات -لا تقوم بمساعدة ورعاية الشركات الناشئة فحسب بل تقوم أيضاً بتطويرها، وهذه المصانع تعتمد إلى حد كبير على التكنولوجيا العميقة وبالرغم من مواجهتها لتعقيدات تتعلق بالمسائل التكنولوجية في عملية الإنشاء .

بالنسبة لمصانع الشركات، تبدأ عملية إنشاء شركة ناشئة جديدة باستكشاف التكنولوجيا وتقييمها، حيث تمتلك هذه المصانع تحالفات استراتيجية مع المؤسسات البحثية ويقومون بشراء التكنولوجيا الخاصة بهم لإنشاء مشروع جديد. تسمى عملية البحث عن التقنيات الخارجية التي يمكن أن تحل مشاكل الشركة والبحث فيها، بالكشف (Scouting) أو الريادة في المجال التكنولوجي (Rohrbeck, 2007, p. 4). ويعرف الاستكشاف التكنولوجي بأنه عملية تسبق الاستعانة بمصادر داخلية للتكنولوجيا، هو إيجاد تطورات في العلوم والتكنولوجيا يمكن أن تكون مفيدة للشركة، لا سيما لتوليد الفرص، ويوفر الاستكشاف التكنولوجي اتصالات بمصادر تقنية خارج النطاق الطبيعي للخبرة، أي باختصار الاستكشاف التكنولوجي هو عملية مستمرة للشركات للحفاظ على قدرتها التنافسية.

2.2. نشأة مصانع الشركات

يختلف الباحثون في تحديد الظهور الأول لمصانع الشركات ولكن على العموم يمكن إرجاع النشأة الأولى إلى سنة 1996 من طرف شركة Idealab (قام Bill Gross بتأسيس شركة Idealab التي أسست بدورها

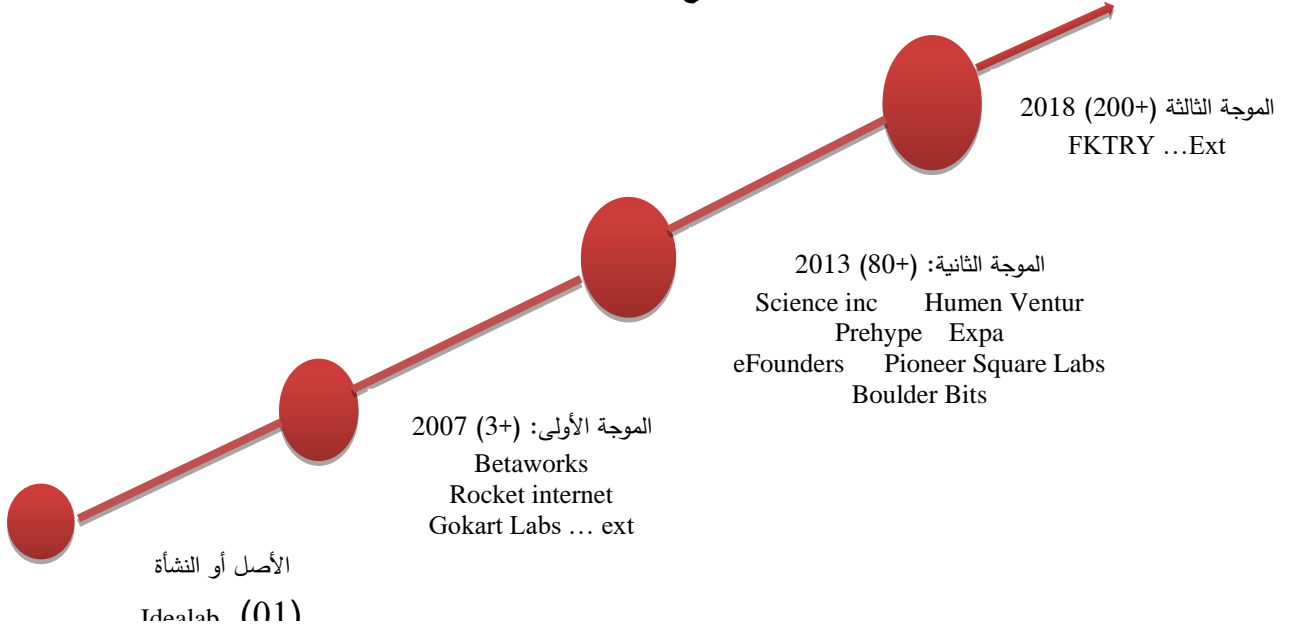
أكثر من 150 شركة) في الولايات المتحدة الأمريكية، من طرف المقاول الناجح Bill Gross. (Ehrhardt, 2018). في ذات الوقت الذي كانت فيه حاضنات الأعمال تنمو بشكل كبير، ولكن تجدر الإشارة أن مصانع الشركات لم تكن كأى نموذج للحاضنة. علاوة على ذلك؛ فإنه من الناحية التاريخية أستخدم مصطلح مصنع الشركات قبل 10 سنوات من قيام شركة Y Combinator من إطلاق نموذج مسرعات الأعمال، وبالتالي فقد كانت شركة Idealab سابقة لعصرها حيث استغرق الأمر حوالي 11 سنة حتى تظهر الموجة أو النسخة الأولى من أستوديوهات الشركات الناشئة أو مصانع الشركات ولا سيما تحت قيادة Betaworks و goKart Labs وأيضا العملاق Rocket Internet.

الجدير بالذكر أنه منذ سنة 1996 شركة Idealab هدفت إلى توفير 03 عناصر أساسية للشركات الناشئة تمثلت في: تمويل كبير للعمليات، الوصول إلى الاستشارات من الخبراء التقنيين، وأيضا الدعم المستمر في جميع مهام الشركات الناشئة، كما أن Bill Gross قام بالاستعانة بمجموعة كبيرة من المهندسين ورجال الأعمال والعلماء والباحثين من أجل تقييم التكنولوجيا المستعملة في الشركات الناشئة والقيام بتحسينها، فضلا عن تقليل الوقت وتكلفة تطويرها، فالميزة الكبيرة التي تمتعت بها شركة Idealab مقارنة مع جميع أنواع الدعم التجاري الأخرى أنها تدخلت في المرحلة الأولى من حياة الشركات الناشئة، حتى قبل تحديد المنتج والسوق، حيث في البداية يتم اختبار ومقارنة العديد من الأفكار داخلياً من أجل اختيار أكثر الأفكار ابداعاً، وفي خطوة ثانية يتم تعيين فريق بالمهمة لتحويل هذه الفكرة إلى شركة ناشئة أولاً، ثم القيام بتطوير هذه الشركة الناشئة داخل استوديو الشركات أو مصنع الشركات، وفي مقابل كل هذه المساعدة المقدمة والتي تمت إضافتها تأخذ شركة Idealab حصة في رأس مال الشركة الناشئة على أمل أن تكون الأخيرة رائدة ناجحة للغاية مستقبلاً.

ينبغي التنويه إلى أن شركة Idealab لا تحافظ على الشركات الناشئة التي تم إنشاؤها إلى أجل غير معروف في كثير من الأحيان، فبعد عدة سنوات؛ تتفصل عنها في شكل عروض فرعية يتم شراؤها، لذلك تباع الشركة الناشئة التي وصلت إلى مرحلة نضج معينة في تطورها، مع احتفاظ شركة Idealab بحصة في هذه الشركات الناشئة.

في البداية؛ أنشأت Idealab شركة ناشئة واحدة شهرياً، مع التركيز على الجودة. سرعان ما غير الاستوديو استراتيجيته بإعطاء أهمية أكبر للبحث واختيار الأفكار وجودة التطوير، وبالتالي، تباطأ الاستوديو نوعاً ما حيث أصبح يقوم بإنشاء أربع شركات ناشئة سنوياً، ويراد من ذلك أن يتم إنشاء شركات ناشئة أكثر طموحاً وريادة، مع أسس أفضل ولها تأثير أكبر، فإلى غاية وقتنا الحالي لا تزال Idealab من بين أفضل مصانع الشركات في العالم. (Badot, 2020، الصفحات 12-14)

الشكل 1: ظهور مصانع الشركات أو استوديو الشركات



Source: (Lawrence, Fulton, Narowski, & Hurwitz, 2019, p. 8)

في الأخير يمكن القول أنه منذ الانكماش الاقتصادي الذي عرفه العالم بداية من 2007 انتشر نموذج استوديوهات الشركات الناشئة وعرف نمو رهيبا بين عامي 2007 و2013 وصل إلى أكثر من 2500%، حيث وصل عدد هذه الأستديوهات إلى حوالي 80 أستديو بعد أن كان 03 مصانع للشركات فقط، وبداية من سنة 2018 وصل عددها إلى أكثر من 200 أستديو محققة نمو بأكثر من 250% في خمس سنوات فقط، ويتوقع أن تتضاعف مصانع الشركات أو أستديو الشركات الناشئة في سنة 2023. (Lawrence, Fulton, Narowski, & Hurwitz, 2019, صفحة 9)

الشكل 2: التوزيع الجغرافي لمصانع الشركات في العالم



المصدر: (Badot، 2020، صفحة 17)

يلاحظ من هذه البطاقة الانتشار الواسع لمصانع الشركات في الدول المتقدمة خاصة، أي في مركز نشأتها بالولايات المتحدة الأمريكية وأيضاً في أوروبا، كما يلاحظ أن هذا النموذج انتقل أيضاً إلى آسيا خاصة في الصين واليابان، أما بالنسبة للقارة الإفريقية فتكاد تنعدم مصانع الشركات، أما بالنسبة للدول العربية فهذا النموذج قليل جداً مقارنة مع مسرعات الأعمال وحاضنات الأعمال، فنلاحظ أن هذا النموذج موجود خاصة في المملكة العربية السعودية.

3.2. أهداف وخصائص مصانع أو أستوديوهات الشركات الناشئة: نحاول من خلال هذا العنصر استعراض أهم الأهداف والخصائص التي تنطوي عليها مصانع الشركات.

1.3.2. أهداف مصانع الشركات: تبرز أهم الأهداف المتعلقة بمصنع الشركات في إعطاء اهتمام كبير وعدم إغفال طموحات المستفيدين من الشركات أو الأفراد وتقديم التوجيه الاستراتيجي المتكامل للفريق الناشئ، وأيضاً تمويل الشركات الناشئة إلى الحد الذي يساعدها في الوصول إلى الأسواق المفتوحة لزيادة مبيعاتها وتحقيق الأرباح المرجوة. ويلاحظ هنا أن مصانع الشركات تنتهج منهاجاً يختلف تماماً عن نهج أصحاب رؤوس الأموال، ذلك أنها -مصانع الشركات- تشارك في مرحلة مبكرة جداً وبشكل مباشر في المهام اليومية المتعلقة بالشركات الناشئة، ومساعدتها على النمو بدعم قراراتها الاستراتيجية وضمان التمويل اللازم وأيضاً تزويدها بالخبرات والموارد اللازمة، وذلك كما أسلفنا الذكر بواسطة فريق متكامل ومتخصص من أجل مساعدتها في تحقيق النجاح والنمو والتوسع. وعموماً يمكن القول أن نموذج مصانع الشركات يعمل على تحقيق جملة الأهداف لعل أهمها:

- تقليل تكلفة التصنيع،
- تحسين جودة الإنتاج، حيث يهدف مصنع الشركات إلى إنتاج شركات ناشئة أفضل باتباع إجراءات مالية صارمة لتوليد مستويات عالية من الحيازات من الأسهم عالية القيمة؛
- الحد من عيوب التصنيع؛
- ضمان سير العمليات بطريقة موثوقة،
- زيادة الإنتاجية.

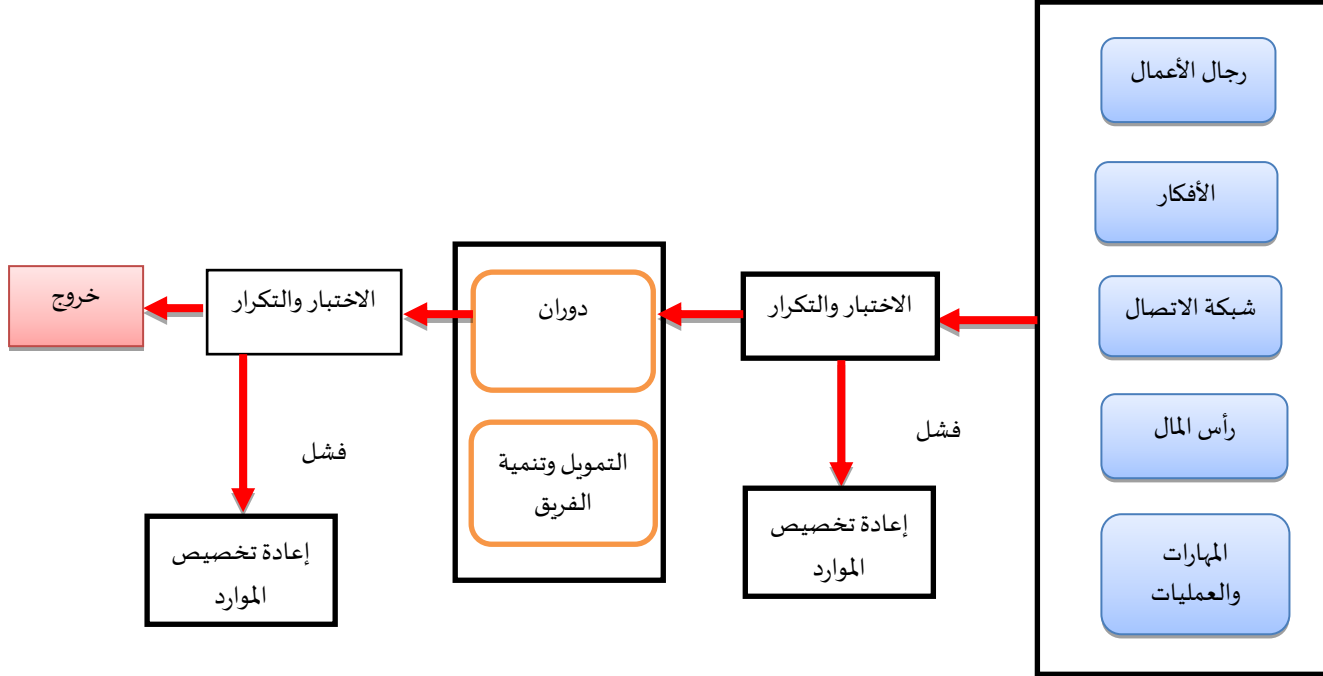
2.3.2. خصائص مصانع الشركات: تنطوي مصانع الشركات على مجموعة من الخصائص أهمها:

- يتم بدء المشاريع الناشئة داخل الشركة؛
- اتخاذ قرارات مستقلة بشأن الاستثمارات؛
- الاحتفاظ بحصة الأغلبية في مشاريعهم؛
- التركيز على التآزر في الحافظة وإعادة تدوير الموارد؛
- توفير التمويل (أولي، سلسلة أ، ... إلخ) للمشروعات المشاركة، يأتي جزئياً من المستثمرين في الشركة.

4.2 آلية تشغيل مصانع الشركات (أستوديو الشركات الناشئة): يعكس الشكل الموالي كيفية تشغيل

مصنع الشركات أو عملية بدء تشغيل مصنع الشركات.

الشكل 3: عملية بدء تشغيل مصنع الشركات



Source: (Lawrence, Fulton, Narowski, & Hurwitz, 2019, p. 06)

من أجل نجاحها في عملها، تقوم استوديوهات الشركات الناشئة بالاستعانة أولاً بفريق من الممولين ورجال الأعمال، الذين يولدون أفكارًا جديدة متعددة، حيث يتم اختبارها وتقييمها جيدًا، ويتم بعد ذلك دعم الأفكار المختارة بالتكنولوجيا (التقنية) ورأس المال والموارد، وفي حالة فشل الفكرة، سيتم إعادة تخصيص الموارد. ومع ذلك، إذا ثبت أن الفكرة تنطوي على إمكانيات ممكنة مستقبلاً سيتم تعيين فريق متخصص ثم توسيع نطاق الجولة الأولية، وسيتم إنشاء شركة ناشئة مستقلة ودماجها. ثم بعد ذلك، يتم توسيع نطاق الشركة الناشئة على غرار المرحلة السابقة. أما في حالة فشل الشركة الناشئة في التوسع، هنا يتم إعادة تعيين الموارد مرة أخرى. ومع ذلك، في حالة نمو الشركة الناشئة بنجاح، سيحاول مصنع الشركات الخروج من الشركة ثم تكرار العملية بأكملها عدة مرات بأفكار متعددة بشكل متكرر. (Lawrence, Fulton, Narowski, & Hurwitz, 2019, pp. 6-7)

بشكل عام يمكننا القول أن طريقة عمل مصنع الشركات تهدف إلى زيادة معدلات نجاح الشركات الناشئة بنسبة تتعدى 90%، عبر اتباع استراتيجيات تساعد على تخفيض تكاليف تشغيلها وإدارة مخاطرها، وأيضا زيادة مدلات نموها وتوسعها من أجل مساعدتها على دخول أسواق العمل بكفاءة كبيرة، وهذا اعتمادا على مبدأ مشاركة الموارد الداخلية عند تشغيل الشركات الناشئة والاستفادة من الكفاءات

التقنية وأيضاً التسويقية، حيث يستمر دعم الشركات الناشئة من مرحلة توليد الأفكار وطرحها إلى غاية النجاح في تنفيذ المشروع وتحقيقه للأرباح بصورة كاملة.

5.2. المقارنة بين مصانع الشركات ومسرعات الأعمال والحاضنات التقليدية:

يمكن إبراز أهم أوجه المقارنة بين مصانع الشركات ومسرعات الأعمال وأيضاً الحاضنات التقليدية من خلال الجدول رقم (01).

الجدول 1: أوجه الاختلاف بين الحاضنات التقليدية ومسرعات الأعمال ومصانع الشركات

أوجه المقارنة	الحاضنات التقليدية	مسرعات الأعمال	مصانع الشركات
النشأة أو الأصل	1959 من طرف عائلة Mancuso	Y Combinator-2005	1997 شركة Idealab 2007 شركة Rocket Internet
فترة الحضانة	متوسطة - بضعة سنوات	قصيرة - من 3 إلى 6 أشهر	طويلة - يمكن أن تصل إلى 5 سنوات أو حتى 7 سنوات
الموارد	الموارد المادية والإجراءات وتقديم المشورة ← الدعم.	تمويل، تجارب يومية، تكنولوجيا أو التقنية، تسريع.	التمويل، تطوير تشغيلي كامل ← خلق أو ابتكار.
مصدر الدخل	الإيجار، ويكون أحيانا عن طريق المشاركة في رأس المال	حصة صغيرة في رأس المال (المسرعات الخاصة)	حصة كبيرة في رأس المال
العائد (شركة ناشئة في السنة)	العشرات من الشركات الناشئة في السنة	العشرات من الشركات الناشئة في السنة	من 02 إلى 04 شركات ناشئة
مرحلة الشركة الناشئة	مرحلة مبكرة / النضج	مرحلة مبكرة	خلق الشركة / مرحلة مبكرة
الهدف من الخروج (كيف يكون الخروج)	خروج بطيء: الاكتتاب أو الاستحواذ	زيادة اهتمام المستثمرين المستقبليين	خروج بطيء: الاكتتاب أو الاستحواذ

المصدر: (Badot, 2020, p. 12)

يمكن القول إن النقاط المشتركة بين النماذج الثلاثة هي تنمية الكوادر أو الموارد البشرية في الشركات الناشئة وتنمية قدراتهم، وأيضاً إعطاء الاستشارات وأيضاً تقديم الدعم في مجال الإدارة والدعم الفني وأيضاً القانوني وأيضاً الاستشارات. أما بالنسبة لأوجه الاختلاف فهي متعددة، فمثلاً فترة حضانة مصانع الشركات هي الأطول نسبياً مقارنة مع مسرعات الأعمال والحاضنات، كما أن إنشاء شركات ناشئة يختلف من نموذج إلى آخرى ويلاحظ بأن مصانع الشركات تُنشأ في المتوسط بين شركتين إلى

04 شركات ناشئة خلال السنة، أما بالنسبة لمرافقة هذه النماذج فنلاحظ أن الحاضنات التقليدية ومسرعات الأعمال ترافق الشركات الناشئة في مرحلة مبكرة غير أن الحاضنات تبقى إلى غاية نضج هذه الشركات، بينما تهدف مصانع الشركات إلى خلق شركات ناشئة مرافقتها من مرحلة مبكرة في دورة حياتها إلى غاية انشائها وأيضاً بعد الإنشاء.

6.2. عوامل نجاح وفشل مصانع الشركات أو أستوديو الشركات الناشئة:

حسب (Szigeti A, 2019) فإن نموذج مصانع الشركات يحتوي على نقاط قوة ونقاط ضعف نوجزها كما يلي:

1.6.2. نقاط القوة في نموذج مصنع الشركات: تتمثل بشكل عام في النقاط الاتي ذكرها.

- تعتبر استوديوهات الشركات الناشئة من وجهة نظر المستثمر مفيدة للغاية، ذلك أنها تساهم في تنوع الاستثمار لأن الاستوديو يبني مجموعة متنوعة من الشركات الناشئة بمرور الزمن الأمر الذي يؤدي إلى تقليل المخاطر؛
- في العادة عندما يتم انشاء مؤسسة ناشئة من طرف رائج الأعمال لوحده وفشلت فهذا على الأرجح يمثل نهاية اللعبة بالنسبة له، حيث تضيع الموارد وعليه البداية مرة أخرى من الصفر، لكن بالنسبة لمصانع الشركات فالأمر عكسي تماماً، حيث يعتبر فشل المشروع جزءاً لا يتجزأ من العملية لكن لا يمارس تأثيراً كبيراً حيث يتم هنا نقل الموارد إلى شركة ناشئة أخرى؛
- بالإضافة إلى تقليل المخاطر على المستثمرين فإن العائد على الاستثمار يكون أعلى بكثير من النماذج الأخرى (الحاضنات والمسرعات)، لأن مصنع الشركات يستحوذ على حصة كبيرة من رأس مال الشركة الناشئة التي يقوم بتطويرها تصل أحيانا إلى 95%؛
- غالبا ما تكون فعالية مصانع الشركات أعلى من فعالية الحاضنات ومسرعات الأعمال، حيث قارن Szigeti بين أكثر من 21 شركة ناشئة والتي مرت بمسرعات مع أفضل 21 شركة ناشئة خرجت من مصانع الشركات، وجد أن الشركات الناشئة من النوع الأول قد حصلت على أموال أكثر بنسبة 105% من الشركات الناشئة في مصنع الشركات، ولكن وجد أن متوسط معدل نمو الشركات الناشئة التي أنشأها مصنع الشركات أعلى بنسبة 26% من معدل نمو الشركات الناشئة التي مرت عبر مسرع.

في الأخير يمكن القول وحسب دراسة قام بها كل من Scheuplein et Kahl إن مصانع الشركات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بخلق فرص العمل (ارتباط إيجابي بين أستوديو الشركات الناشئة ومعدلات التوظيف) مقارنة مثلاً مع مسرعات الأعمال، حيث يمكن أن يخلق الأستوديو الواحد حوالي 115 وظيفة في المتوسط. (Scheuplein & Kahl, 2017)

2.6.2. نقاط القوة في نموذج مصنع الشركات: بالرغم من نقاط القوة التي يتمتع بها نموذج مصنع

الشركات إلا أنه يعاني من مجموعة من نقاط الضعف نوجزها كما يلي:

- عادة يعاني الفريق الذي يقوم بإنشاء الشركة الناشئة بضعف كبير في التحفيز، ذلك بالنظر إلى الحصة الكبيرة التي يأخذها مصنع الشركات في رأس مال الشركات الناشئة، بينما يتحصل الفريق على جزء ضئيل من رأس المال مقابل تطوير الشركات الناشئة؛
- نظراً لنشاطه، يحتاج أستوديو الشركات الناشئة إلى الكثير من الموارد حتى يتمكن من تطوير العديد من الشركات الناشئة في نفس الوقت، وعليه فإن متطلبات تمويل مصنع الشركات تعتبر كبيرة مقارنة مع مسرعات الأعمال والحاضنات، وهذا الأمر يعتبر عائق كبيراً أمام إنشاء هذا المصنع؛
- هناك عائق أيضاً يواجه هذا النموذج، وهو في حالة نجاح شركة ناشئة أكثر من مصنع الشركات، أيهما سيتم اختياره في هذه الحالة

3. نموذج مصنع حاضنات ومسرعات الأعمال ببيك (BIAC) في المملكة العربية السعودية 1.3. واقع

البيئة الحاضنة لريادة الأعمال والشركات الناشئة في السعودية:

تعتبر المملكة العربية السعودية أكبر قوة اقتصادية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بفضل امتلاكها احتياطي كبير من النفط (أكبر احتياطي نفط في العالم)، الأمر الذي دفعها لتقديم العديد من المبادرات بهدف تنويع اقتصادها القائم على النفط، حيث في سنة 2016 أطلقت حكومتها رؤية المملكة العربية السعودية 2030 تتضمن مخططاً اقتصادياً من شأنه تحقيق النمو الاقتصادي على المدى البعيد، وعليه فإن هذه الرؤية تهدف إلى الحد من الاعتماد على الاقتصاد المركزي والانتقال إلى سياسات السوق المفتوحة لإتاحة الفرصة أمام ريادة الأعمال والقطاع الخاص من أجل لعب دور ريادي في عملية التنمية الاقتصادية، مما أتاح لها تصدر ريادة الأعمال للتخطيط الاقتصادي الاستراتيجي في المملكة. (عساف، 2017، الصفحات 5-6)

الجدير بالذكر أن المملكة العربية السعودية تضم العديد من القطاعات المربحة للشركات الناجحة، مثل التجارة الإلكترونية والإعلام والرعاية الصحية والتكنولوجيا النظيفة وتكنولوجيا التعلم.

1.1.3 مجال التجارة الإلكترونية والإعلام: بالنظر لحجم الإيرادات المحققة في مجال التجارة

الإلكترونية داخل المملكة العربية السعودية والذي عرف تطور كبيراً خاصة في السنوات الأخيرة (2019-

2021) كما يمثل الجدول الموالي:

الجدول 2: إيرادات التجارة الإلكترونية في السعودية بحسب الفئة (الوحدة: ملايين الدولارات)

السنوات	الأحذية والملابس	الإلكترونيات الاستهلاكية	المواد الغذائية ومستحضرات التجميل والأدوية	الأثاث والأجهزة المنزلية	الاهتمامات الخاصة	الإجمالي
2019	2174.6	2057.7	517.7	968.2	1232.8	6951
2020	2461.3	2266.6	583.7	1111	1364.3	7787
2021	2774.8	2473.2	652.3	1218.10	1524.10	8642

المصدر: (عساف، 2017، صفحة 41)

من الجدول يلاحظ أن هناك نموا كبيرا عرفته المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة، حيث ارتفع إجمالي هذا السوق بنحو 11% إجمالاً بين سنتي 2020 و2021، وهذا الأمر يعطي ميزة كبيرة للشركات الناشئة التي يمكن أن تستثمر في قطاعي الإعلام والتجارة الإلكترونية، ومثال ذلك التجارة الإلكترونية عبر المحمول بالنظر إلى أن المملكة تحتل المرتبة الثالثة عالمياً من حيث استخدام الهواتف المحمولة، وبالتالي لجوء هؤلاء المستعملين لدفع ثمن مشترياتهما من خلال تطبيقات الهاتف، الأمر الذي يجعل من هذا المجال مجالاً خصباً أما الشركات الناشئة ورواد الأعمال من أجل الاستثمار فيه.

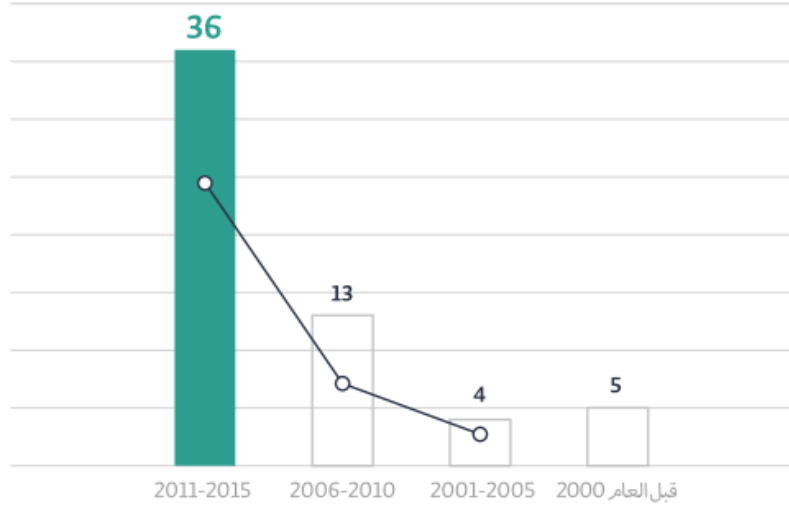
2.1.3. مجال الرعاية الصحية: إن الشركات الناشئة التي تعمل على دمج الخدمات الصحية الرقمية باستخدام سجلات المرضى مع وسائل التكنولوجيا من الممكن أن تساعد في مكافحة الأمراض المزمنة، كداء السكري والبدانة مثلاً، كما يمكن للشركات الناشئة التي تقوم بتجميع بيانات كبيرة من تقديم خدمات الرعاية الصحية بكفاءة كبيرة، وذلك من خلال رصد الأمراض المزمنة.

3.1.3. مجال التكنولوجيا النظيفة: بالنظر لامتتع المملكة العربية السعودية بموقع استراتيجي من شأنه جذب رواد الأعمال والشركات الناشئة للاستثمار في قطاع التكنولوجيا النظيفة، حيث من المتوقع أن تتفق الحكومة أكثر من 109 مليار دولار على البنية التحتية للطاقة الشمسية بحلول سنة 2040، علماً أن إجمالي الاستثمارات العالمية في مجال الطاقة الشمسية بلغ 136 مليار دولار سنة 2014، وتخطط حكومة المملكة أيضاً لزيادة حصتها من الطاقة المتجددة إلى الثلث بحلول العشرين سنة القادمة. وبالتالي فإنه أمام الشركات الناشئة فرصة كبيرة للاستثمار في هذا المجال خاصة ما تعلق بإدارة الطاقة المنزلية الذكية وأيضاً الأنترنيت الصناعي وتحلية المياه.

الشكل الموالي يعكس عدد الشركات الداعمة لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية قبل سنة

2020.

الشكل رقم (04): عدد المؤسسات الداعمة لريادة الأعمال التي تم إطلاقها في المملكة العربية السعودية قبل سنة 2020



المصدر: (عساف، 2017، صفحة 7)

تجدر الإشارة إلى أن المملكة العربية السعودية تحتل مراكز تنافسية وضعتها في المقدمة قبل العديد من الدول في مجال ريادة الأعمال والتقنية والاقتصاد الرقمي، الأمر الذي يؤكد النجاح الكبير على مسار ريادة الأعمال سواء باتجاه الجانب التشريعي أو حتى القانوني أو تسيير الإجراءات ودعم رواد الأعمال، حيث حصلت السعودية على المركز السابع متقدمة بعشر مراتب عن سنة 2019، وأيضاً احتلت المركز الثالث من حيث السياسات الحكومية الداعمة لريادة الأعمال ضمن التقرير الصادر عن المرصد العالمي لريادة الأعمال سنة 2020. كما أن المملكة تقوم بتسهيل الحصول على الترخيص والسجل التجاري لأي شركة ناشئة 180 ثانية، كما تتعدد الجهات الداعمة والموجهة لرواد الأعمال بها، حيث تعمل على تقديم التدريب والتوجيه باستعمال العديد من البرامج التأهيلية وأيضاً منصات متخصصة في التدريب المتقدم التي يحتاجها رائد الأعمال في بداية انشاءه لمشروعه الناشئ. (ريادة الأعمال الرقمية -الدليل الإرشادي-، 2022، صفحة 5)

2.3. الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية:

خلال النصف الأول من سنة 2020 تم استثمار 95 مليون دولار في المملكة العربية السعودية بزيادة تجاوزت 102% عن ذات الفترة من سنة 2019، حيث شمل هذا الاستثمار جولات تمويل رئيسية لشركتي توصيل طلبات الطعام والتموين، الأولى لشركة "جاهز" بقيمة 36.5 مليون دولار والثانية بقيمة 18 مليون لشركة "نعناع". كما تم استثمار 32 مؤسسة استثمارية في الشركات الناشئة في السعودية في نفس الفترة من سنة 2020، بشراكات متنوعة بين المملكة والإمارات العربية المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، حيث يتصدر قطاع التجارة الإلكترونية باقي القطاعات الأخرى خاصة في ظل نمو التجارة الإلكترونية لتجزئة الغذاء، وأبرز هذه الشركات **نجد قولدن سنت** (Golden Scent) وشركة **حصيل**

وشركتي حاصل وسيارة، كل هذا دفع بالعديد من الجهات الحكومية أن تطلق مبادرات للتعامل مع تحديات جائحة كورونا (Covid_19) ، حيث شهدت العديد من الشركات الناشئة زيادة في أعمالها كما ساهمت بشكل كبير في تسهيل الحياة اليومية للمستهلكين في المملكة. ان التنامي في نشاط التجارية الإلكترونية والتعليم عبر منصات التعليم الإلكترونية أدى إلى زيادة كبيرة في أعداد المستخدمين على بوابات الدفع والمحافظ الإلكترونية، مما انعكس إيجاباً على شركات التقنية المالية الناشئة وأبرز هذه الشركات نجد: Lendo ومنافع وأيضاً PayTabs. كما يلاحظ هنا أيضاً أن الشركات الناشئة في التعليم من الطفرة في الطلب على التعليم عالي الجودة عبر الأنترنت، وتعتبر شركات شروح وفهيم وأكاديمي وnoon أهم الشركات الناشئة في مجال التعليم (تقرير الإستثمار الجريء في المملكة العربية السعودية للنصف الأول من عام 2020، 2020، الصفحات 4-5)

3.3. شركة حاضنات ومسرعات الأعمال بياك في المملكة العربية السعودية:

يعتبر مصنع الشركات "بياك" تابعا للشركة السعودية للتنمية والاستثمار التقني (تقنية) المملوكة بالكامل لصندوق الاستثمارات العامة، وهي أكبر الشركات الرائدة والممكنة للابتكار وتطوير بيئته في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال بناء وتشغيل ودعم بيئة الابتكار وأيضاً نقل التقنية، إلى جانب إدارة المشاريع في جميع قطاعات الأعمال المختلفة، كما تعمل على إدارة المشاريع ودعم الأعمال بالاستشارات المتخصصة وخدمات التدريب.

شركة حاضنات ومسرعات الأعمال "بياك" هي أول شركة مرخصة في المملكة العربية السعودية لإدارة حاضنات ومسرعات الأعمال حيث تشغل وتقوم بإدارة العشرات منها في السعودية، في هذا الأمر حصدت العديد من الجوائز العالمية والمحلية كأفضل شركة مشغلة لحاضنات ومسرعات الأعمال في الشرق الأوسط والمملكة العربية السعودية، كما خلقت برامج الابتكار أكثر من 3000 وظيفة بشكل مباشر وأيضاً 200 ألف وظيفة بشكل غير مباشر. (<https://biac.com.sa/>، 2021).

1.3.3. مجالات عمل شركة بياك: تتعدد مجالات عمل شركة حاضنات ومسرعات الأعمال "بياك" وأهم هذه المجالات نجد: (<https://biac.com.sa/>، 2021)

1.1.3.3. إدارة الابتكار: حيث تقوم الشركة بإدارة وأيضاً تشغيل مختلف البرامج التي تهدف إلى تعزيز بيئة الابتكار داخل المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال:

- المعسكرات التدريبية والمراكز البحثية؛
- برامج التدريب المتخصصة والمخيمات التدريبية -الافتراضية-؛
- معامل الابتكار وإدارة المجتمع التقني؛

2.1.3.3. إدارة خدمات شركات الابتكار: وذلك من خلال:

- تطوير الأعمال والخدمات الإلكترونية؛

- دعم دخول الشركات العالمية للسوق المحلي وتقديم الخدمات اللوجيستية.

3.1.3.3. دعم الابتكار: حيث تحرص شركة الحاضنات ومسرعات الأعمال "بياك" على تقديم خدمات شاملة من أجل تغطية حاجات خدمات الأعمال سواء للقطاع العام أو حتى القطاع الخاص، حيث تتمثل جملة الخدمات المقدمة في:

- إدارة وتطوير الكوادر البشرية؛
- خدمات في مجالات: تقنية المعلومات، التسويق والاتصال، إدارة المشتريات وأيضاً الجوانب القانونية؛
- خدمات إدارة الحسابات والشؤون المالية وأيضاً خدمات المشاريع الهندسية والمرافق.

2.3.3. مشاريع شركة الحاضنات ومسرعات الأعمال بياك: تتعدد المشاريع المتعلقة بمصنع الشركات بياك، نوجز البعض منها كما يلي: (<https://biac.com.sa/>، 2021)

- مراكز تطوير سلاسل الإمداد: حيث تقوم هذه المنصة بربط أصحاب المصلحة في مجال الإنتاج والهندسة الصناعية، وتقسم إلى 5 مكونات أساسية هي الخدمات الهندسية، بوابة المستثمرين وبوابة الطلب الصناعي، مراكز تطوير المنتجات وتطوير الكوادر البشرية.
- مركز الابتكار للتعلم 4: وهو مركز للتعلم الرقمي يركز على انشاء المحتوى ونقل المعرفة ولق فرص عمل، كما يهدف هذا المركز على رفع مستوى المواطنين السعوديين.
- مسرعة القطاع الصحي: تم إطلاق هذه المسرعة من طرف مؤسسة منشآت بالتعاون مع وزارة الصحة السعودية والتي يشغلها فريق من شركة بياك ضمن مراحلها المختلفة، وتتضمن مسرعة الأعمال هذه مشاركة 78 فريق في المسرعة، وانضمام 12 مشروع متأهل من المعسكر التدريبي وأيضاً محاضرات وبرامج تدريبية وورشات عمل.
- حاضنة ومسرعة الاعمال بجامعة جازان: تم انشاء حاضنة ومسرعة (Jnnov8) بهدف احتضان المشاريع الريادية الأكثر تميزاً، حيث يتم منحهم مقراً ومساحات عمل وامكانية الوصول إلى المرشدين في مختلف المجالات الإدارية والمالية والقانونية.
- مسرعة الحرمين التقنية: تم انشاءها بالتعاون مع العديد من الشركاء الآخرين على غرار برنامج خدمة ضيوف الرحمان والاتحاد السعودي للأمن السيبراني، حيث تضمنت هذه المسرعة انضمام 30 مشروعاً وورشات وجلسات ارشاد، كما تم تخريج 26 مشروعاً والاستثمار فيهم.
- برنامج بادر لحاضنات ومسرعات التقنية: يسعى هذا البرنامج إلى تطوير وتفعيل حاضنات الأعمال التقنية إضافة إلى تعزيز ريادة الأعمال وتحويل المشاريع والبحوث التقنية إلى فرص

تجارية ناجحة، وتشتمل إدارة وتشغيل برنامج بادر من طرف شركة بياك تشغيل وإدارة 8 حاضنات 04 مسرعات في 07 مناطق مختلفة في المملكة العربية السعودية.

- **مركز دنلي للأعمال:** أنشئ سنة 2016 في الرياض من أجل تقديم الخدمات غير المالية لأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تتمثل هذه الخدمات في التدريب والاستشارات والإرشاد، ويعتبر أهم ما حققه هذا المركز تقديم برامج تدريبية لـ 690 شركة كما بلغ عدد المستفيدين 376 شخص.

- **برنامج كامن لرفع القدرات التصنيعية:** يهدف هذا البرنامج لتعزيز قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث قدم أكثر من 1400 استشارة وتدريب أكثر من 800 متدرب، إضافة إلى تقديم خدمات التدريب والتطوير الهندسي والفني والإداري، وأيضا تقديم خدمات وأدوات سحابية في المجال الصناعي والهندسي.

- **برنامج المسار السريع للابتكار (INNOVATION EXPRESWAY):** يقوم هذا البرنامج بتبني المعلومات المتبادلة والابتكار بين المملكة العربية السعودية والولايات المتحدة الأمريكية حيث يوسع إمكانات التوسع الدولي والفرص الاستراتيجية وهذا من خلال دعم الأفكار التقنية المبتكرة، مما يؤدي في النتيجة إلى خلق فرص لرواد الأعمال وطلبة الجامعات، كل هذا من خلال تمكين الشركات الناشئة من الحصول على التمويل والدعم اللوجستي، وأيضا تقديم خدمات المرافق والتسهيلات الحكومية ومساعدة الشركات على الظهور الإعلامي من خلال عدة خدمات تسويقية مقدمة...إلخ.

- **مركز الابتكار السعودي لتقنيات المياه:** تم إنشائه بالتعاون بين المؤسسة العامة لتحلية مياه البحر والهيئة العام للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، من أجل تعزيز الابتكار وأيضا دعم رواد الأعمال لتطوير أعمالهم وتحويلها إلى خدمات وأيضا منتجات تجارية في مجال تقنية المياه لمواكبة أهداف رؤية المملكة 2030، من خلال إدارة وتشغيل حاضنات الأعمال في مجال تقنية المياه، وأيضا تشغيل الشبكة السعودية لتقنيات المياه.

3.3.3. النتائج المحققة من طرف شركة مسرعات وحاضنات الأعمال بياك: لقد حققت شركة بياك

النتائج الملموسة التالية إلى غاية سنة 2021:

- ساهمت شركة بياك في خلق حوالي 2053 وظيفة؛

- 700 شركة تقنية مستفيدة قامت شركة بياك بدعمها؛

- قامت الشركة بتطوير قدرات 200 شركة ناشئة؛

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

- تم الوصول بواسطة الشركة إلى قرابة مليون مستفيد ومستفيد عبر اللقاءات؛
- وصل إجمالي الجولات الاستثمارية التي قادتها الشركة إلى 81 مليون؛
- ساهمت الشركة في اصدار 68 براءة اختراع؛
- قدمت الشركة استشارات وتوجيهات وارشادات لحوالي 50000 عميل؛
- كان للشركة أثر كبير على زيادة الناتج المحلي الإجمالي في المملكة العربية السعودية (حوالي 2.1 مليار ريال سعودي).

4.3. دور مصنع الشركات (Venture Builder) في دعم الشركات الناشئة وتحقيق التنمية المستدامة:

لقد دفعت حاجة المستثمرين لتوجيه استثماراتهم نحو المشاريع المحققة لقيمة مضافة وبمنهجية مبتكرة، ظهر هذا المفهوم الجديد بما يتناسب مع هذه المتطلبات وقد سمي كما رأينا مصنع الشركات، حيث تعدد المصطلحات التي أطلقت عليه ومنها نموذج بناء الشركات أو أستوديو الشركات الناشئة، ولو عدنا للغة الإنجليزية سنجد الكثير من المصطلحات التي أطلقت على هذا النموذج ومن أمثلتها: Startup Studio، Venture Builder، Startup Factory إلى غير ذلك من التسميات (Lawrence، Fulton، Narowski، و Hurwitz، 2019، صفحة 10). إن هذا النموذج جاء بهدف دعم الشركات الناشئة تحت سقف واحد، من خلال تقديم خدمات في مجال الموارد البشرية لتمكين المشاريع من تحقيق أهدافها المخطط لها، وأيضا رفع مستوى خدماتها خلال المرحلة الأولى لحياتها، نظرا لحاجة الشركات الناشئة إلى الاستعانة ببعض المصادر الخارجية المتخصصة لأدراهم الموارد البشرية لضمان جودة مخرجات الشركة.

- وتحت شعار نمكن الابتكار لبناء اقتصاد أكثر تنوعا واستدامة، عملت شركة بيباك خلال السنوات الماضية ومنذ انشائها مع الشركات الناشئة وغيرها من أجل تقديم الخدمات الاستشارية لها، فقد اعتمدت الشركة في تعاملاتها وخدماتها على الابتكار عبر تشجيع الشركات الناشئة في التعامل مع منتجاتها وعملياتها وادارتها بمرونة كبيرة، حيث أن الابتكار لم يقتصر على المنتجات فحسب وأيضا على العمليات الداخلية، وخلق طرق جديدة ومبتكرة في الإنتاج والتوزيع وأيضا البيع.
- لقد أضحت الابتكار في العصر الحالي من الضروريات الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة في مختلف القطاعات، ولهذا جاءت الابتكارات المختلفة في مجال السيارات الكهربائية والزراعة العضوية والطاقات المتجددة والتعليم الإلكتروني، حيث تهتم حكومة المملكة العربية السعودية في دمج هذه المبادرات ضمن خططها المستقبلية من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، بما يحقق مصلحة الفرد بالدرجة الأولى.

4. خاتمة

من خلال دراستنا هذه تعرفنا على نموذج من النماذج الداعمة والراعية للمؤسسات الناشئة ألا وهو مصنع الشركات أو أستوديو الشركات الناشئة، وقد لا حظنا أن ظهور هذا النموذج كان حيناً مقارنة مع الحاضنات ومسرعات الأعمال، كما أنه يختلف كثيراً عنهما في كثير من الأمور، سواء من حيث فترة حضانة الشركات الناشئة أو من حيث الأهداف أو من ناحية نوع الدعم المقدمة والامتلاك في رأس مال الشركة. كما تطرقنا في دراستنا إلى بيئة ريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية وواقع الشركات الناشئة، وأخيراً تطرقنا إلى شركة حاضنات ومسرعات الأعمال بياك التي تعتبر مصنع للشركات وأول شركة مرخصة في السعودية لإدارة حاضنات ومسرعات الأعمال، تدير وتشغل أكثر من 10 حاضنات ومسرعات في المملكة العربية السعودية، وفي هذا المجال حصلت على العديد من الجوائز المحلية والعالمية كأفضل شركة مشغلة للحاضنات ومسرعات الأعمال في الشرق الأوسط.

إن استعراض دراستنا هذه مكننا من الوصول إلى جلة النتائج التالية:

- يختلف مفهوم مصانع الشركات عن الحاضنات ومسرعات الأعمال بشكل كبير، ويمكن ارجاع ذلك إلى طريقة ونمط الحضانة الذي تقوم به مصانع الشركات؛
- من المزايا الأساسية التي يتمتع بها نموذج مصنع الشركات هي أنها تساهم في رفع الاستثمار وزيادة كفاءة الشركات الناشئة؛
- تعتبر البيئة الحاضنة لريادة الأعمال جيدة جداً مقارنة مع الدول الأخرى، بالنظر للعديد من العوامل أهمها الموقع الاستراتيجي للمملكة وأيضاً الإمكانيات المادية الضخمة؛
- تساهم مصانع الشركات بشكل كبير في تحقيق التنمية المستدامة في الدولة، فكما رأينا بالنسبة لشركة بياك وجدنا أنها وفرت العديد من الوظائف وحققت مشاريع ريادية في مجالات عديدة كالطاقة النظيفة وتنقية المياه...إلخ؛
- ساعد مصنع الشركات بياك الكثير من رواد الأعمال في الوصول إلى تحقيق مشاريعهم على أرض الواقع، كما أسهمت في الوصول إلى الكثير من براءات الاختراع.

في الأخير يمكن القول إن هذا النموذج الفريد من نوعه في امكانياته وطاقاته وسيرورة عمله يحتاج أيضاً إلى بيئة تساعده على دعم رواد الأعمال ومساعدتهم في تحقيق مشاريعهم، ويعتبر نموذج شركة بياك من النماذج التي يمكن أن يُحتذى بها في الدول العربية بصفة عموماً وفي الجزائر بصفة خاصة.

المراجع

- Badot, M. M. (2020). Analyse de l'émergence des startup studios : Quels sont les enjeux des startup studios wallons et bruxellois ? Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, Belgique: DIAL Digital access to libraries. Récupéré sur <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:26069>
- Ehrhardt, J. (2018, oct 15). The Origin and Evolution of the Startup Studio. Récupéré sur <https://medium.com/global-startup-studio-network/the-origin-and-evolution-of-the-startup-studio-3e442c35d21>.
- <https://biac.com.sa/>. (2021). Récupéré sur موقع شركة بياك.
- <https://www.cledara.com/blog/top-50-venture-builders-in-europe-2021>. (2021, January 25). Récupéré sur www.cledara.com: <https://www.cledara.com/blog/top-50-venture-builders-in-europe-2021>
- Lawrence, J., Fulton, K., Narowski, P., & Hurwitz, J. (2019, March). The rise of Startup Studios -white paper-. (N. Zasowski, P. Riley, B. Stanley, & J. Hurwitz, Éds.)
- Maximilian, H. (2020). Understanding the startup Studio incubation Model. Master degree in Knowledge-based entrepreneurship. Suède.
- PERRARD, C. (2019). Startup Studios emerge as a growing force. Lille: Sparkling Partners .
- Rohrbeck, R. (2007, January 9-12). Technology Scouting - A case study on the Deutsche Telekom Laboratories. (I. A. Confernce, Éd.) Récupéré sur <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/5699/>
- Scheuplein, C., & Kahl, J. (2017, November). Do Company Builders Create Jobs? Examining the Rise of Incubation Finance in Germany. (I. A. Technik, Éd.) IAT Discussion Papers, 17(01), 1-19. Récupéré sur <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/54946>
- تقرير الإستثمار الجريء في المملكة العربية السعودية للنصف الأول من عام 2020 (2020)، تقرير MAGNiTT برعاية الشركة السعودية للإستثمار الجريء.
- ريادة الأعمال الرقمية -الدليل الإرشادي -.المملكة العربية السعودية، (2022)، مركز ريادة الأعمال الرقمية -وزارة الإتصالات وتقنية المعلومات.-
- عساف، ط. (2017) المملكة العربية السعودية: واقع البيئة الحاضنة لريادة الأعمال. مختبر ومضة للأبحاث.

المؤسسات الناشئة الخضراء توجه جديد لتحقيق الاقتصاد الأخضر - التجربة الألمانية

نموذجاً -

Green startups a new approach to the green economy - the German experience as a model-

د. محمد بوظلعة * ط. د شهيرة علوان **

*: المركز الجامعي عبد الحفيظ بولصوف-ميلة، m.boutellaa@centre-univ-mila.dz؛

** :المركز الجامعي عبد الحفيظ بولصوف-ميلة، c.alouane@centre-univ-mila.dz

الملخص

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على نمط إبتكاري مستحدث من المؤسسات وهو المؤسسات الناشئة الخضراء، التي تتميز بالتوجه القوي نحو أهداف التنمية البيئية والاجتماعية، من خلال عرض المفاهيم المتعلقة بالمؤسسات الناشئة عموماً والمؤسسات الناشئة الخضراء خاصة مع ذكر أهم الخصائص التي تميزها وأهم العقبات التي تواجهها بالجزائر، مع الإشارة إلى التجربة الألمانية بمزاياها والتحديات التي تواجهها، وقد خلصت الدراسة لأن الاستثمار في هذا النوع من المؤسسات يساهم بشكل فعال في حماية البيئة والتحول نحو الاقتصاد الأخضر، وأن أهم ما يعيق هاته المؤسسات في ألمانيا هو التمويل الكافي.

الكلمات الدالة: [المؤسسات الناشئة، الأعمال الخضراء، المؤسسات الناشئة الخضراء،

تحديات المؤسسات الناشئة الخضراء بالجزائر]

ABSTRACT

The study aimed to shed light on a new innovative pattern of institutions, which is green emerging institutions, which are characterized by a strong orientation towards the goals of environmental and social development, by presenting the concepts related to emerging institutions in general and green emerging institutions in particular, with a mention of the most important characteristics that distinguish them and the most important obstacles they face in Algeria. With reference to the German experience with its advantages and the challenges it faces, The study concluded that investing in this type of institution effectively contributes to protecting the environment and the transition towards a green economy, and that the most important thing that hinders these institutions in Germany is adequate funding.

Keyword: [startups, green businesses, green startups, challenges of green startups in Algeria]

1. المقدمة

يعتبر التوجه نحو الاقتصاد الأخضر أحد أهم التحديات التي يطرحها القرن الواحد والعشرون، للتقليل من إستنزاف الموارد البيئية وكذا المخلفات الصناعية ذات الأثر السلبي على البيئة، وذلك يتطلب إستراتيجية مستدامة تضمن التغيرات في أنماط الإستهلاك والإنتاج، وهو ما دفع الدول والمنظمات الدولية لتشجيع تبني سياسة الاقتصاد الأخضر بإعتباره نشاطا إقتصاديا صديقا للبيئة.

ولتحقيق الإستدامة والحفاظ على النظام البيئي برزت المؤسسات الناشئة الخضراء Green Startups في هذا المجال متميزة عن غيرها من المؤسسات بعديد الخصائص التي تمكنها من الإستجابة لإحتياجات المجتمع المتغيرة والمتسارعة الذي يرافقه تسارع تحقيق النتائج وتسارع تحقيق الأرباح، معتمدة في ذلك على الطرق الإبتكارية الجديدة التي لها دور كبير في تعزيز مناعة الاقتصاد، من خلال تطويرها لمنتجات وخدمات ليست عالية الجودة فحسب بل تقلل أيضا من تأثيرها البيئي.

ومن بين الدول التي عملت على تشجيع عمل المؤسسات الناشئة عامة والخضراء خاصة، نجد ألمانيا والتي تعد أحد أول الإقتصاديات التي توجهت نحو تبني الأعمال المستدامة.

الإشكالية: على ضوء ما سبق يتم طرح الإشكالية الرئيسية التالية: ما هو الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة الخضراء في التوجه نحو الاقتصاد الأخضر؟

أهداف الدراسة: نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- ❖ التعرف على المؤسسات الناشئة وأهم خصائصها؛
- ❖ تحديد ماهية وخصائص ومزايا المؤسسات الناشئة الخضراء ؛
- ❖ تحديد أهم العوائق التي تواجه المؤسسات الناشئة الخضراء بالجزائر؛
- ❖ وصف واقع المؤسسات الناشئة الخضراء في ألمانيا والدور الذي تلعبه في الاقتصاد الألماني؛
- ❖ توضيح مدى تأثير أزمة الصحة العالمية كوفيد 19 على المؤسسات الناشئة الخضراء في ألمانيا.

منهج الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لوصف مفهوم المؤسسات الناشئة كذا خصائصها، ووصف ماهية المؤسسات الناشئة الخضراء ومزايا التوجه الأخضر للمؤسسات الناشئة، بالإضافة إلى التعرف على أهم الصعوبات التي تواجهها، كما إعتدنا هذا المنهج

أيضا من أجل وصف وتحليل المؤسسات الناشئة الخضراء دولة ألمانيا، ومدى إسهامها في تحقيق الاقتصاد الأخضر.

2. ماهية المؤسسات الناشئة Startups

تعددت مفاهيم المؤسسات الناشئة بتعدد الفئات التي تطرقت لتعريفها، والتي يمكن حصرها فيما يلي:

1.2 مفهوم المؤسسات الناشئة Startups

كانت بدايات المؤسسات الناشئة بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة مع ظهور ما يعرف برأس المال المخاطر، فبدأ في هذه الفترة استخدام مصطلح Start up والذي يشير إلى فكرة الإنطلاق والنمو القوي (بن لعلام و بنان، 2022). حسب Ries Eric كتابه أحد المنظرين لهذا المفهوم في كتابه The lean Startup المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صممت لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة. (Ries, 2011)

كما يمكن تعريفها بأنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، وبغض النظر عن حجم الشركة أو قطاع أو مجال نشاطها فإنها تتميز بارتفاع عدم التأكد والمخاطرة مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حال نجاحها (بوالشعور، 2018).

كما يقول البروفيسور ورائد الأعمال ستيف بلانك أن المؤسسة الناشئة ليست نسخة مصغرة من المؤسسات الكبرى، وهي تلك المؤسسات التي تنتقل من فشل إلى فشل بسرعة لتحقيق النجاح في الأخير حيث تتعلم بإسمرار من الزبائن وهو ما يعلمها التكيف التكرار وتحسين الأفكار الأولية، ويعرفها بأنها منظمة مؤقتة تستخدم للبحث عن نموذج عمل قابل للتكرار والتطوير (Blank، 2013).

في حين نجد أن المشرع الجزائري حدد في المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 20-254، المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال"، شروط منح علامة "المؤسسة الناشئة" ومن بينها أن تكون المؤسسة حديثة النشأة لا يتجاوز عمرها ثماني سنوات، لها قدرة نمو كبيرة ويتضمن نشاطها على فكرة إبتكارية وأن تنشط داخل التراب الوطني بالخضوع للقانون الجزائري، كما إستند أيضا المشرع في تعريفه على المؤشرات الكمية، حيث إشتراط أن يكون على الأقل % 50 من رأس المال المستثمر مملوكا

من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق الإستثمار المعتمدة أو مؤسسات ناشئة أخرى، ومعيار قيمة رقم الأعمال الذي تحدده اللجنة الوطنية إلى جانب معيار الحد الأدنى للعمالة وينبغي أن لا يتجاوز 250 عامل (مرسوم تنفيذي رقم 20-254، 2022).

2.2. مميزات الشركات الناشئة *Startups*

وعليه من خلال التعاريف السابقة يمكن إستخلاص مميزات المؤسسات الناشئة والتي تميزها عن غيرها من المؤسسات، والتي تتمثل في (بورنان و صولي، 2020):

- ❖ **مؤسسات حديثة العهد: Startups** هي مؤسسة حديثة العهد يتم تأسيسها بواسطة رائد أعمال أو مجموعة، بهدف تطوير منتج أو خدمة مميزة لإطلاقها في السوق.
- ❖ **شركات شابة يافعة** : ذلك أن رائد الأعمال مؤسس لمشروع يدر المال عن طريق الخوض بالمخاطرة والإبتكار، وقد يكون الإبتكار تكنولوجي، لكنه لا يقتصر على ذلك ويرضى رائد الأعمال بتحمل المخاطر ويسعى لإدارتها بشكل فعال وعقلاني لتعظيم فرص النجاح والعوائد، لذلك فالمؤسسات الناشئة أمامها خياران إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.
- ❖ **شركات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد**: في إحدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة Startup هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل، فهي شركة تتمتع بإمكانية الإرتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، كنتيجة على ذلك ينمو هامش الربح لديها بشكل مدهش، وهذا يعني أن المؤسسات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة بل على العكس توليد أرباح كبيرة جدا.
- ❖ **شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها**: الشركة الناشئة تتميز بأن أعمالها التجارية تقوم على أفكار رائدة وإشباع حاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية إذ يعتمد مؤسسو الشركات الناشئة على التكنولوجيا للتقدم والنمو، والعثور على التمويل من خلال منصات الانترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم حاضنات الأعمال.
- ❖ **شركات تتطلب تكاليف منخفضة**: يشمل معنى المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسة تتطلب تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها ، وعادة ما تأتي هذه

الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء، ومن أمثلة هذه المؤسسات أمازون، أبل، غوغل، مايكروسوفت....إلخ.

إذن المؤسسات الناشئة أو Startups هو مصطلح يستخدم لتحديد الشركات حديثة النشأة، والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعية وأمامها احتمالات كبيرة للنمو والإزدهار بسرعة.

لوصف المؤسسة بأنها ناشئة يجب أن (بن عياد، 2022):

- ❖ **تكون جديدة:** بمعنى أنها لم تكن موجودة من قبل خلال فترة زمنية محددة، فالحادثة هي صفة رئيسية تعني إنشاء مؤسسة جديدة تماما لم تكن موجودة سابقا؛
- ❖ **تكون نشطة:** يجب على الشركة الناشئة أن تتخبط في تجارة السلع أو الخدمات مما يجعل تأثيرها على الاقتصاد فعالا وإيجابيا؛
- ❖ **تكون مستقلة:** والمقصود بذلك أن الشركة الناشئة يجب ألا تكون تابعة أو فرع لشركة موجودة وأساس ذلك هو أن الشركة الناشئة تبدأ من الصفر وتعتمد على نفسها في التأسيس وليس على شركات أخرى.

فهي تعتمد على توليد الأفكار التكنولوجية الإبداعية الجديدة وتحولها إلى منتجات وخدمات تجارية جديدة وقابلة للاستمرار لتحقيق مكاسب إقتصادية وإجتماعية.

3. المؤسسات الناشئة الخضراء "Green Startups"

قبل التطرق إلى مفهوم المؤسسات الناشئة الخضراء الذي يعد مفهوما جديدا في عالم الأعمال اليوم، سنتطرق أولا إلى مفهوم الأعمال الخضراء.

1.3. مفهوم الأعمال الخضراء "Green Busines"

قبل التطرق إلى مفهوم المؤسسات الناشئة الخضراء الذي يعد مفهوما جديدا في عالم الأعمال اليوم، سنتطرق أولا إلى مفهوم الأعمال الخضراء.

هي المؤسسات التي تتبنى إجراءات تشغيل مستدامة، سواء من حيث مصادر المنتجات والمواد الأولية، أو ممارسات العمل، أو طرق الشحن. تهدف بالأساس إلى القضاء على أي تأثير سلبي على البيئة محليا وعالميا، وذلك بإتباع نهج إستباقي يقلل من النفايات وإنبعاثات الكربون إلى الحد الأدنى وتجنب أي ممارسات ضارة بالبيئة. تعتمد هذه الأعمال بالأساس على ثلاثة معايير أساسية (بن فاضل ، 2021):

- ❖ دمج مبادئ الإستدامة في كل أعمالها وقراراتها؛
- ❖ توفر منتجات أو خدمات خضراء صديقة للبيئة نحل محل الطلب على المنتجات أو الخدمات غير الخضراء؛
- ❖ الإلتزام الدائم بمبادئ البيئة في عملياتها، والتأثير الإيجابي عليها.

2.3 تعريف المؤسسات الناشئة الخضراء *Green Startups*

يعتبر مفهوما حديثا حادثة طبيعة هذه المؤسسات، يدل على مؤسسة إقتصادية تستثمر لتحقيق ربح كأى مؤسسة إقتصادية أخرى، إلا أنها تجعل من البعد البيئي محورا أساسيا للمشروع الذي تقوده، فهي مؤسسة رفيقة بالبيئة تستثمر بطريقة صحيحة من الناحية البيئية. فهذه المؤسسات بوجه الخصوص تجسد مشاريعها بشكل يخدم الجانب البيئي ويمكن طرح عدة أمثلة لنماذج من هذه المشاريع سواءا في مجال تجميع النفايات وإعادة تدويرها ورسكلتها، إبتكار تجهيزات ومعدات ذات التكنولوجيا العالية في قطاع الطاقات المتجددة، وكذا في مجال العمارة الذكية وإطلاق أفكار لإقامة مباني خضراء ومدن ذكية تبنى على النظم التكنولوجية المتطورة والإعمار المستدام، وحتى في قطاع السياحة الخضراء وتقديم خدمات في هذا الأخير (أوشن، 2022).

وعليه يمكن تعريف المؤسسات الناشئة الخضراء بأنها كل مؤسسة عمرها أقل من 10 سنوات، تقوم على فكرة مبتكرة حول منتج أو خدمة أو نموذج عمل، تهدف إلى التوسع الكبير والسريع في السوق، وتتميز أساسا بتقديم منتجات أو تقنيات أو خدمات تساهم في حماية البيئة (بن فاضل ، 2021).

3.3 أسس المؤسسات الناشئة الخضراء

قد تتعلق الخصائص الخضراء للمؤسسات الناشئة على وجه الخصوص بثلاث جوانب من أعمالها، فالمقاول يكون مقاول أخضر، يبتكر مشروع إقتصادي أخضر، وينتج منتج أخضر.

1.3.3 المقاول الأخضر

يتفق معظم المؤلفين بأن الخصائص التالية هي ملازمة لرواد الأعمال الخضراء (ماضي و بورديمة، 2020):

- ❖ يعملون كرجال أعمال يتداركون أفكارهم بدرجة عالية من المخاطر ؛
- ❖ لديهم دافع داخلي قوي يتعلق بالحساسية المتزايدة تجاه المشاكل البيئية؛
- ❖ يتعاملون مع المشاكل البيئية بوعي وهذا هو جوهر نشاطهم التجاري؛

❖ أنشطتهم التجارية لها تأثير إيجابي على البيئة وفي نفس الوقت تكون مستدامة من الناحية المالية؛

❖ أنهم يسعون بوعي للمساهمة في مستقبل أكثر إستدامة، ويساهمون بقيمهم الاجتماعية والبيئية.

2.3.3 المنتج الأخضر

بينما يحب الباحثون والممارسون التحدث عن قطاع "أخضر" أو "تكنولوجيا نظيفة"، فإن الجدل قد يكمن في إمكانية تقديم السلع والخدمات الخضراء في معظم هذا إن لم تكن في جميع القطاعات، لذلك من المنطقي النظر إلى التأثير البيئي (المحتمل) للمنتجات وتحليل مدى الإضرار، وقد وضع المكتب الإحصائي للاتحاد الأوروبي أحد التصنيفات الميدة في هذا الصدد وهو تصنيف قطاع السلع والخدمات البيئية، الذي يركز على الحلول النهائية (تصنيف أنشطة حماية البيئة) بالإضافة إلى مناهج إدارة الموارد (تصنيف أنشطة إدارة الموارد) حيث تغطي هذه التصنيفات جميع الأنشطة المتعلقة بالأعمال التجارية، والتي تساهم في سبعة أهداف بيئية شاملة هي: الطاقة المتجددة، كفاءة الطاقة، الموارد المتجددة، كفاءة الموارد، الاقتصاد الدائري، إدارة النفايات، وخفض الانبعاثات وحماية المناخ، فضلا عن التنوع البيولوجي والنظم البيئية، وتعطي الخصائص المتعلقة بالمؤسسات الناشئة مؤشرا على مدى جودة تحقيق الأهداف (Karampini و Sabbi، 2019).

3.3.3 الابتكار الأخضر

نجد العديد من المصطلحات التي تستعمل للدلالة على المفهوم ذاته كالإبتكار البيئي، الإبتكار الإيكولوجي، التقنيات الخضراء، التكنولوجيات الخضراء، كلها تشكل أساس لقيام المؤسسات الناشئة الخضراء، لأن عنصر الإبتكار يمثل المؤسسة الناشئة في حد ذاتها، ويقصد بالإبتكار الأخضر توجه المؤسسة لإعداد نماذج وطرق إنتاج حديثة تتميز بكونها نظيفة ورفيقة بالبيئة، كإستخدام تكنولوجيات حديثة تتطلب مواد أولية وطاقة أقل (أوشن، 2022).

4.3.3 الخصائص المتعلقة بالاستراتيجية

إن الإستدامة هي مفهوم متكامل بين البيئة والأرباح والمجتمع حيث يمكن للإدارة العليا توظيف هذه الأبعاد رغم أنها منفصلة من الناحية التاريخية عن بعضها البعض، ولكن هناك إمكانية التنسيق بين هذه الأبعاد وتطوير القدرات لتحقيق إستراتيجية متكاملة تؤدي إلى إستدامة الشركة (حجيم الطائي و وآخرون، 2013).

4.3 الفرق بين المؤسسات الناشئة والتقليدية

يعرض الجدول التالي أهم الاختلافات بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات التقليدية.

جدول رقم (01) : الفرق بين المؤسسات الناشئة والتقليدية

المؤسسات التقليدية	المؤسسات الناشئة
قد تكون حديثة أو قديمة النشأة	مؤسسة حديثة النشأة.
يتم انشاؤها في شكل محدد (صغيرة، متوسطة، كبيرة) وتحافظ عليه، وقد تقرر لاحقا النمو أو الإنكماش.	مؤسسة مؤقتة ثم تتخرج.
الإبتكار غير أساسي لوجودها، قد نجد بها مصلحة البحث والتطوير للحفاظ على مكانها بالمنافسة.	الإبتكار أساس وجودها.
قد تأخذ وقتا طويلا لتصل مرحلة النضج مقارنة بنشأتها..	النمو والتطور المبكر.
الفكرة تقليدية موجودة مع توفر المعلومات الخاصة بها.	الإيمان بالفكرة الجديدة والعمل في المجهول بسبب نقص المعلومات.
سوق موجود وتدخل المؤسسة المنافسة لتصريف منتجاتها وخدماتها، وهي مبنية بعناية ومتفاعلة مع السوق. قد يكون السوق في ظل احتكار، احتكار قلة، منافسة..	تخترق سوق غير مشبع بفكرة مبتكرة، أو تخلق سوق جديد لا تضمن فيه تصريف منتجاتها أو خدماتها فهي مبنية على المراهنة بقيمة الإبتكار واستقباله بالسوق. تلي حاجة جديدة وبالتالي احتكار السوق قبل تقليد المنتج أو الخدمة.
خطر الفشل ضئيل سواء كان نشاطها في ظروف التأكد أو عدم التأكد لكن يكفي استراتيجية محكمة لإنجاح الشركة في ظل المنافسة القائمة حيث المعلومات متوفرة.	تعمل في ظل عدم التأكد وبالتالي تواجه خطر عال نحو الفشل حيث يكون أكبر بأضعاف مقارنة بالمؤسسات التقليدية.
تعيش بيئة أعمال تقليدية.	تحتاج بيئة مقاولاتية خاصة لدعمها ولتحيا فيها.

<p>تقوم في ظل اقتصاد تقليدي وهذا لا يمنع استفادتها من اقتصاد المعرفة لتطورها.</p>	<p>تقوم في ظل اقتصاد المعرفة.</p>
<p>تطبيق وتنفيذ نماذج موجودة مسبقا بناء على معلومات متوصل إليها سابقا أيضا.</p>	<p>البحث عن نموذج العمل الملائم وتجربة العديد من النماذج وتعديلها قبل الوصول للنموذج الملائم، ومن مبادئها التجريب والتعلم.</p>
<p>تعمل في ظل رسمية المكاتب ووجوب إحترام بدلات العمل الخاصة وعادة ما تكون العلاقات بين رئيس ومرؤوس أي مدير وعمال. هيكل تنظيمي عمودي رأسي أكثر بيروقراطية مقارنة بالمؤسسات الناشئة.</p>	<p>تقوم بمكان خاص بشخصيتها (مكان مفتوح، وجود أرائك بدل المكاتب.. عدم وجوب ارتداء بدلات رسمية، وضع صور وملصقات خاصة بالفريق). وتعتمد على الفريق، وروح الفريق هي القوة الدافعة نحو نجاحها. هيكلها التنظيمي يشجع على مزيد من الأفقية.</p>
<p>وجود اليد العاملة المؤهلة بسوق العمل.</p>	<p>صعوبة وجود اليد العاملة المؤهلة كونها تتطلب خصائص معينة ترغب بالتجديد وتتقبل التغيير.</p>
<p>قد تركز على منتج أو خدمة واحدة كما قد تهتم بأكثر من واحد، وعادة ما تبحث عن الإستقرار و إن اعتمدت التجديد يكون صغير نسبيا ومجرد تعديلا صغيرة خوفا من عدم تقبل التغيير فهي تشجع على الإستقرار.</p>	<p>تركز على منتج أو خدمة واحدة وتعتمد على منهج التعلم والتجديد الدائم، كما تشجع على التغيير الدائم وتعمل بمحيط يتميز بعدم الإستقرار.</p>
<p>قد يكون رأسمالها من ممتلكات شخصية، أو عن طريق شراكة كما قد تكون عن طريق الإقتراض من البنوك وجهات حكومية خاصة.</p>	<p>الحاجة إلى اللجوء إلى مستثمرين مثل أصحاب رأس المال المخاطر أو ملائكة الأعمال، كون البنوك والجهات الحكومية</p>

	لا تستثمر بمشاريع ذات خطر عال.
البحث في رغبات الزبائن وتلبيتها، مراقبة المنافسة والمنافسين.	التعلم من الجمهور ومحاولة اكتشاف العملاء لإنشاء مكان لها بالسوق، وتلبية حاجات جديدة لم يتم تلبيتها بعد أو حتى اكتشافها.

المصدر: (بن شواط ، قادري ، و لعوج، 2021)

5.3 مزايا التوجه الأخضر للمؤسسات الناشئة

تمتلك المؤسسات الناشئة تأثيرا قويا في الانتقال نحو إقتصاد أخضر مستدام، ففي الإقتصاديات الناشئة مثل البرازيل والصين وموريشيوس وجنوب أفريقيا، ثبت أن الإستثمارات الخضراء تسرع النمو الاقتصادي وتستحدث مناصب شغل لائقة.

العائد الاقتصادي ليس هو الوحيد للمؤسسات الناشئة الخضراء، حيث تقوم هذه الأخيرة بتقديم ما هو أكثر بكثير من مجرد عوائد مالية، وذلك سعيا منها لتحقيق الإستدامة البيئية، ووسيلة لتحسين إستخدام وإدارة هذه الموارد بطريقة فعالة ومستدامة. عندما تقوم الشركات الناشئة بتطوير سلع وخدمات خضراء فإنها تحاول إيجاد سوق يرتكز على حلول للمشاكل البيئية القائمة، وكمثال على ذلك: المؤسسة الناشئة الخضراء الهولندية "Factors Field" التي قدمت حولا لإعادة تدوير المساه الطبيعية، حيث عملت بالتعاون مع الشركات المصنعة والمقاولين والباحثين على تطوير نظام الجيل الأول المعياري الذي ينقي مياه الأمطار لإعادة إستخدامها بدلا من التخلص منها عبر المجاري، يطلق عليه نظام دائري لإدارة مياه الأمطار.

إضافة إلى ذلك تعمل المؤسسات الناشئة الخضراء على إيجاد مصادر جديدة للتوليد الطاقة المتجددة، إضافة إلى أنها لا تقتصر على تغطية المنتجات والخدمات المستدامة بيئيا فقط، بل تتعداها لتقديم حلول مستدامة للتحديات الاجتماعية كمجال التعليم، التغذية، الصحة...، مثل المؤسسة الناشئة الخضراء الفرنسية Partnering Robotic، التي أطلقت أول روبوت صحي 100% يعمل على تنقية الهواء الداخلي للمنازل والبنائيات من التلوث يتحرك بشكل مستقل داخل المنازل ويقوم بإمتصاص الجزيئات الدقيقة البنزين بقايا المنظفات الفيروسات البكتيريا والروائح الكريهة مما يساهم في الحفاظ على صحة الإنسان (بن فاضل ، 2021).

6.3 التحديات والعوائق التي تواجه عمل المؤسسات الناشئة الخضراء بالجزائر

إن عمل المؤسسات الناشئة في الميدان الأخضر يقابله لا محالة جملة من التحديات التي قد تعرقل سير الأعمال فيها نذكر منها مايلي (قمري و بوالشعور، 2021) :

1.6.3 من الناحية المؤسساتية والقانونية

- ❖ عدم تصنيف المهن الخضراء والقانون التجاري الخاص بزيادة الأعمال الخضراء؛
- ❖ تعقيد وطول الإجراءات الإدارية للحصول على الموافقات والتصاريح اللازمة لأصحاب المشاريع الخضراء؛
- ❖ لا يوجد تناسق بين المؤسسات والبرامج والأدوات التشريعية المختلفة التي ترتبط بالإقتصاد الأخضر؛

2.6.3 من الناحية المالية والإقتصادية

- ❖ مشكلة التمويل التي تعتبر أهم التحديات التي تواجه المقاول الأخضر مع قلة رأسمال المخاطر في الجزائر؛ لتمويل المشاريع المبتكرة؛
- ❖ صعوبة وصول المنتجات والخدمات الخضراء إلى الأسواق الداخلية منها والخارجية؛
- ❖ المنافسة المتزايدة في سوق يعج بالمنافسين الذين يسعون لكسب رضا الزبائن، إذ أن رواد الأعمال الخضراء يمكنهم التخلي عن ريادة الاعمال الخضراء بسهولة لصالح مؤسسة أخرى تقدم إغراءات أكبر؛
- ❖ يميل المستهلكون إلى إعطاء أولوية لمصالحهم الاقتصادية على حساب المصالح البيئية والاجتماعية؛
- ❖ ارتفاع تكاليف الإيجار التي تمثل التحدي الأبرز لرواد الأعمال الخضراء.

3.6.3 تحديات المهارات البشرية والتقنية

- ❖ غياب التناسق بين مختلف الجهات الفاعلة والداعمة لريادة الأعمال الخضراء؛
- ❖ نقص المعدات والتقنيات اللازمة للإستفادة من جميع قطاعات الاقتصاد الأخضر؛
- ❖ الخوف من الفشل يعيق الكثير من المبادرات الريادية.

كانت هذه أبرز العوائق والتحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة الخضراء، بالإضافة إلى عدم توفر معلومات كافية عن الآثار البيئية للأنشطة الاقتصادية وعن مساهمة المؤسسات الناشئة الخضراء في الإستدامة، وصعوبة تقييم القيمة السوقية للإقتصاد الأخضر ، ونقص الوعي البيئي.

4. المؤسسات الناشئة الخضراء في ألمانيا

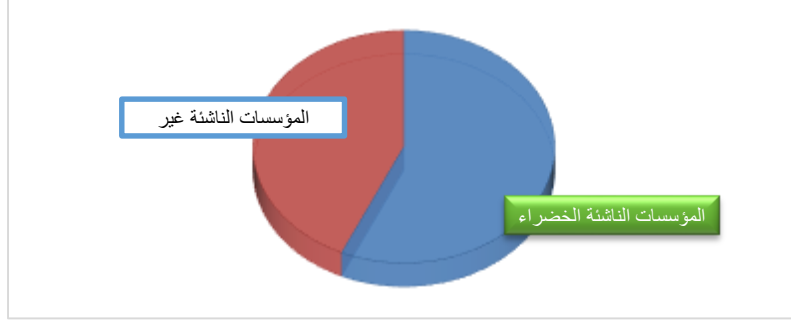
تتنافس الدول الأوروبية في تشجيع وتمويل المؤسسات الناشئة (Startups) ، غير أن ألمانيا تتفوق بشكل كبير في عدد هذه الشركات، خصوصا الصديقة للبيئة منها. ستصبح الشركات الناشئة الخضراء القوة الابتكارية لألمانيا على المدى الطويل وتقديم مساهمة كبيرة في الحياض المناخي بحلول عام 2045.

1.4. خصائص الشركات الناشئة الخضراء الألمانية

تم وضع خصائص محددة في ألمانيا لتصنيف الشركات على أنها شركات ناشئة خضراء وهي (FIAP، 2021):

- ❖ يكون عمرها أقل من عشرة سنوات؛ وتساهم بمنتجاتها في الأهداف البيئية للإقتصاد الأخضر؛
 - ❖ أن تكون مبتكرة للغاية ولديها مخطط نمو للموظفين أو معدل دوران الموظفين؛
 - ❖ لها تأثير بيئي وإجتماعي مدمج في أهداف إدارتها.
- هناك المزيد من الشركات الناشئة الخضراء، يمكن تصنيف 21% من الشركات الألمانية على أنها خضراء وفقا للمعايير الصارمة لـ "Green-Startup-Monitor" والعدد اخذ في الإرتفاع، حيث يقدمون مساهمة ملموسة في حماية البيئة والمناخ من خلال منتجاتهم وخدماتهم.
- ❖ 8 من أصل 10 مؤسسات ناشئة خضراء محدثة تقنيا؛
 - ❖ يعد توقع وضع الأعمال أفضل بالنسبة للمؤسسات الناشئة الخضراء في عام كورونا مقارنة بالشركات الغير خضراء؛
 - ❖ المؤسسات الناشئة الخضراء هي محركات وظيفية حيث كان عدد الموظفين 14.3 عام 2020 وهو اخذ في الإزدياد؛
 - ❖ 22% من المؤسسات الناشئة الخضراء هي مؤسسات نسوية، وهي أعلى بكثير من المؤسسات الناشئة الغير خضراء والتي تمثل 15% خلال سنة 2019؛
 - ❖ الشركات الناشئة الخضراء تروج لموظفيها، تعتبر ترقية ومشاركة موظفيها أكثر أهمية للمؤسسات الناشئة الخضراء من المؤسسات غير الخضراء؛
 - ❖ الشركات الناشئة الخضراء مترابطة بشكل جيد، حيث تتعاون كل شركة ناشئة خضراء مع شركتين ناشئتين أخريين و 03 مؤسسات قائمة ومؤسسة علمية واحدة؛

الشكل رقم 01 : نسبة المؤسسات الناشئة لسنة 2020



المصدر: (FIAP، 2021)

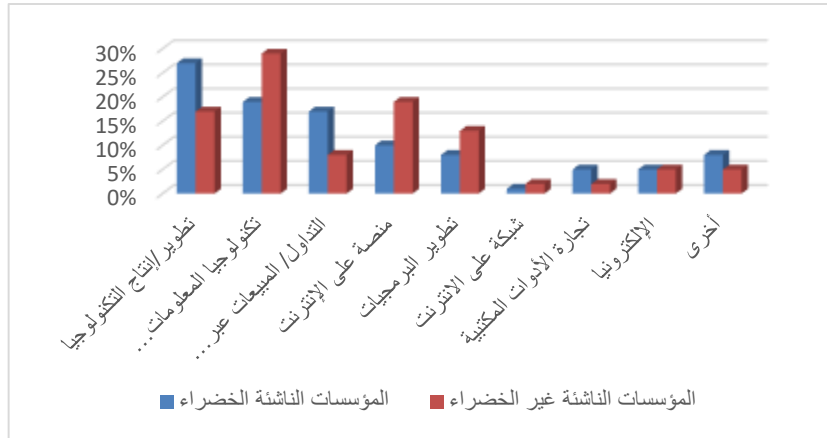
2.4 الموضوعات النموذجية للمؤسسات الناشئة الخضراء في ألمانيا:

وهي (FIAP، 2021):

- ❖ تغير المناخ وحماية المناخ؛
- ❖ الحفاظ على الموارد، إبتكارات الإستدامة، تقليل الطلب البيئي؛
- ❖ الرقمنة، تكنولوجيا المعلومات الخضراء؛
- ❖ التكنولوجيا الذكية في القطاع الأخضر.

الشكل التالي يوضح نسب توزيع المؤسسات الناشئة حسب نماذج الأعمال في ألمانيا:

الشكل رقم 02 : توزيع المؤسسات الناشئة حسب نماذج الأعمال



المصدر: (FIAP، 2021)

3.4 خدمات ومنصات إستشارية للمؤسسات الناشئة الخضراء

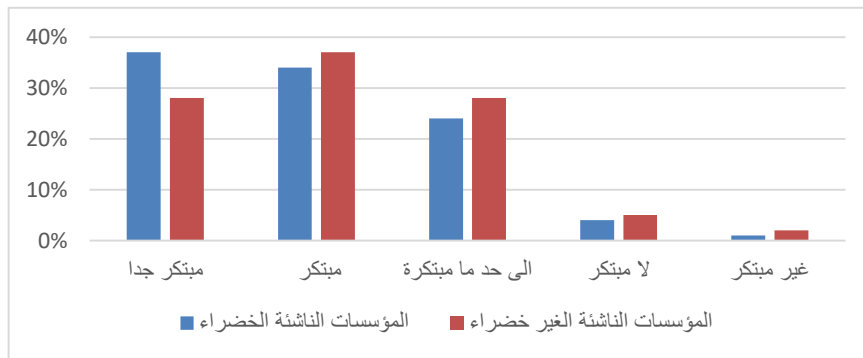
في ألمانيا هناك مجموعة واسعة من خدمات الدعم والإستشارة للمؤسسات الناشئة الخضراء عبر مؤسسات ومنصات مختلفة (FIAP، 2021) :

- ❖ Startercenter NRW، مجتمع الترويج للتوظيف المبتكر (NRW(GiB) ؛
- ❖ غرفة التجارة والصناعة، غرف الحرف (مثل بدء التشغيل الحرفي الرئيسي) ؛
- ❖ وكالات التنمية الاقتصادية للمناطق والبلديات؛
- ❖ الجامعات والكليات التقنية، على سبيل المثال: مركز ريادة الأعمال، مركز الشركات الناشئة وريادة الأعمال الإبداعية (جامعة دويسبورغ إيسن) ؛
- ❖ حاضنات ومنها: حاضنات الجامعات عادة ماتكون مرتبطة بالبحوث فقط لطلاب الجامعة المعنية؛
- ❖ حاضنات الشركات والمؤسسات التجارية وعادة مايكون لها مصلحة خاصة والتطبيق مقبول.

4.4 المؤسسات الناشئة الخضراء الأكثر إبتكارا

كما في السنوات السابقة تعتبر المؤسسات الناشئة الخضراء نفسها الأكثر إبداعا من مجموعة المقارنة غير الخضراء، قبل كل شيء تعتبر المجموعة الفرعية التي تصنف نفسها على أنها مبتكرة للغاية أكبر بكثير من الشركات الناشئة الخضراء بنسبة 37% مقارنة بالشركات الناشئة الغير خضراء 28%. يتلائم التقييم الذاتي مع النتائج العلمية التي تصنف الشركات الناشئة الخضراء على أنها الأكثر إبداعا بسبب مطالباتها الأكبر بالتحول والضغط الناتج عن الإبتكار. مؤشر الإبتكار 2021، تتكون من فئات المنتج / الخدمة ونموذج العمل والعمليات والتكنولوجيا. وهو ما يوضحه الشكل الموالي (FIAP، 2021):

الشكل رقم 03: المؤسسات الناشئة وفق مؤشر الإبتكار



المصدر: (FIAP، 2021)

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

ما يقارب ثلث جميع الشركات الناشئة المبتكرة الخضراء في ألمانيا مرتبطة بالبحوث 29%، ضمن هذه تلعب الشركات الناشئة المستقلة بدعم من جامعة أو مؤسسة بحثية الدور الأكبر بنسبة 19% من جميع الشركات الناشئة الخضراء. بين الشركات الناشئة الغير خضراء كانت نسبة الشركات الجامعية الناشئة أقل قليلا عند 25%. يصبح من الواضح أن الجامعة ونظام البحث لهما أهمية كبيرة لتنفيذ الابتكارات من خلال الشركات الناشئة والابتكارات الصديقة للبيئة (FIAP، 2021).

الجدول رقم 02 : أنواع المؤسسات الناشئة الألمانية 2021

مؤسسات ناشئة غير خضراء	مؤسسات ناشئة خضراء	
68%	64%	مؤسسات مستقلة بدون دعم من جامعة أو مؤسسة بحثية
15%	19%	مؤسسة مستقلة بدعم من الجامعة أو المؤسسة البحثية
9%	8%	منفعة من مشروع جامعي
5%	3%	العرضية من أحد الشركات القائمة
1%	2%	عرضية من جهة أخرى معهد البحوث

المصدر: (FIAP، 2021)

5.4 مصادر تمويل الشركات الناشئة الخضراء وفقا ل Startup Monitor

فيما يلي أهم مصادر التمويل التي تعتمد عليها المؤسسات الناشئة في ألمانيا (FIAP، 2021):

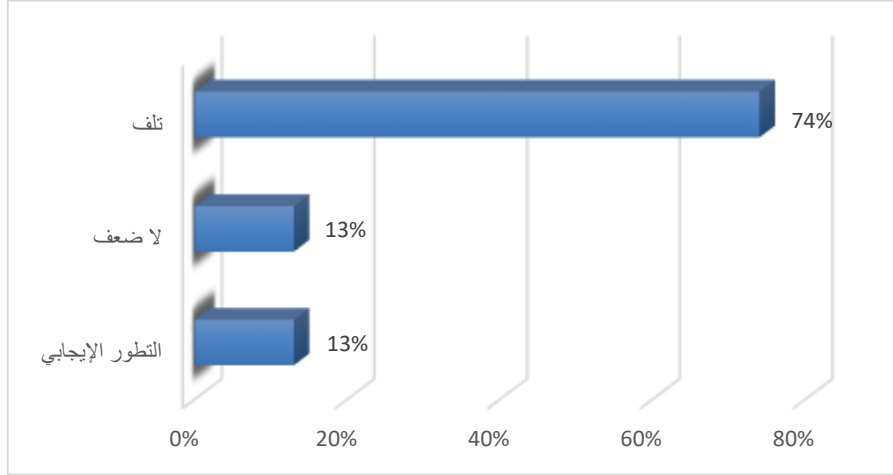
- ❖ رأس المال الخاص 84%؛
- ❖ دعم الأصدقاء والعائلة 40%؛
- ❖ التمويل الحكومي 35%؛
- ❖ رعاية الأعمال 20%؛
- ❖ صناديق التمويل والبحث، التمويل الأوروبي، التمويل الفيدرالي والتمويل الحكومي؛
- ❖ جائزة المال مثل جائزة Start Green؛
- ❖ صناديق التنمية الاقتصادية وقروض التنمية العامة؛
- ❖ تمويل جماعي، مستثمرون صديقون للبيئة، استثمار جماعي؛

6.4 الشركات الناشئة وأزمة كورونا 2020

تأثرت الشركات الناشئة في جميع القطاعات سلبا إلى حد كبير بأزمة كورونا، لكن توقع وضع أعمال أفضل أيضا للشركات الناشئة الخضراء في عام كورونا مقارنة بالشركات غير الخضراء وأكثر بكثير في الاقتصاد القائم.

استخدمت أكثر من نصف الشركات الناشئة (56.2%) الأزمة لتطوير منتجاتها، وإستجابت 11.4% من الشركات الناشئة بخفض عدد الموظفين.

الشكل رقم 04: تأثير أزمة كورونا على نشاط المؤسسات الناشئة



المصدر: (FIAP، 2021)

7.4 دراسة تجارب رائدة لمؤسسات ناشئة ألمانية في مجال إعادة التدوير

إسم المؤسسة	مجال عملها
إيدن (EEDEN)	طور عملية كيميائية مبتكرة لإعادة التدوير المستدامة والصدقية للبيئة للملابس ومنتجات المنسوجات الأخرى البالية، تتيح عمليتنا استخراج السليلوز من المنسوجات القطنية، الذي يعمل كمورد للألياف الجديدة، يتيح لنا ذلك أن نقدم لعملائنا منتجًا عالي الجودة ومستدامًا.
ريسيدا Recyda	يساعد برنامج ريسيدا منتجي التعبئة والتغليف ومالكي العلامات التجارية وتجار التجزئة في قطاع السلع الاستهلاكية على تقييم إمكانية إعادة تدوير العبوات - وهي إحدى الخطوات الأولى نحو تقليل النفايات.
تصميم دوري Cyclic Design	هو إنشاء عبوات تستخدم مرة واحدة يمكن إعادة تعبئتها بالشامبو والبلسم والصابون السائل شكلها مستوحى من نبات إبريق استوائي يحمل نفس الاسم ، يتميز بتصميم طبيعي بدون غطاء لسهولة التعليق في حمام.
كلايدرلي Kleiderly	يحول نفايات المنسوجات إلى بديل بلاستيكي مستدام لاستخدامه في الأثاث وشماعات الملابس المناسبة، تحل موادنا محل المواد البلاستيكية التي أساسها الزيت ويمكن استخدامها لإنتاج أي شيء من النظارات إلى علاقات الملابس، من خلال القيام بذلك، فإننا نحفظ المنسوجات من مكبات النفايات ونستبدل الحاجة إلى البلاستيك في نفس الوقت.
حصلت على حقبة	يعمل مع شبكة من 1500 صياد بالقرب من إندونيسيا، لجمع البلاستيك، والذي يتم بعد ذلك فرزها وإعادة تدويرها إلى كريات يتم تحويلها إلى خيوط تستخدمها الشركة في صنع حقائب الظهر والحقائب الأخرى.

	Got Bag
تقوم Superseven بتطوير حلول تغليف قابلة للتحلل البيولوجي بالكامل يمكنها التنافس تقنياً مع العبوات البلاستيكية. فيلم التعبئة والتغليف الخاص بها مصنوع من السليلوز ويمكن استخدامه ، بمجرد التخلص منه ، كسماد في المنازل والحدائقالتالي السماح لها بأن تصبح جزءاً من الدورة الطبيعية ، وفقاً لشهادة TÜV	سبعة فوق Superseven
من خلال تطبيق عملية إعادة التصنيع المحمية الخاصة بها على وحدات الطاقة الشمسية التي تم إيقاف تشغيلها (الفقد المبكر) ، تقوم SunCrafter بتدويرها إلى مولدات طاقة شمسية قوية للغاية تعمل بالتوصيل والتشغيل. من خلال هذا النهج ، يتم إطالة عمر الألواح الشمسية بشكل كبير.	صن كرافت SunCrafter
Zaak Technologies هي شركة ناشئة في مجال الابتكار والتطوير التكنولوجي تركز على إعادة تدوير النفايات الصناعية إلى منتجات عالية القيمة. باستخدام التقنيات النظيفة الحاصلة على براءة اختراع ، تعترم Zaak إحداث ثورة في صناعة البناء والتشييد بأحدث التقنيات والمنتجات عالية الجودة المنتجة من الرماد المتطاير ، وهو منتج ثانوي من النفايات من محطات الطاقة التي تعمل بالفحم.	زاك تكنولوجيز Zaak Technologies
طوّرت Traceless تقنية لتحويل مخلفات الصناعة الزراعية إلى بديل قابل للتحلل الحيوي للأغشية اللاصقة والتعبئة والتغليف الأخرى والخالية من البلاستيك. وهي مصممة بحيث لا تترك أي أثر.	أثر Traceless
تنتج مختلف المنتجات المصنوعة من مواد الهواء تحبس الكربون من نفايات الكتلة الحيوية تركز على التطبيقات المتينة والقابلة للاسترداد والتي لها دورات استخدام طويلة . بعد عقود من الاستخدام ، يمكن إعادتها إلى الأرض بأمان، إما بشكل مباشر أو كالفحم الحيوي.	مصنوع من الهواء madeofair
يتيح نظام استعادة أول أكسيد الكربون (CO : I) إمكانية جمع الملابس والأحذية المستعملة في نقطة بيع لمتاجر التجزئة ومنحهم حياة جديدة من خلال إعادة الاستخدام أو إعادة التدوير.	انا اجمع I: CO
Cleanhub هي شركة مكرسة لحماية المحيطات وتسهيل جمع النفايات البلاستيكية على نطاق واسع في المناطق الساحلية.	Cleanhub
ابتكر Arekapak تصميمًا مستدامًا للتغليف من سعف النخيل الذي تدعي أنه يتطلب استهلاكاً أقل للمياه والطاقة للإنتاج دون إضافة مواد كيميائية.	أريكاباك Arekapak

المصدر : (<https://www.recyclingstartups.org/country/Germany/>، 2022)

8.4 مطالب المؤسسات الناشئة الخضراء في ألمانيا لتحسين وضعها:

إنفقت معظم المؤسسات الناشئة الخضراء في ألمانيا على جملة من المطالب، تتمثل في (FIAP،

:2021)

- ❖ دعم أفضل من الدولة، وبرامج تمويل أكثر وأفضل؛
- ❖ المزيد من الدعم في زيادة رأس المال؛
- ❖ المزيد من التمويل العام وتحسين الوصول إلى التمويل حتى لو في البداية لم يكن التركيز في المقام الأول على الربحية و/أو النمو؛
- ❖ الحد من العقبات البيروقراطية؛
- ❖ المزيد من فرص التبادل مع الشركات القائمة.

9.4 دور المؤسسات الناشئة الخضراء في تنمية الإقتصاد الألماني

أطلق على ألمانيا لقب "وادي الطاقات الخضراء" بسبب مجموعتها المبتكرة من مؤسسات الطاقة الخضراء الناشئة في قطاعات مثل: الهيدروجين والتخزين، والتي تعتبر من بين رواد العالم التي بإمكانها أن تكون مفتاحاً لتنظيف الصناعات الملوثة. حيث تستفيد العديد من المؤسسات الناشئة من هذا التحول من خلال تقديم أفكار جديدة إلى السوق، عن طريق إنترع حصة السوق من الشركات القائمة في قطاعات مثل مصادر الطاقة المتجددة والتدفئة والنقل.

فمن جهة تعتم ألمانيا وفي إطار سياستها للحد من انبعاثات غازات الاحتباس الحراري للوصول لنسبة تصل إلى 95% بحلول عام 2050، ومن جهة أخرى يعد الإقتصاد الأخضر بسوق مستقبلية ضخمة، سيتضاعف حجمها العالمي في السنوات العشر القادمة، وبالتالي فإن المؤسسات الشابة تساهم بشكل كبير بمنتجاتها وخدماتها في التحول الأخضر (عفيف و حازم ، 2022).

5. خاتمة

أصبح العالم أمام حتمية الإلتزام بالإستدامة وهو ما يستدعي إيجاد حلول إبتكارية للحد من التلوث البيئي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتعتبر المؤسسات الناشئة الخضراء حلاً فعالاً للعديد من المشاكل البيئية وتعتبر التوجه الحديث لتحقيق الإقتصاد الأخضر، خاصة وأنها تحظى بدعم كبير من قبل المستهلكين والزبائن الذين باتوا أكثر وعياً بالخطر المحدق بالعالم.

هذا وقد أدركت ألمانيا مدى أهمية الإستثمار في المؤسسات الناشئة الخضراء فقدمت لها العديد من التسهيلات والمنصات الإستشارية مما أدى إلى تزايد عددها وفي مجالات أعمال مختلفة.

ومما سبق يمكن التوصل إلى جملة من النتائج أهمها:

- ❖ تعتبر المؤسسات الناشئة الخضراء ضرورة بيئية يتوجب على الدول تشجيعها للتوجه نحو الإقتصاد الأخضر
- ❖ أهم العراقيل التي تواجه هذا النوع من المؤسسات يتمثل في العراقيل المالية والبيروقراطية

- ❖ تعد هذه المؤسسات الأكثر إبتكارا من خلال ما تقدمه من منتجات وخدمات نظيفة والسعي نحو التقليل من المشاكل البيئية
- ❖ يتمثل مفهوم إعادة التدوير في إعادة تصنيع وإستخدام مخلفات مختلفة سواء منزلية أو صناعية أو فلاحية ...
- وعلية مكن أن نقترح ما يلي:
- ❖ ضرورة نشر الثقافة البيئية ودعم التعليم البيئي.
- ❖ تشجيع حاملي الأفكار والمشاريع المبتكرة الخضراء عامة وفي مجال تدوير النفايات خاصة، وتوفير التمويل اللازم لهم ومرافقتهم.

المراجع

- Steve Blank .(2013) . Why the lean start-up changes everything .(Harvard business reviewn .5، (5)91،
- Eric Ries .(2011) .The learn Startup (1 ed) . The Crown publishing.37 ،
- FIAP من الاسترداد من (2021) . تم الاسترداد من من (FIAP) Factsheet « green Startups » in Germany as of 8 March 2021: <https://fiap-ev.org/>
- <https://www.recyclingstartups.org/country/Germany>.(2022 ,11 12) ./
- T Karampini و E Sabbi .(2019) . VENTURE CAPITAL & GREEN VENTURES: Developing an understanding of the investment decision . Master's Thesis in Business Administration .Department of Business Administration ،Umea, Sweden: Umea university.،
- جلييلة بن عياد. (2022). دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية. مجلة الدراسات القانونية، المجلد 8، العدد 1، 5.
- زينة قمري، و شريفة بوشعور. (2021). تحديات ريادة الأعمال الخضراء في الجزائر. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 8، العدد 2، 9-10.
- سارة ماضي، و سعيدة بورديمة. (2020). المؤسسات الناشئة الخضراء كتوجه جديد نحو ريادة الأعمال المستدامة. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 4، العدد 3، 9.
- سمهان بن لعلام، و كريمة بنان. (2022). المؤسسات الناشئة في الجزائر الواقع والتحديات وفرص الإنطلاق،. مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 02، العدد 02، 14.
- سمية بن شواط ، رياض قادري ، و زاوي لعوج. (2021). المؤسسات الناشئة ونموذج تطور العمل- دراسة حالة: بعض المؤسسات الناشئة بمنطقة سيدي بلعباس،. مجلة البحوث الإدارية الاقتصادية، 5-6.

- يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
- شريفة بوالشعور. (2018). شريفة بوالشعور، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups- دراسة حالة الجزائر. *مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2، 4.*
 - ليلي أوشن. (2022). المؤسسات الناشئة الخضراء نموذج المؤسسة الاقتصادية المستدامة في الجزائر. *مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 5، العدد 1، 9.*
 - مرسوم تنفيذي رقم 20-254. (21 سبتمبر، 2022). عدد 55.
 - مصطفى بورنان، و علي صولي. (2020). الإستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة)، *مجلة دفاتر إقتصادية، 11(1)، 3-4.*
 - هناء عفبف، و حجلة حازم . (2022). التوجه نحو المؤسسات الناشئة الخضراء بين المزايا والتحديات: واقع التجربة الألماني. *مجلة دراسات إقتصادية، مجلد 16، العدد 1، 9.*
 - وسيلة بن فاضل . (2021). المؤسسات الناشئة الخضراء كشكل من أشكال الابتكار المستدام بين التحديات البيئية وفرصة دخول مجال الأعمال "دراسة حالة مؤسسة Aquayate الناشئة بولاية بشار. *مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 9، العدد 4، 6.*
 - يوسف حجيم الطائي، و اخرون. (2013). يوسف حجيم الطائي، و اخرون ، صياغة الإستراتيجية المستدامة للشركة في بناء المنظمات الذكية (دراسة إستطلاعية لآراء عينة من المدراء في شركة زين للإتصالات الغربي للعلوم الاقتصادية)، *المجلد 9، العدد 26، 2013، ص 125. مجلة الغربي للعلوم الاقتصادية، المجلد 9، العدد 26، 125.*

مساهمة التعليم المقاولاتي في تنمية الثقافة المقاولاتية للطلبة الجامعيين - دار المقاولاتية لجامعة

خميس مليانة أنموذجا -

ناصر قرقط* صالح محرز**

*جامعة العربي التبسي تبسة، nasser.guerguet@univ-tebessa.dz

** جامعة العربي التبسي تبسة، salah.mahrez@univ-tebessa.dz

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة مساهمة التعليم المقاولاتي في تنمية الثقافة المقاولاتية للطلبة، آخذين دار المقاولاتية بجامعة الجليلي بونعاما - خميس مليانة - كأ نموذج للدراسة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك من خلال وصف أهم المفاهيم الاساسية المتعلقة بالموضوع ، ثم عرض لاهم النشاطات التي تنظمها دار المقاولاتية وتحليلها، وبيان مساهمتها في تنمية الثقافة المقاولاتية من خلال التعلم المقاولاتي ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود مساهمة للتعليم المقاولاتي في تنمية الثقافة المقاولاتية وذلك من خلال الدورات التكوينية والايام الدراسية التي تقدمها دار المقاولاتية ، ومن خلال النشاطات المختلفة الاخرى والمتمثلة في) الايام التحسيسية ، الايام الاعلامية ، الابواب المفتوحة على دار المقاولاتية ، الخرجات الميدانية (، وأوصت الدراسة بضرورة تكثيف مناهج و برامج التعلم المقاولاتي ،وتوسيع الفعاليات التي تنظمها دور المقاولاتية في برنامجها السنوي مع المؤسسات والهيئات الداعمة والمرافقة وذلك لربط الطالب بهذه الهيئات.

الكلمات الدالة: التعليم المقاولاتي ، الثقافة المقاولاتية ، دار المقاولاتية.

ABSTRACT

This research paper aims to know the contribution of entrepreneurial education to the development of entrepreneurship culture for students, taking the Entrepreneurship House at the University of Jilali Bounaama - Khemis Miliana - as a model for the study. The Entrepreneurship House and its analysis, and its contribution to the development of the entrepreneurial culture through entrepreneurial learning. (sensational days, Media days, open doors to the entrepreneurship house , field trips) The study recommended the necessity of intensifying entrepreneurial learning curricula and programs, and expanding the activities organized by the entrepreneurial role in its annual program with the supporting and accompaniment institutions and bodies, in order to link the students to these bodies.

Keywords: entrepreneurial education, entrepreneurial culture, Entrepreneurship house

1. مقدمة

نظرا للدور يلعبه المجال المقاوالاتي في النشاط الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية وتوفير فرص العمل ، والجزائر في هذا الاطار أعطت اهتماما كبيرا للمقاوالاتية واتضح هذا الامر من خلال السياسات التي وضعتها والتي تهدف إلى تشجيع الشباب من خلال توفير لهم كل الدعم المالي والمعنوي والتسهيلات لدخول عالم ريادة الأعمال من بوابة واسعة من أجل إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال انشاء هيئات دعم ومرافقة والتي تهدف الى مرافقة ودعم الشباب الحاملين لمشاريعهم الخاصة، وتحول هذا الاهتمام مؤخرًا إلى ان أصبح ضمن مجال المؤسسة الجامعية ، حيث اصبح للتعليم المقاوالاتي مكانًا مهمًا في الجامعات الجزائرية ، من خلال انشاء واستحداث دور للمقاوالاتية في مختلف الجامعات مما يساعد الطلبة على صقل مهاراتهم وتطويرها من خلال الاستراتيجيات والبرامج التي يتضمنها هذا التعليم بهدف تنمية ثقافتهم المقاوالاتية وتوجيههم نحو انشاء مشاريعهم ومؤسساتهم الخاصة ،لذلك وفي هذا السياق فإن إدراج استراتيجية للتعليم والتكوين ضرورة ملحة لما لها من اهمية في تنمية القدرات الابداعية والابتكارية وتنمية الثقافة المقاوالاتية للطلبة الحاملين للمشاريع والذي يطمحون لدخول عالم المقاوالاتية.

1.1 مشكلة الدراسة

من خلال ما سبق تتجلى مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي : كيف يساهم التعليم المقاوالاتي في تنمية الثقافة المقاوالاتية لدى الطلبة ؟

2.1 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى تبيان مدى اهمية التعليم المقاوالاتي في تنمية الثقافة المقاوالاتية للطلبة الجامعيين وتوضيح الدور الذي تلعبه دور المقاوالاتية في هذه العملية ، وذلك ظل توجه الدولة الجزائرية نحو الاقتصاد المعرفي ، وفي ظل تزايد عدد خريجي الجامعة ونقص في مناصب الشغل ، حيث أصبح توجيه هذه الفئة للإنشاء مؤسسات ومشاريعهم الخاصة أمرا ضروريا في الوقت الراهن .

3.1 هيكل الدراسة

من أجل تحقيق اهداف الدراسة ومعالجة اشكالياتها تم تقسيمها الى المحاور التالية:

- المحور الاول :التعليم المقاوالاتي.
- المحور الثاني :الثقافة المقاوالاتية .
- المحور الثالث:مساهمة دار المقاوالاتية لجامعة خميس مليانة في عملية تنمية الثقافة المقاوالاتية من خلال التعليم المقاوالاتي.

2. الإطار المفاهيمي للتعلم المقاولاتي

1.2 مفهوم المقاولاتية

تناول العديد من الاقتصاديين والإداريين مسألة المبادرة الفردية والمقاولية، ويعد بيتر دراكر من الأوائل الذين أشاروا إلى ذلك في 1985 أشار إلى تحول الاقتصاديات الحديثة من اقتصاديات التسيير إلى اقتصاديات مقاولاتية بينما استخدم مفهوم المقاولية في عالم الأعمال اليابانية أين تنتشر مؤسسات الأعمال المقاولاتية نتيجة التقدم التكنولوجي " ، أما في حقل إدارة الأعمال إنشاء مشروع جديد أو تقديم فعالية مضافة إلى الاقتصاد) بن رمضان، 2018، (صفحة 201)، وتعرف المقاولاتية بأنها مجموعة الإجراءات التي يقوم بها شخص، أو مجموعة من الأشخاص، من أجل إيجاد مشروع ريادي جديد بهدف تقديم شيء متميز يحقق رغبات الزبائن، ويحقق قيمة مضافة، تضاف إلى المنتج أو الخدمة أو الطريقة (أو الإجراءات) القاسم، 2013، (صفحة 25).

وتعرف أيضا بأنها التفرد وتأمين شيء مختلف مع إعطاء قيمة، وإعطاء الوقت والجهد الضروري مع أخذ المخاطر وتلقي المكافآت، وهي تعتمد بشكل رئيس على الاختلاف والتنوع، والتوافقات الجديدة، والطرق الجديدة) الشمري، 2013، (صفحة 13).

فالمقاولاتية هي العملية التي من خلالها يستخدم فرد أو مجموعة من الأفراد جهدا منظما ووسائل للسعي وراء الفرص لتأمين قيمة، والنمو للمشروع بالتجاوب مع الرغبات والحاجات من خلال الإبداع (Innovations) والتفرد (Uniqueness). ولا بد للمقاول من أن ينظر إلى تنظيم مشروعه ويتضمن اختيار المقاول للشكل القانوني للأعمال. وإدراك تصميم هيكل التنظيم المناسب لعمله حتى يضمن أن يسير العمل في التنفيذ على خير وجه؛ لأنه بدون اختيار الهيكل التنظيمي المناسب فان المقاول قد يجد مشروعه في حالة فوضى (Chaotic Situation) لأن نمو المشروع سيؤدي إلى تعدد وظائفه ولا بد من تسليم بعض الأعمال إلى الآخرين. (جمعة و العلي، 2010، صفحة 29) ومن هذا المنطلق يمكن التمييز ما بين أربعة جوانب رئيسية في تعريف المقاولاتية هي) بن قطف، 2021، (صفحة 187):

-المقاولاتية تعتبر عملية إنشاء شيء جديد متميز وذو قيمة اقتصادية وتجارية؛

-المقاولاتية عملية تقتضي تخصيص الوقت والجهد والمال؛

-تتضمن المقاولاتية تقبل المخاطر المختلفة؛

-تنطوي المقاولاتية على تثمين المكافآت الناتجة مثل: الاعتمادية، الاستقلالية؛

2.2 مفهوم المقاول

تطور مفهوم المقاول هذا المفهوم عبر مراحل من الزمن ،ففي بادئ الأمر ارتبط مفهوم المقاول في فترة العصور الوسطى بفرنسا ، بالشخص الذي يشرف على مسؤولية ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد ،ثم تطور ليصبح يعني الفرد الجريء الذي يسعى من أجل تحمل المخاطر الاقتصادية ،أما من خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر فقد كان يعد الفرد الذي يتجه إلى أنشطة المضاربة ،ويعتبر (SAY.JB,1803)من الأوائل المنظرين لهذا المفهوم إذا اعتبره المبدع الذي "يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج ،بهدف خلق منفعة جديدة (لزرع و بلية، 2020، صفحة 253)

فالمقاول هو الذي يقوم بالسبق إلى البدء بشيء خاص أو القيام بشيء ما كتأسيس منشأة خاصة به، وهو الذي ينشئ عملا متميزا، وغالبا ما يربط بين الأعمال الإبداعية والقدرة على استثمار الفرص ودخول الأسواق في الوقت المناسب، وتقديم منتجات مناسبة ومطلوبة (برهومة، 2014، صفحة 66). وحسب كل من (julient Marchesney) فهو الذي يتكفل بحمل مجموعة من الخصائص الأساسية فهو الذي يتكفل بحمل مجموعة من الخصائص الأساسية، يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه المتحمس والصلب الذي يخلق معلومة هامة). لزرع و بلية، 2020، صفحة 354 (

3.2 التعليم المقاولاتي

تعرف منظمة اليونسكو (UNESCO, 2006) التعليم المقاولاتي بأنه مجموعة من التعاليم الرسمية التي تعلم وتدريب وتثقف أي شخص مهتم بالمشاركة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال مشروع لتعزيز الوعي بزيادة الأعمال أو إنشاء الأعمال التجارية أو تطوير الأعمال الصغيرة. ويشير كذلك عملية منظمة تقوم بتطوير المهارات الإدارية ومهارات العمل الحر وتعزيز ثقافة الإبداع والابتكار تحت إشراف مؤسسات تعليمية لتلبية احتياجات التشغيل للأعمال التجارية بجدارات معرفية ومهارية وسلوكية كفؤة .يقوم كذلك بتدريب الطالب وتأهليه لإكسابه مختلف المهارات اللازمة من جميع الجوانب المهارية والمعرفية والسلوكية ومهارات مختصة بسوق العمل). المطيري، 2019، صفحة 5 (

4.2 أهداف التعليم المقاولاتي

يهدف التعليم المقاولاتي بشكل عام إلى إكساب الطلبة وهم في مراحل عمرية مختلفة سمات المقاولات وخصائصها، والاستقلالية من أجل خلق جيل جديد من المقاولين السلوكية مثل: المبادرة، المخاطرة، والسيطرة الجوهرية الداخلية ومن هنا فإن أهم أهداف التعليم المقاولاتي تتمثل فيما يلي) الجودي، 2014، (صفحة 141):

أولا: تمييز وتهيئة المقاولين المحتملين لبدء مشروع عام أو التقدم والنمو لمنظمتهم المبنية على التكنولوجيا.

ثانيا: تمكين الطلبة لتحضير خطط عمل لمشاريعهم المستقبلية.

ثالثا: التركيز على القضايا والموضوعات الحرجة والمهمة قبل تنفيذ وتأسيس المشروع مثل: أبحاث ودراسات السوق، تحليل المنافسين، تمويل المشروع، والقضايا والإجراءات القانونية، وقضايا النظام الضريبي في البلد.

رابعا: تمكين الطلبة من تطوير سمات وخصائص السلوك المقاولاتي لديهم مثل الاستقلالية، وأخذ المخاطرة، والمبادرة، وقبول المسؤوليات، أي التركيز على مهارات العمل المقاولاتي والمعرفة اللازمة والمتعلقة بكيفية سبباً المشروع وإدارته بنجاح

خامسا: تمكين الطلبة ليصبحوا قادرين على خلق مشاريع تقنية متطورة أو منظمات مبنية على التكنولوجيا بشكل أكبر، والعمل على تأسيس المشاريع والمبادرات المقاولاتية لديه.

5.2 أهمية التعليم المقاولاتي

إن نشر التعليم المقاولاتي وضرورة تدريسه خاصة في الجامعات أمر لا بد منه، فتعليم المقاولاتية له أهميته والتي تتجلى في النقاط التالية): شرطي، 2019، (صفحة 4)

-تعليم المقاولاتية يؤدي إلى تغيير هيكل تركيز الثروة في الأمم، بما يحقق الاستقرار الاقتصادي والتحول من ارتكاز الاقتصاد على عدد محدود من أصحاب رؤوس الأموال نحو امتلاك أكبر عدد من أفراد المجتمع للثروة بما يحقق الاستقرار وتحقيق التنوع في مجالات العمل.

- تعلم المقاولاتية ينتج مقاولين في الإبداع والابتكار بما يمكن من التحول نحو إحداث طفرة في بناء الاقتصاد المعرفي من خلال الأفكار المتجددة ذات العلاقة بتنمية مجتمع المعرفة.

- تعلم المقاولاتية خطوة أساسية نحو غرس روح المبادرة وزيادة فرص نجاح الأعمال وصناعة قادة المستقبل لتحمل أعباء النمو الاقتصادي الوطني المتواكب مع التوجهات العالمية.

- تعلم المقاولاتية يساهم في زيادة الأصول المعرفية وتعظيم ثروة الأفراد بما يزيد من الثروة والتراكم الرأسمالي في مجال المعرفة على مستوى الوطن، وبما لذلك من أثر في بناء مجتمع المعرفة.

- تعليم المقاولاتية يكسب العاملين بالمؤسسات القائمة مهارات نادرة ومبتكرة تمكنهم من زيادة معدل نمو المبيعات بنسبة تفوق قرنائهم بنسبة كبيرة.

- تعليم المقاولاتية يزيد من احتمال تطوير منتجات جديدة نظرا لأن المقاولين يصبحون أكثر إبداعا.

- يركز التعليم المقاولاتي في محتواه ومضمونه على إدراك الأفراد للفرص وتحديدها، ويساهم في وعي الأفراد العاملين بشكل أكبر في سياق الأعمال والأنشطة التي يقومون بها.

6. مجالات ومواضيع التعلم المقاولاتي

لقد تعددت المجالات والمواضيع المتعلقة بخلق مشاريع جديدة ومقاولين متميزين ومن أهمها) الجودي، 2014، الصفحات 153-154):

أ. المقاولاتية والإدارة: حيث أن المقاولاتية تركز على الفرص السوقية أولاً وكيف يمكن استغلالها وتعظيم احتمالاتها، بينما تركز الإدارة بشكل أساسي على الموارد والتنظيم وإدارة المنظمة بكفاءة وفاعلية. وإن ثقافة المقاول من حيث اقتناصه للفرص هي ثورية الأداء وفي فترة زمنية قصيرة الأجل، بينما تتكون ثقافة المدير على أساس تطوري وفي فترة زمنية طويلة الأجل .

ب. مصادر تمويل المقاولين: حيث تتعدد مصادر تمويل المقاولين، فتبدأ من خلال " رأس المال البذرة " الذي يوفره المقاول من ماله الخاص لابتداء مشروعه، ثم من خلال رأس المال الموالي والذي يتكون من رأس المال المغامر أو رأس المال لمخاطر، ثم مرحلة الاقتراض والائتمان، وأخيراً تأتي مرحلة جني الأرباح من خلال دخول مستثمرين للمشروع ومساهماتهم به .

ج. المقاولاتية المؤسسية: وذلك من خلال إنشاء وتطبيق العديد من الابتكارات الجديدة التي تسهل خلق واكتشاف الفرص المدركة في بيئة المؤسسة التنافسية، وبناء المشاريع المستقلة والتابعة للمشروع الرئيسي للمنظمة .

د. استراتيجيات المقاولاتية: وذلك من خلال خلق المزايا التنافسية باستمرار والتي تؤدي إلى خلق الثروة بشكل كبير للمنظمة، وهذا يتحقق من خلال استخدام الموارد بأسلوب إبداعي لاكتشاف وتعريف القيم التنافسية واستغلال الفرص. خامساً: سلوك المخاطرة لدى المقاول والمقصود بالمخاطرة هنا المخاطرة المحسوبة، أي القدرة على حساب المخاطر الممكن حدوثها والمواجهة النفسية والاقتصادية ومن ثم اتخاذ القرار الملائم للتغلب عليها

هـ. النساء المقاولات، والمقاولين من الأقليات، وكيفية انبثاقهم وظهورهم في المجتمعات الغربية بأعداد لم يسبق لها مثيل

و. عالمية الروح المقاولاتية أو الإدراك المقاولاتي، وذلك بحكم النمو الهائل في أعداد المقاولين على مستوى العالم

ن. المساهمات الاقتصادية والاجتماعية للمقاولين، ودور المؤسسات الجديدة التي ينشئها في تنمية وتطوير المجتمعات، والمشاريع العائلية، والتي أبرزت جميعها المساهمات العديدة وغير المتكافئة للمقاولين في العالم، والتي شملت خلق فرص عمل للأفراد ، الإبداع والتجديد الاقتصاد

ت. أخلاقيات الأعمال والمقاولاتية: إن المقاولين يتخذون قرارات عديدة ويقارنون بين بدائل عديدة أخلاقية وغير أخلاقية، قانونية وغير قانونية، تواجه بالعديد من الاعتراضات، وقد تحدث نزاعات وصراعات مختلفة وتؤثر في اتجاهات عديدة تشمل: المستهلكين، العاملين، المساهمين في المنظمات، الأسر .

1.7 مراحل التعلم المقاولاتي

إن عملية تعليم المقاولاتية تمر بخمس مراحل محددة، كل مرحلة تختلف عن الأخرى وتهدف هذه المراحل إلى خلق مقاول قادر على إنشاء وإدارة مشروعه بنفسه. وهذه المراحل الخمسة تتمثل في) بن عيسى و ناصري، 2019، الصفحات 235-236):

أ. تعلم أساسيات المقاولاتية: يجب على الطلبة أن يتعلموا ويمارسوا الأنشطة المختلفة لملكية المشاريع في الصفوف المدرسية الابتدائية، الإعدادية والثانوية، ففي هذه المرحلة يتعلم الطلبة أساسيات الاقتصاد، والفرص والخيارات المهنية الناتجة عنهما، وأن يتقنوا المهارات الأساسية للنجاح في اقتصاد العمل الحر، وهو ما يشجع دافعية التعلم لديهم .

ب. الوعي بالكفاءة: إن الطلبة يتعلمون الحديث بلغة الأعمال، ويرون المشاكل من وجهة نظر أرباب العمل وهذا جانب أساسي في المهنة والتعليم التقني حيث أن التركيز يكون على الكفاءات الأولية واكتشافها لديهم، والتي يمكن تعلمها في مساق خاص بالمقاولاتية أو أن تحتويه المسافات والمناهج الأخرى التي ترتبط بها على سبيل المثال، يمكن أن تصبح عروض المبيعات جزءا من مناهج مهارات الإتصال .

ج. التطبيقات الإبداعية: إن مجال الأعمال معقد، لذا فإن جهود التعليم تعطي فرصة للأفراد في هذه المرحلة لاستكشاف الأفكار وتخطيط الأعمال من خلال حضورهم العديد من الندوات والتي تضمن العديد من التطبيقات الإبداعية ومن هنا يكتسب هؤلاء معرفة عميقة وواسعة عن المراحل السابقة. إن هذه المراحل تشجع الأفكار والابتكار وخلق فكرة أعمال التي يتبعها اتخاذ قرار الإنشاء .

د. بدء المشروع: بعد أن يكتسب الأفراد البالغون تجربة العمل المقاولاتي والتعليم التطبيقي، فإن العديد منهم يحتاج إلى مساعدة خاصة لترجمة فكرة العمل المقاولاتي إلى واقع عملي، وخلق فرصة عمل، ويمكن القيام بذلك من خلال توفير الدعم والمساعدة في برامج التعليم التقني والمهن، وبرامج الدعم والمساعدة المقدمة للأفراد في كليات والجامعات، وذلك لتعزيز بدء تأسيس المشروع، وتطوير السياسات والإجراءات للمشاريع الجديدة والقائمة .

هـ. النمو: عندما تتضح الشركة فإن العديد من التحديات ستواجهها في هذه المرحلة، إذ أن سلسلة من الندوات المستمرة أو مجموعات الدعم يمكن أن تساعد المقاول لتعريف وتمييز المشاكل المحتملة والتعامل معها في الوقت المناسب، وحلها بفعالية بما يمكن من تطوير المشروع.

1.8 متطلبات التعليم المقاولاتي

إنّ متطلبات التعليم المقاولاتي تشمل جوانب وعناصر مختلفة لتحقيق أهدافه بكفاءة وفعالية، ولتحقيق متطلبات التعليم المقاولاتي يجب إحداث شراكة حقيقية ما بين المنظمات الحكومية والمنظمات الخاصة

والجهات الداعمة التابعة لمنظمات القطاع الخاص، وهذه المتطلبات تتمثل فيما يلي) : بديار و عرابش،
(2019، الصفحات 14-15)

أ. البنية التحتية: من خلال توفير قاعات مناسبة ومجهزة بالطاولات والكراسي والأدوات اللازمة، وأجهزة الحواسيب والأجهزة والمعدات المختلفة الأخرى مثل جهاز عرض الشرائح، والبرمجيات التي توفر التطبيقات العملية والتدريبية التي تسهل التعامل مع المحتوى المقاولاتي، والذي يجب أن يكون في الغالب باللغة العربية .

ب. الموارد البشرية: وتعتبر تلك الأفراد المؤهلة والمدربة والقادرة على استخدام وتطبيق استراتيجيات وأساليب تدريبية متقدمة في المقاولاتية، واستخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل مناسب يخدم هذه العملية، نظرا لأن هذا التعليم يتطلب تغييرا جذريا في نمط التفكير لدى المتعلمين.

ج. البيئة: وهي البيئة الممكنة التي تدعم خطوات تنفيذ برامج التعليم المقاولاتي وخطته وأهدافه، وتستمد هذه البيئة تمكينها وتفوقها من خلال الوعي الكامل لأفراد المجتمع على جميع المستويات ابتداء من القادة التربويين والأكاديميين ومتخذي القرار إلى المواطن العادي، ومن هنا يتوفر التعاون والدعم الكامل من قبل الجميع لإنجاح مبادرة هذا التعليم في المجتمع.

د. التجارب السابقة: الاستفادة من التجارب العالمية في هذا الخصوص والبناء عليها في الممارسة والتطبيق .

هـ. التكيف: الاستجابة للتحديات والضغوط الكبيرة التي تفرضها طبيعة هذا العصر الذي نعيشه على هذا النوع من التعليم والسلوك المقاولاتي، ومحاولة التكيف معها قدر الإمكان.

9. 1 التحديات التي تواجه التعليم المقاولاتي :

تتمثل التحديات التي تواجه التعليم المقاولاتي فيما يلي) تفرورت، عسلون، و تفرارت، 2019 ، الصفحات 35-36):

-إصلاح المنظومة الجامعية وانتهاج نظام (LMD) في العديد من التخصصات الجامعية الذي بعد غامض بالنسبة للطلبة والأساتذة

-النظام الحديث هو تجربة أوروبية تتوافق مع البيئة التعليمية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية الأوروبية، ولا تتوافق مع خصائص البيئة الجزائرية

-ضعف المناهج التعليمية المتبعة في الجامعات الجزائرية خاصة التي تتعلق بالجانب المقاولاتي سواء من ناحية البرنامج، المحاور، الوضوح، وضع محتويات من طرف غير متخصصين في الميدان.

-التأثير السلبي لمناهج ما قبل التعليم العالي على مناهج التعليم العالي في تأسيس فكرة التعليم المقاولاتي إن قصر المناهج المسطرة من طرف وزارة التعليم والتربية والتي تعتبر القاعدة والمنطق لمناهج التعليم العالي أثر غرس ثقافة المقاولاتية.

-انفصال المناهج التعليمية للمقاولاتية عن الواقع المؤسساتي، انعدام ربط المناهج التعليمية بالواقع المؤسساتي على خلاف الدول الأخرى

-عدم مراعاة التوازن بين النظري والعملي لأن غرس فكرة مقاولاتي يتطلب الدمج بينهما.

3. الإطار المفاهيمي للثقافة المقاولاتية

1.3 مفهوم الثقافة المقاولاتية

إن الثقافة المقاولاتية هي عبارة عن مجموعة من القيم والمعتقدات المشتركة، و هي أيضا تلك الدراية العملية، والمهارة الذاتية، و القدرة على التصرف و التطبيق و التي تمثل الوعي و التوجه السلوكي لأفراد، و المؤسسات وكذا السكان نحو المقاولاتية، و على هذا الأساس يمكن أن تكون الثقافة المقاولاتية مشابهة لتلك البيئة المواتية و الملائمة لبروز هذه الظاهرة) المقاولاتية (وقيمها، و إضافة إلى ذلك تمثل أيضا مدى إسهامات المقاولين في وسطهم و بيئتهم التي يعيشون فيها) جمعة ع.، الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي، 2021، صفحة 409)
ويشار إليها بأنها مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الافراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الاموال وذلك بإيجاد افكار مبتكرة جديدة وابداع في مجمل القطاعات الموجودة (مهاوة و فراحي، 2021).

2.3 خصائص الثقافة المقاولاتية

على غرار كل الثقافات فإن للثقافة المقاولاتية خصائصها التي تميزها، فحسب Toulouse للثقافة خمسة خصائص أساسية وهي: تتمين أنشطة الصفقات والأعمال، تتمين المبادرات الفردية أو الجماعية، تتمين المثابرة والتصميم، تسمح بالعيش في توازن ما بين الأمن والخطر، وأخيرا تقوم بتوفير حل للتوتر بين الاستقرار والتغيير، حيث نستعرض ببعض التفصيل هذه الخصائص كما يلي) جمعة ع.، 2016، الصفحات 47-48):

أ. تتمين أنشطة الصفقات) الأعمال: (الثقافة التي تتمن المقاولاتية تمنح لأنشطة الصفقات) الأعمال) مكانة هامة فيما يمكن أن نسميه التسلسل الهرمي لقيم هذا المجتمع، لذلك فعلى سبيل المثال، المجتمع الذي يثمن المقاولاتية يمنح فيما يخص الصفقات، والمال، وكذا إنشاء الشركات مكانة هامة ذات أولوية.
ب. تتمين المبادرات الفردية أو الجماعية: المجتمعات التي توجد فيها الأنشطة المقاولاتية، تعتبر مجتمعات أين يتم الحصول على الفرص، حيث يتسم أعضائها بنوع من الاندفاع اتجاه التحديات والتحكم الأمثل لثروات الطبيعة، بالإضافة إلى هذا تساعد الأفراد في تحديد مصيرهم وكذا استغلالهم المحكم للفرص المتاحة.

ج. تتمين المثابرة والإصرار: أظهرت الدراسات أن المقاولين الذين يتميزون بالمثابرة والإصرار يتمكنون من إنشاء مشاريعهم الخاصة، بالإضافة إلى بعض الدراسات التي أظهرت أن المقاولين هم عبارة عن

أشخاص لهم نوع من الإصرار، المثابرة، وكذا الرغبة في الاستثمار، عن طريق تكريس الوقت وجميع الطاقات اللازمة من أجل تحقيق النجاح، وكذا استعمال جميع الموارد المتاحة، وحتى في بعض الأحيان استعمال موارد الغير من أجل استكمال مشروعاتهم وتحقيق الأهداف المرجوة. باختصار، الثقافة المقاولاتية هي تلك الثقافة التي تثن المثابرة والتصميم، والتي تدعم التجريب) المحاولة (وترغب فيه، والتي تتسامح مع بعض الأفراد الذين يواجهون الصعوبات، الفشل، وكذا الإفلاس، دون إقصاء ورفض الأفراد الذين يقترحون مشروعات من أجل إنشاء شركاتهم الخاصة.

د. تسمح بالعيش في توازن ما بين الأمن والخطر: عملية إنشاء المؤسسة تتعرض لبعض المخاطر، وبتقدير بالعلم أن هذه العملية تستند إلى حكم صادق وبسيط، بالإضافة إلى توفر المعلومات اللازمة لهذا الإنشاء. يمكن القول إن هذا الإنشاء هو عبارة عن خطر، أو عن نشاط له نتائج تنبؤ جزئية. فضلا عن وجود العديد من السلوكيات المرتبطة بالمخاطرة. فعلى سبيل المثال: استغلال الموارد، عملية البحث والتنمية، الابتكار، أي استثمار الأموال في مشروع خاص بالبحث والتنمية وكذا الإقبال على مشروع يؤدي في النهاية إلى مشروع مبتكر.

3.3 مقومات الثقافة المقاولاتية

هناك أربع أماكن يمكن أن ترسخ فيها الثقافة المقاولاتية منها العائلة، المدرسة، المؤسسة والمحيط ونوضحها كالتالي) بن وريد، كروش، و هبول، 2021، (صفحة 351):

أ. المحيط الاجتماعي: يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرا لتركيبته المعقدة والثرية .

ب. الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مني، خاصة إذا كان هؤلاء الأفراد يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات، وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة المدرسة أو الجامعة ليست المدرسة بمعزل عن الديناميكية السوسيو -اقتصادية للمجتمع، فبالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد، يتعين عليها أن تقيم جسور الالتقاء مع المقاول، وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقاول وتنمية ثقافة المقاول لدى الشباب، وهنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من أجل خلق الثروات ضمن منظور مقاولاتي للتربية والتكوين"

ج. الدين: يعتبر الدين من بين المؤسسات الاجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير، فقيم العمل واتقانه، وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت ... الخ هي عناصر تشترك فيها كل الكتب السماوية، وعليه يشكل الدين والقيم الحامل لها أحد مقومات الفعل المقاولاتي.

د. العادات والتقاليد: هي من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية

تمارس الزراعة والري مع أبنائها، أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فتتوارثها الأجيال

4.3 مساهمة المؤسسة الجامعة ودور المقاولاتية في نشر الثقافة المقاولاتية:

يعد التعليم بصفة عامة والجامعي بصفة خاصة محورا أساسيا لنشر الثقافة المقاولاتية وروح الإبداع، إذ

يجب أن تتضمن المقررات الدراسية ما يكفل تشجيع الاستقلالية والمثابرة، الثقة بالنفس وغيرها من

المهارات المقاولاتية الأخرى، كما أن للجامعة ودار المقاولاتية دورا هام في بناء المعرفة الخاصة

بالمقاولاتية وتدريب المفاهيم العلمية التي تبنى عليها ، وتتم هذه العملية من خلال) بن قدور و بالخير،

(2017، صفحة353):

- تعميم مفهوم المقاولاتية لدى طلبة الجامعة وتحسيسهم بأن المقاوله اختيار وليس بديل في ظل عدم

وجود فرص للتوظيف.

- تدريس مقاييس تعكس المقاوله لمختلف التخصصات وادخالها في فكر الطالب الجامعي للمساهمة في

الانتاجية الوطنية من خلال

مساهمة القطاع الخاص .

-تقريب هيئات الدعم والمرافقة من الجامعة، كما هو الحال بالنسبة لأعمال وبرامج دار المقاولاتية .

-زيادة الملتقيات والمحاضرات عن الفكر المقاولاتي في مختلف كليات ومعاهد الجامعة

-فتح فروع لحاضنات الأعمال على مستوى الجامعة تعمل على التكفل بأفكار مشاريع الطلبة دفعهم

لتجسيدها.

-تحسيس الطالب إلى أن الطالب على علاقة بالمحيط الاجتماعي والاقتصادي عن طريق توقيع

الاتفاقيات مع مختلف المؤسسات وتفعيلها لفتح بحال التبرصات الميدانية

-ربط مختلف التخصصات بالإنتاج وتأسيس المشاريع

4.4 مساهمة دار المقاولاتية في عملية تنمية الثقافة المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي

1.4 التعريف بدار المقاولاتية بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

هي عبارة عن هيئة مرنة، مقرها الجامعة تتمثل مهمتها في تحسيس، تكوين وتحفيز طلبة الأطوار

النهائية وضمان مرافقتهم الأولية من أجل انشاء مؤسسة.

تم تنصيب دار المقاولاتية بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة سنة 2013، تسييرها كفاءات جامعية

وإطارات تابعة للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية عين الدفلى تحت إشراف كل من السيد

مدير جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة والسيد مدير الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب فرع عين

الدفلى، وهي تسيير من طرف خلية مشتركة للقيادة والتنشيط تتكون من مدير ومنشطين .

- مدير لجنة القيادة والتنشيط لدار المقاولاتية : أستاذ مكلف بتسيير البرامج .

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

- منسطين : أستاذ جامعي وممثل عن الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب.

يتكون الفريق القيادي لدار المقاولاتية من :

• كفاءات جامعية .

• اطارات من الوكالة الوطنية لدعم الشباب

3.4 مهام دار المقاولاتية بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

- تحسين وتكوين وتحفيز الطلبة سيما طلبة الاطوار النهائية وضمان مرافقتهم الاولية من اجل انشاء مؤسسة مصغرة او متوسطة.

- توضيح الاجراءات المتبعة لإنشاء مؤسسة.

- توجه وتساعد على بلورة فكرة المشروع لدى الطالب الجامعي

- مرافقة الطلبة اثناء دراسة المشروع.

- القيام بدورات تكوينية حول تقنيات تسيير المؤسسة.

4.4 نشاطات دار المقاولاتية

-تنظيم معارض إعلامية حول المقاولاتية

- تنظيم دورات تكوينية للطلاب الجامعيين حاملي المشاريع حول كيفية ايجاد فكرة المشروع، انشاء

مؤسسة مصغرة، الدراسة التقنية للمشروع الخ

- تنظيم أيام تحسيسية حول المقاولاتية .

- تنظيم مؤائد مستديرة حول المواضيع المتعلقة بالمقاولاتية.

- تنظيم أيام دراسية حول الفكر المقاولاتي.

- تنظيم الجامعة الصيفية من أجل تقريب الشباب حاملي أفكار المشاريع من الشبكة المساعدة على

إنشاء مؤسسة مصغرة، هذا التكوين يشرف عليه مجموعة من إطارات البنوك وموظفي مديرية الضرائب

ورجال القانون وكذا المكلفين بالدراسات في هيئات الدعم والتمويل. الهدف من هذه النشاطات وقوف

الطلبة على الواقع العملي الذي سيوجههم خلال انطلاق مشاريعهم وتشغيلها.

5.4 مساهمة دار المقاولاتية في نشر الثقافة المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي

- تهدف دار المقاولاتية بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة من خلال فعالياتها وأنشطتها المتنوعة

الى نشر ثقافة إنشاء المؤسسات بين طلاب الجامعات ، وخاصة طلبة الذين هم على ابواب التخرج

(طلبة الثالثة ليسانس وطلبة الثانية ماستر) والطلبة الخريجين منها ، ومرافقتهم في سوق العمل من

خلال ممثلين عن مؤسسات وهيئات الدعم والمرافقة إلى أن يؤسسوا مؤسساتهم الخاصة في المستقبل.

- تعمل دار المقاولاتية بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة ، بإعداد برنامج سنوي يشجع بشكل شامل الأفكار المؤسسية والدورات التكوينية والتدريبية على كيفية إنشاء وإيجاد افكار للمشاريع ، فضلاً عن أنشطة التوعية بأهمية المقاولاتية في عملية التنمية الاقتصادية ، كما تعتبرها كذلك. أساس التنمية المستدامة لما تتمتع به من مرونة وسهولة في التكيف مع التغيرات التي تحدث. وذلك لأن المؤسسات الصغيرة اليوم تتمتع بالقدرة التنافسية التي تم اكتسابها من خلال مناهج التعليم المقاولاتي والتي من خلالها تستطيع تسطير استراتيجيات خاصة بها للبقاء في السوق المحلية

-تهدف دار المقاولاتية من خلال المشاريع والفعاليات التي تنظمها في برنامجها السنوي بالتعاون مع المؤسسات والهيئات الداعمة والمرافقة إلى تدريب الطلاب وتعليمهم أساسيات المقاولاتية ، لأن هذه التكوينات تساعد بشكل كبير في نشر وترسيخ ثقافة المقاولاتية بين الطلاب ، وتمكينهم من الانتقال الى مجال الاعمال والقدرة على التكيف مع التغيرات المحتملة.

-ومن الادوار الاساسية لدار المقاولاتية بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة في تشجيع الطلبة على إنشاء مؤسساتهم الخاصة ودخول سوق الأعمال من خلال البرامج والانشطة التدريبية التي تقوم بها وتقديمها لهم التي توجههم بها للقيام بإنشاء المؤسسات والمشاريع الخاصة بهم من خلال الحصول على التمويل من وكالات الدعم ، وأهمها الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ، وهي أول ممول لبرنامج المقاول المبتدئ.

الجدول 01: نشاطات دار المقاولاتية لجامعة خميس مليانة للفترة 2016-2021

التاريخ	موضوع النشاط
26 - 27 /10/ 2016	- معرضاً إعلامياً حول المقاولاتية بالتعاون مع الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب فرع عين الدفلى
25 /02/ 2017	- مائدة مستديرة لفائدة طلبة الماستر تحت عنوان : "المراحل المختلفة لإنشاء المؤسسة المصغرة"
27 /02/ 2017	- دور الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب في إنشاء المؤسسات المصغرة" وهذا لفائدة طلبة كلية العلوم والتكنولوجيا المقبلين على التخرج في الطورين "ليسانس . ماستر
07 و 08 /03/ 2017	-دورة تكوينية حول موضوع:"أوجد فكرة مؤسستك" لفائدة الطلبة المقبلين على التخرج في الطورين "ليسانس . ماستر"
13 /04/ 2017	-يوم تحسيبي إعلامي حول " دور الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في إنشاء المؤسسات المصغرة"
17 الى /04/ 2017	-دورة تكوينية حول موضوع " : إنشاء مؤسسة "وهذا لفائدة الطلبة

المقبلين على التخرج في الطورين " ليسانس . ماستر "	06الى/1108/2017
-أبواب مفتوحة حول المقاولاتية وأجهزة الدعم المرافقة لجميع الكليات	13الى/ 11/15/2017
-أبواب مفتوحة حول المقاولاتية وأجهزة الدعم المرافقة لجميع الكليات	04،06،11/12/2017
-أيام تحسيسية للتعريف بالفكر المقاولاتي لطلبة السنة الثالثة ليسانس والأولى والثانية ماستر	29،22/01/2018
-دورات تكوينية بعنوان "أوجد فكرة مؤسستك	12،05/02/2018
-دورات تكوينية بعنوان "أوجد فكرة مؤسستك	26/02/2018
-دورات تكوينية حول بعنوان "أنشئ مؤسستك	05 و 12/03/2018
-دورات تكوينية حول بعنوان "أنشئ مؤسستك	09/04/2018
-مسابقة أحسن فكرة مشروع مصغر	السنة الجامعية 2017/2018
-خرجات ميدانية لزيارة مؤسسات اقتصادية مصغرة	- السداسي الثاني 2018
- يوم دراسي حول آليات وإجراءات إنشاء مؤسسة مصغرة	- 30/04/2018
- فعاليات الجامعة الصيفية الرابعة تحت شعار الطالب المقاول	- 03/05/2018
-دورة تكوينية تحت عنوان: أنشئ مؤسستك	- 09/05/2019
-يوم إعلامي حول المقاولاتية	- 22الى/26/12/2019
-دورة تكوينية تحت عنوان أوجد فكرة مؤسستك	- 17 و 24/02/2020
-يوم تحسيسي اعلامي حول العمل المقاولاتي	- 13/04/2020
-ابواب مفتوحة حول المقاولاتية واجهزة الدعم والمرافقة	- 04 و 03/02/2021
-دورة تكوينية تحت عنوان: أوجد فكرة مؤسستك	- 07الى/09/02/2021
-ابواب مفتوحة حول المقاولاتية واجهزة الدعم والمرافقة	- 03 و 02/03/2021
-دورة تكوينية تحت عنوان: أوجد فكرة مؤسستك	- 10 و 11/03/2021
-دورة تكوينية تحت عنوان: أوجد فكرة مؤسستك	- 20الى/22/03/2021
-ابواب مفتوحة حول المقاولاتية واجهزة الدعم والمرافقة	- 23/03/2021
-دورة تكوينية تحت عنوان: أوجد فكرة مؤسستك	- 25 و 24/03/2021
-ابواب مفتوحة حول المقاولاتية واجهزة الدعم والمرافقة	- 30/03/2021

-ابواب مفتوحة حول المقاولاتية واجهزة الدعم والمرافقة	2021/04/07و06-
-دورة تكوينية تحت عنوان :أوجد فكرة مؤسستك	2021/03/15 الى 13
-خرجة ميدانية لزيارة مؤسسات اقتصادية مصغرة	2021/04/18
-مسابقة أحسن فكرة مشروع مصغر	-السنة الجامعية
	2021/ 2020
-أيام دراسية في إطار الجامعة الصيفية تحت عنوان اليات	- ماي 2021
واجراءات انشاء مؤسسة مصغرة	

المصدر : <https://vrex.univ-km.dz>

يتضح لنا من خلال الجدول دار المقاولاتية لجامعة بونعامة خميس مليانة خلال هذه السنوات كانت قد اعدت برنامجا سنويا متنوعا بهدف نشر الثقافة المقاولاتية وتفعيل الإبداع والابتكار بين الطلبة وذلك لتهيل عملية ولوجهم الى عالم المقاولاتية من خلال انشاء مؤسسات مصغرة.

وفي إطار ربط الطالب بعالم المقاولاتية تمت برمجة العديد من الابواب المفتوحة على دار المقاولاتية 2016والهدف منها تعريف الطلبة على هذه دار المقاولاتية وابرار انشطها وكذا إعطاء الطالب فكرة حول عالم المقاولاتية. وتقوم بالعديد من الدورات التكوينية خلال الفترة الجامعية من كل موسم جامعي والتي تهدف الى تهيئة الطالب الجامعي للولوج لعالم الاعمال ، حيث أن برنامج الدورات يبدأ بدورات تكوينية حول موضوع:"أوجد فكرة مؤسستك "لفائدة الطلبة المقبلين على التخرج في الطورين" ليسانس . ماستر "ويتم تدعيم هذه الدورة في نفس السياق بدورة تكوينية مكملة حول موضوع " :إنشاء مؤسسة "وهذا لفائدة الطلبة المقبلين على التخرج في الطورين" ليسانس . ماستر "

وفي إطار ربط الطالب بالمحيط الاقتصادي تم تنشيط أبواب مفتوحة على هيئات الدعم والمرافقة والهدف منها تعريف الطلبة على هذه الهيئات والدور الواجب عليا اتجاه الشباب الراغب في الاستثمار من خلال انشاء مشاريعه الخاصة ، وفي نفس الإطار قامت بتنظيم خرجات ميدانية لزيارة مؤسسات اقتصادية مصغرة

إضافة لما سبق فدار المقاولاتية بجامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة نظمت العديد من الايام التحسيسية حول المقاولاتية والعمل المقاولاتي وبدور الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب في إنشاء المؤسسات المصغرة بهدف تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة

وفي سياق تجسيد هذه النشاطات المقدمة للطلبة ، تقوم دار المقاولاتية بتنظيم مسابقة أحسن مشروع مقاولاتي للطلبة للسنة الجامعية ، والهدف منه تجسيد الافكار الابتكارية والابداعية لدى الطلبة. ويتم اختتام أنشطة دار المقاولاتية خلال اخر السنة الجامعية بتنظيم الجامعة الصيفية، وتدور أنشطة هذه الاخيرة حول العمل المقاولاتي واليات واجراءات انشاء مؤسسة مصغرة.

5. خاتمة

هدفت هذه الدراسة للتعرف على المساهمة التي يقدمها التعليم المقاولاتي في تنمية الثقافة المقاولاتية للطلبة، آخذين دار المقاولاتية لجامعة خميس مليانة ، وقد توصلنا إلى جملة من النتائج وقمنا بتقديم مجموعة من التوصيات.

1.5 النتائج

- يهتم التعلم المقاولاتي للطلبة من خلال عمليات التحسيس والإعلام وتعريف الطلبة بواقع الأعمال والصعوبات التي يمكن أن تواجههم وكذلك تحفيزهم من خلال الدعوة إلى المشاركة في انشاء مشاريعهم الخاصة .

- ان من عوامل نجاح عملية التعلم المقاولاتي بشكل جيد وفعال إلا من خلال توفير بنية تحتية وموارد بشرية كفؤة وأيضا الاستفادة من التجارب العالمية؛

- دار المقاولاتية لجامعة خميس مليانة ومن خلال انشطتها التعليمية والتكوينية المختلفة ساهمة في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة.

- تقوم دار المقاولاتية لجامعة خميس مليانة بالعديد من الدورات التكوينية والتعليمية خلال الفترة الجامعية من كل موسم جامعي بهدف الى تهيئة الطالب لإنشاء مشاريعه الخاصة بعد التخرج.

- تعمل على ربط الطالب بالمحيط الاقتصادي من خلال تنشيط أبواب مفتوحة على هيئات الدعم والمرافقة والقيام بالزيارات الميدانية للمؤسسات الصغيرة الناشئة.

- تحرص دار المقاولاتية لجامعة خميس مليانة على مرافقة الطالب لإنشاء مشروعه الخاص ابتداء من مرحلة طرح الفكرة الى غاية تجسيدها في مشروع معين.

2.5 التوصيات

- ضرورة توفير كافة المتطلبات التي تحتاجها دار المقاولاتية في انشطتها وذلك من خلال توفير الوسائل المادية والبشرية والمالية الضرورية لإنجاز برنامجها السنوي.

- العمل على القيام بأنشطة مشتركة بين دور المقاولاتية الامر الذي من شأنه سوف يساهم في عملية تنمية الافكار المقاولاتية بين الطلبة من مختلف الجامعات وبالتالي توسيع دائرة الاهتمام بالعمل المقاولاتي عند هذه الفئة وتكون الاستفادة متبادلة.

-توسيع المناهج التي تهتم بالعمل المقاولاتي من خلال ادراج مقاييس خاصة بالمقاولاتية وتسيير المؤسسات في كل الكليات والتخصصات.

- توسيع الفعاليات التي تنظمها دور المقاولاتية في برنامجها السنوي مع المؤسسات والهيئات الداعمة والمرافقة وذلك لربط الطالب بهذه الهيئات.
- العمل على تقديم امتيازات خاصة للطلبة من خلال تسهيل الاجراءات الادارية وسرعة التمويل وذلك لزيادة تحفيزهم على انشاء مشاريعهم الخاصة.
- الحرص على تقديم الدعم للمشاريع الطلابية الناشئة في حالة تعرضها للازمات والفشل.
- الاستفادة من التجارب الرائدة المحلية والاقليمية في مجال المقاولاتية .

قائمة المراجع

1. أحمد بن قطاف. (2021). دور المقاولاتية ودورها في تشجيع روح المقاولاتية في الجامعات - دراسة تقييمية لدار المقاولاتية بجامعة برج بوعرييج-. الباحث الاقتصادي، 08(01).
2. أشواق بن قدور، و محمد بالخير. (2017). أهمية نشر ثقافة المقولة وإنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 06(01).
3. أمال مهاوة، و خادلي فراحي. (2021). فعالية التعليم المقاولاتي في نشر وترقية الثقافة المقاولاتية في الجامعة الجزائرية دراسة استطلاعية لآراء مسيري دور المقاولاتية في بعض الجامعة الجزائرية. مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد و الادارة، 05(02).
4. أمينة بديار، و زينة عرباش. (2019). واقع التعليم المقاولاتي في الجزائر ودوره في استدامة المشاريع المقاولاتية. مجلة أفاق للبحوث والدراسات(03).
6. حمزة بن وريد، صلاح الدين كروش، و محمد هبول. (2021). تفعيل الثقافة المقاولاتية للطلبة الجامعيين من خلال دور المقاولاتية: دراسة ميدانية لدار المقاولاتية بالمركز الجامعي ميلة. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، 06(02).
6. سامية بن رمضان. (2018). دور الجامعة في تشجيع روح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي(الرأس المال البشري) -قراءة سوسيو-اقتصادية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع.
7. سمير فهمي شحادة برهومة. (2014). خصائص الريادة و أثرها في المشروعات الريادية : دراسة تطبيقية على طلبة حاضنات الأعمال في الجامعات الأردنية. رسالة ماجستير. الاردن: جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
8. صفاء المطيري. (2019). التعلم الريادي. سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية(149). المعهد الوطني للتخطيط.
9. عائشة لزرق، و حبيب بلية. (2020). أهمية ودور التعليم المقاولاتي في توجيه الطلبة الجامعيين نحو إنشاء مقاولاتية ، دراسة مسحية بجامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم. سلسلة الانوار، 10(01).

10. عبد العزيز جمعة. (2016). المقالة والكتابة و بعد الثقافة الجهوية، مدخل استكشافي " دراسة ميدانية تحليلية ". رسالة ماجستير. الجزائر: جامعة مصطفى اسطيمبولي معسكر.
 11. عبد العزيز جمعة. (2021). الرغبة المقالة والكتابة و بعد الثقافة المقالة والكتابة لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي. مجلة البشائر الاقتصادية، 07(01).
 12. فايز جمعة، و عبد الستار محمد العلي. (2010). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة . عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.
 13. ليلي بن عيسى، و الزهرة ناصري. (2019). التعليم المقالة والكتابة وأثره على التوجه المقالة والكتابة: دراسة استطلاعية. مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية والإدارية، 03(02).
 14. محمد تقرورت، خضراء عسلون، و يزيد تقرورت. (2019). مساهمة التعليم الجامعي في غرس روح المقالة والكتابة النشوية- دراسة حالة الجزائر-. مجلة المقالة والكتابة والتنمية المستدامة، 01(02).
 15. محمد علي الجودي. (2014). محور تطوير المقالة والكتابة من خلال التعليم المقالة والكتابة. أطروحة دكتوراه. الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
 16. مشعل عواد غازي الشمري. (2013). دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الإبداع في المشروعات الريادية : دراسة ميدانية على منتجات المواد الغذائية في دولة الكويت. رسالة ماجستير. الاردن: جامعة الشرق الاوسط.
 17. مي منذر موسى القاسم. (2013). أثر الخصائص الريادية في تبني التوجيهات الإستراتيجية للمديرين في المدارس الخاصة في عمان. رسالة ماجستير. الاردن: جامعة الشرق الاوسط.
 18. نسيم شرطي. (2019). نشر التعليم المقالة والكتابة كمدخل لتعزيز روح وثقافة المقالة والكتابة لدى الطلبة الجامعيين والحد من بطالتهم. مجلة البحوث والدراسات العليا، 13(01).
- 19.UNESCO. (2006) Consulté le 08 10, 2022, sur UNESCO:
<https://unevoc.unesco.org/home/TVETipedia+Glossary/filt=all/id=206>

دور الإستثمار الملائكي في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة - تجارب دولية ومحلية-

حمزة بوكفة * ، جميلة بن خالد **

*: جامعة أم البواقي ، hamza.boukeffa@univ-oeb.dz ؛

** : جامعة أم البواقي ، bkdjamila11@gmail.com

الملخص

تسعى جميع دول العالم لمواكبة الاقتصاد العالمي واستحداث بدائل التمويل للنهوض بالاستثمار، لما يحتله الاستثمار من مكانة مهمة للنهوض باقتصاد الدولة . ومؤخرا لعب الاستثمار الملائكي دورا بارزا في التمويل ومساندة المقاولاتية وأصحاب المشاريع الناشئة في دعم الأفكار الجديدة، المبتكرة والواعدة لتجسيدها على ارض الواقع.

وقد جاءت هذه الدراسة للتعريف بهؤلاء المستثمرين الملائكة، ودورهم في تمويل الاستثمارات الناشئة بعد النجاح الذي حققه هذا النوع من التمويل في أوروبا حيث بلغ مجموع رسملته 6.7 مليار يورو وفق تقرير EBAN ، وبعدها انتشر عالميا في كافة الدول، وبالإسقاط على الجزائر نجد أن هذا النوع من التمويل مازال في مراحله التمهيديّة ولم يولى الاهتمام اللازم بالرغم من التجربة الوحيدة لـ Casbah Business Angel.

الكلمات الدالة: التمويل، الاستثمار، الاستثمار الملائكي، المؤسسات الناشئة

ABSTRACT

Countries are striving to keep pace with the global economy and to develop alternatives to financing to promote investment, because investment occupies an important position for the advancement of the country's economy.

Recently, angel investment has played a prominent role in financing and supporting entrepreneurship and emerging project owners in supporting new, innovative and promising ideas to embody them on the ground.

This study came to introduce the Angel Investors, and their role in financing entrepreneurship after the success they presented in Europe, where their total investments amounted to more than 6.7 billion euros, according to the EBAN report, and then spread globally in all countries, In Algeria this type of funding is still in a primitive stage, and has not received the appropriate care despite the only experience of Casbah Business Angel.

Keywords: finance, investment, Angel Investment, start-ups.

1. المقدمة

يلعب الاستثمار اليوم دورا أساسيا في الحياة الاقتصادية باعتباره عاملا محددًا في النمو الاقتصادي وتطوير الإنتاجية ، كما يعتبر احد أهم الآليات التي يعتمد عليها في تطور اقتصاد الدول، وتشغيل رأس المال، ونمو الناتج المحلي، حيث أصبح تحقيق التنمية الاقتصادية مرهون إلى حد بعيد بمدى قدرة الاقتصاد على رفع مستويات الاستثمار والقيمة المضافة.

وقد ظهر الاستثمار الملائكي كنوع من أنواع الاستثمار الحديث لتمويل وتحفيز أصحاب المشاريع، لإنشاء مؤسساتهم الصغيرة الناشئة والمتوسطة نظرا لصعوبة إيجاد مصادر التمويل في المراحل المبكرة ، لكبر المخاطر المحيطة به من مخاطر الفشل، إلى مخاطر عدم اليقين، ونقص الخبرات، حيث يلجأ أصحاب هذه المشاريع المبتكرة إلى أموال العائلة والأصدقاء كمصدر للتمويل ونظرا لعدم كفايتها تم اللجوء إلى أصحاب رؤوس الأموال الكبرى أو ما يعرف بملاك الأعمال أو المستثمرين الملائكة حيث ظهر هذا النوع من التمويل لأول مرة في أمريكا تحت مسمى American Business Angel حيث نجح في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوفير ما تحتاجه من مبالغ مالية ومساندتها بفضل خبراتهم، وتطور الأمر من مجرد مستثمر أو اثنين إلى إنشاء هيئات وشركات للمستثمرين الملائكة أبرزها EBAN في أوروبا ثم توسعت إلى جميع الأنحاء.

من هنا تبرز الإشكالية العامة لهذا الموضوع في التساؤل الجوهري التالي:

ما هو دور الاستثمار الملائكي في تمويل المؤسسات الناشئة؟

في ظل التساؤل المحوري وضمن سياق الإجابة عنه يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يستثمر المستثمرون الملائكة عن طريق أموال الصناديق المجمعّة من طرف الغير مثلهم مثل أدوات التمويل الأخرى ؟

- ما هو واقع المؤسسات الناشئة دوليا ومحليا ؟

- هل نجحت الجزائر في استخدام التمويل الملائكي ؟

الفرضيات

- يقوم المستثمر الملائكي بتمويل المشاريع الناشئة في المرحلة المبكرة بالرغم من مخاطرها

العالية بأمواله الخاصة مقابل حصة ملكية في المشروع ؛

- بالنظر للواقع الاقتصادي و الأوضاع السائدة وطنيا فان المؤسسات الناشئة لم تؤدي دور المطلوب منها مقارنة بالدول الأوروبية؛

- يقتصر دور الاستثمار الملائكي على التمويل فقط في مرحلة معينة من المشروع؛

- لا توجد مؤسسات للاستثمار الملائكي في الجزائر ولكن يتم التمويل عن طريق مجموعة من البدائل أشهرها رأسمال المخاطر والتمويل المصرفي؛

2. ماهية الاستثمار الملائكي

نستعرض في هذا الجزء تعريف المستثمرين الملائكة، خصائصهم، أنواعهم ودوافعهم

1.2. تعريف الاستثمار الملائكي:

وردت العديد من التعريفات، نذكر منها التالي:

- *angel investor* أو *business angel* كما يعرف أيضا بـ *informal investor* هو "شخص يملك مال وفير يقدم رأس المال للمشاريع الناشئة، عادة في مقابل دين أو قرض قابلا للتحويل إلى حصة ملكية (<http://www.mhabash.com/category/financing/>)".
- المستثمر الملاك (*Angel investor*) هو "مصطلح يطلق على رجال المال والأعمال وأصحاب الثروات الذين يقومون بتمويل المشاريع الصغيرة التي لا زالت ناشئة وتسعى إلى التطور وذلك من أرصدهم الخاصة وبالطبع يتم ذلك بمقابل وهو الحصول على حصة معينة من المشاريع الممولة وذلك بالاتفاق مع أصحاب المشاريع وتكون الحصة مبنية على قيمة التمويل ومدى إسهام الممول في تطوير ونجاح المشروعات فهم في الأساس مستثمرون قبل أن يكونوا ملائكة (<http://small-project.org/category/>)".
- المستثمر الملاك (*Angel investor*) هو "شخص ثري يقدم رأس المال للشركات الناشئة غالباً مقابل سندات قابلة للتحويل أو حصص في المشروع. يقوم أحياناً عدة مستثمرين ملائكة بالتجمع معاً لتشكيل مجموعة استثمارية يشتركون فيها بالاستثمارات والبحوث. يميل ملائكة الأعمال إلى أن يكونوا أفراداً عاديين ، غالباً ما أسسوا شركاتهم الناجحة الخاصة في الماضي ، ويتطلعون الآن إلى استثمار بعض أموالهم والخبرة المكتسبة في شركة ريادية صغيرة ، بالنسبة لشركة مبتدئة من المهم البحث عن مصادر التمويل المتاحة بسهولة تختلف عن البيئة السائدة للسوق المالي ، ملائكة الأعمال هي سوق غيرت رسمية التمويل المباشر حيث يمكن للأفراد الاستثمار مباشرة في الشركات الصغيرة أو الشركات الناشئة من خلال امتلاك الأسهم.

2.2. خصائص الاستثمار الملائكي:

لملائكة الأعمال عدة خصائص تلخصها الرابطة الأوروبية لملائكة الأعمال فيما يلي:

- "مستثمر فردي ؛
- يستثمر مباشرة (أو من خلال ممتلكاته الشخصية) أمواله الخاصة؛

- مستقل ماليا ، أي أن الخسارة الكلية المحتملة لاستثمارات ملائكة الأعمال لن تتغير بشكل كبير من الوضع الاقتصادي لأصوله ؛
- يستثمر في الغالب في الشركات الناشئة التي ليس لها علاقات عائلية ؛
- المستثمرون الملائكة يقومون بتمويل الشركات الناشئة بالجزء الأكبر من رأس المال ، فالتمويل الذي يأتي من المستثمرين الملائكة يعادل أضعاف التمويل الذي يحصل عليه رائد الأعمال من أقاربه وأصدقائه ؛
- يقدم المستثمرون الملائكة المال مقابل حصص المشاركة في رأس مال المؤسسة المنشأة ؛

المستثمرون الملائكة لا يستثمرون في المشاريع الناشئة إلا إذا ضمنوا أنهم سيحققون عائدات ضخمة تعادل أضعاف المبالغ التي قاموا باستثمارها، فالمستثمرون الملائكة لا يستثمرون في الشركة الناشئة بمجرد انطلاقتها بل يستثمرون في الشركات الناشئة التي انطلقت وبدأ طريق النجاح لها جليا عادة يستثمر المستثمرون الملائكة في الشركات الناشئة بمبالغ ضخمة قد تصل إلى ملايين الدولارات وهذا ما يؤمن للشركة الناشئة التمويل المطلوب ، والضروري .

3.2 مواصفات المستثمرين الملائكة

على الرغم من أن تعداد المستثمرين الملاك متنوع تماما ، إلا أنه ليس من الصعب وصف ملفهم الشخصي. في كل بحث تقريباً يتم إجراؤه بخصوص المستثمرين الملائكة تظهر نفس الخصائص الديموغرافية أو مشابهة لها.

- الجنس: (ذكر_أنثى)

تؤكد الدراسات التي أجريت في بلدان مختلفة أن معظم المستثمرين الملاك هم من الذكور ، على سبيل المثال ، في الولايات المتحدة الأمريكية 95%- في بريطانيا العظمى 99%- في ألمانيا 97%- بينما في المجر 100% من الذكور، يمكن أن يكون هذا نتيجة قلة عدد النساء اللاتي

أنشأن مشاريع ناجحة ، أو احتلت مناصب عليا في الشركات الكبيرة ؛ (Kosztopulosz, 2004, p. 4)

- العمر:

ينتمي المستثمرون الملاك إلى الفئة العمرية 40-65 سنة. حيث من المفترض أنه بحلول هذا العمر، يكتسب رواد الأعمال خبرة كافية، بالإضافة إلى جمعهم ما يكفي من المال وكل ما تبقى لهم هو الاختيار: ما إذا كان سيتم إعفائهم من واجباتهم، أو أن يصبحوا مستثمرين ملاك بحيث يصبحون اقتصاديين نشطاء (Hill & Power, 2002, p. 25)

- مجال العمل الخاص بهم:

يأتي المستثمرون الملاك من مختلف المجالات المهنية، بحسب Alterovitz و Zonderman (Alterovitz & Zonderman, 2002, p. 55)

- 51% من المستثمرين الملاك عملوا في التمويل كمديرين ماليين ، ومحاسبين ، إلخ ؛
- 20% عملوا في قطاع الآلات والمعدات ؛
- بينما تأتي نسبة 25% الأخرى من مجالات مثل الطب والإنتاج والتكنولوجيا الحيوية للبناء وما إلى ذلك.

على الرغم من الميزات الديموغرافية المذكورة أعلاه ، فإن المستثمرين الملاك لديهم أيضا ميزات خاصة أخرى. الأكثر أهمية هي مايلي:
- الأفراد الأغنياء :

يعد امتلاك الثروة أحد الشروط المسبقة الرئيسية لتصبح مستثمراً ملاكاً. يستثمر المستثمرون الملاك 10.000 جنيه إسترليني لكل صفقة (أحياناً أكثر) ولديهم عموماً محفظة من 2 إلى 5 استثمارات. في الولايات المتحدة، يبلغ صافي ربح واحد من كل ثلاثة مستثمرين ملاك مليون دولار ،بينما في بريطانيا العظمى 19% من المستثمرين الملائكة هم من أصحاب الملايين . (Mason, 2006, p. 5)

- استثمار الأصول الشخصية:

حقيقة أن المستثمرين الملاك يستثمرون الأصول الشخصية يميزهم عن الصناديق المؤسسية ذات رأس المال عالي المخاطر ، والتي تأتي أموالها من مصادر مثل صناديق التقاعد والبنوك والأوقاف الجامعية وشركات التأمين والمؤسسات الأخرى ، التي لديها التزامات قانونية بالحدز أي للاستثمار في مشاريع أقل خطورة ؛

- يتخذون قرارات محفوفة بالمخاطر:

يتمتع معظم المستثمرين الملاك بخبرة واسعة وناجحة في كثير من الأحيان في إدارة الشركات. مع وضع ذلك في الاعتبار ، فهم على استعداد لاتخاذ قرارات مختلفة ، والتي غالباً ما تنطوي على جرعة كبيرة من المخاطرة. من خلال الاستثمار في شركات جديدة ،يستعيد المستثمرون الملاك طعم "طريقة الحياة القديمة" مرة أخرى. لكن يجب ألا ننسى أنه على الرغم من أنهم كانوا رجال أعمال ناجحين ، أو كانوا مدراء تنفيذيين لشركات كبيرة ، فإن المستثمرين الملائكة لا يمتلكون دائماً المعرفة والمهارات المطلوبة للإدارة الناجحة للشركات ؛

- يستثمرون محلياً:

يفضل المستثمرون الممولون الاستثمار في المشاريع القريبة من منازلهم ، عادة في حدود 50 دائرة نصف قطرها 100 ميل أو من ساعة إلى ساعتين من القيادة بالسيارة، فقط للتوضيح ، في بريطانيا 67% من المستثمرين الملائكة يستثمرون في الشركات التي تبعد 100 ميل عن منزلهم

أو مكان عملهم، بينما في النرويج يستثمرون في مكان قريب حتى يتمكنوا من زيارة الشركة التي استثمروا فيها ومعرفة كيف تسير الأمور عن قرب؛ (Reitan & Sorheim, 2000, p. 48) - الشركات غير المدرجة في سوق الأوراق المالية:

يستثمر المستثمرون الملاك في الشركات غير المدرجة في سوق الأوراق المالية. نظرًا لارتفاع مخاطر الاستثمار، يستثمر معظم المستثمرين الملاك فقط % 5-15 من أصولهم في هذه الشركات. بهذه الطريقة، إذا فشلت الاستثمارات، فلن تؤثر الخسائر على أسلوب حياتهم بشكل كبير.

4.2 أنواع المستثمرين الملائكة ودوافع استثمارهم

1.4.2 أنواع المستثمرين الملائكة

يأتي المستثمرون من خلفيات مختلفة تؤدي إلى طرق عدة للاستثمار بسبب هذا التنوع، و من ثمة فهناك أربعة أنواع من المستثمرين هم (<http://news.arabnat.me/ar/>):

- المستثمرون المتقاعدون: ويشكلون 20% من إجمالي المستثمرين. إنهم الأشخاص الذين يتقاعدون من مهنتهم و يلجؤون إلى الاستثمار و يعملون من المنزل في كثير من الأحيان و يستثمرون في قائمة من الشركات الناشئة الواعدة.

- المستثمرون المتنقلون: و يشكلون 20% من إجمالي المستثمرين. و يستغرقون وقتًا للتعلم بنشاط عن الاستثمار، قبل تقديم التمويل.

- المهنيون النشطون: وهم الفئة الكبرى و يشكلون 40% من مجموع المستثمرين، ويقوم المستثمرون في هذه الفئة بما لا يقل عن 3-10 استثمارات سنويا و تزداد اليوم هذه الفئة من المستثمرين بشكل كبير.

- رواد المستقبل: يشكلون 20% من المستثمرين المهنيين في المجالات الأخرى و الذين يهتمون بريادة الأعمال. و غالبا ما تتراوح أعمار المستثمرين في هذه الفئة بي 30 أو 40 سنة، ويكون لهم خبرة في الأعمال التجارية. و يكونون على استعداد لمعرفة المزيد عن الاستثمارات، و يتمتعون بالكثير من المعرفة حول أحداث التقنيات، و لكنهم يفتقرون إلى رأس المال اللازم.

في حين يتشجع كل المستثمرين بسبب المكافآت المالية، يكون المستثمرون الذين يعتزمون أن يصبحوا رجال أعمال مهتمين بشكل خاص في التوجيه و مساعدة الشركات الناشئة التي يقومون بتمويلها، و ذلك لاكتساب الخبرة و التعلم. و بالنسبة للبعض، يمكن للاستثمار أن يكون طريقة للتحضير للعمل في المستقبل.

2.4.2 دوافع المستثمرين الملائكة

من الدوافع التي تجعل المستثمرين الملائكة يستثمرون في أفكار ومشاريع جديدة محفوفة بالمخاطر مختلفة ما يلي:

- التوقعات بأرباح كبيرة ؛
- الشعور بالمسؤولية ؛
- الرغبة في مساعدة رواد الأعمال الشباب على إنشاء شركاتهم وما إلى ذلك؛
- استثمار لمجرد المتعة حسب بحث أجرته School Business Newcastle خلص إلى أن المال ليس الدافع الوحيد للمستثمرين الملاك.
- إضافة قيمة إلى ثروتهم و إلى الشركة التي يستثمرون فيها، ومساعدة رواد الأعمال في إنشاء أعمالهم الخاصة؛
- المساهمة بمعرفتهم وخبراتهم في الوصول إلى التنمية الاقتصادية المحلية، وفرصة إعادة التوظيف..
- جزء كبير من المستثمرين الملاك يستثمرون أساسا لأسباب غير مالية.يمثل الإيثار العامل الرئيسي للمستثمرين الملاك للاستثمار في مشاريع جديدة. إنهم يشعرون بواجب نقل معارفهم وخبراتهم المكتسبة إلى الجيل الجديد من رواد الأعمال، حتى ينجحوا أيضا بفكرتهم في إنشاء أعمال تجارية ناجحة واكتساب ثروة كبيرة. يقول بييري مولنتر، مستثمر ملاك مشهور وأحد مؤسسي منظمة "Angels Prairie": خلال الماضي، كرائد أعمال، حققت نجاحات كبيرة ، لكنني أيضا تعرضت لإخفاقات أثناء عملي. الآن أريد أن أنقل تجربتي للآخرين ، لمساعدة الناس على عدم ارتكاب الأخطاء التي ارتكبتها. لقد فشلت أحيانا، ولا أريد أن يفشل الآخرون أيضا. الآن أريد أن أجرب نفسي كمستشار لرواد الأعمال الشباب لمساعدتهم على تحقيق حلمهم." (رمضان، 2009)
- بعض المستثمرين الملاك ،ببساطة ،يستثمرون من أجل تحفيز وتنمية ريادة الأعمال في المنطقة التي يعيشون فيها ، ومن خلال ذلك ،يمكنهم توفير المزيد من أماكن العمل والازدهار الاقتصادي.

5.2 مراحل الإستثمار الملائكي

يمر الاستثمار الملائكي بمراحل نذكر منها: (https://szraf-

investor.com/compass/article/step-function-how-angel-investing-process-works-first-meeting-final-closing)

مصدر الفرصة:

يثق المستثمرون الملاك في شبكتهم وسيستخدمونها غالبًا كخطوة أولى في تقييمهم لأي استثمار محتمل. عادةً ما توفر فرص التوريد من خلال الشبكة فرصًا عالية الجودة للمستثمر والتي غالبًا ما تقلل الوقت الذي يقضيه في المراحل الأولى من تقييم الصفقات. هذا لا يعني أن المستثمر لا يبذل العناية الواجبة بشأن الفرصة. يمكن لفرصة مصدرها الشبكة أن تسهل عملية تقييم أسرع لأن الثقة في الشبكة يمكن أن تكون بمثابة المرحلة الأولى من الفحص. يجب ألا يستبعد رواد الأعمال مصادر الدخل الأخرى، مثل التمويل الجماعي، لبدء مشروع ما. ومع ذلك، فإن المستثمر المتمرس لا يقدر بثمن في نقل المشروع إلى المستوى التالي. بالنسبة إلى رواد الأعمال والمستثمرين على حدٍ سواء، تُحدث العلاقات الشخصية والشبكة المشاركة كل الفرق في وضع أسس النجاح.

عملية الفرز

يقوم المستثمرون الملائكة بفرز المشاريع المراد تمويلها مع مراعاة أن:

- تتناسب مع مجالات تركيز استثماراتهم؛
- احتمال نجاح وتطور المشروع؛
- الجاذبية النسبية مقارنة بخيارات أخرى تتنافس للحصول على الوقت والمال والاهتمام.

العرض التقييمي :

بالإضافة إلى التقييم العادي للأعمال، يفكر المستثمرون المؤثرون في دوافع المؤسسين وشغفهم بالقضية. ينظرون أيضًا إلى حجم ومباشرة التأثير أو المنفعة المجتمعية، ومدى توافق مهمة الشركة مع أهداف وقيم المستثمرين، سواء كانت هناك أي تكاليف مجتمعية معادلة أو تأثيرات سلبية مرتبطة بالعمل، وكيفية التفكير حول قياس ومراقبة تأثير الشركة بالنسبة للأهداف والغايات؛

اتخاذ القرار :

على عكس استثمار رأس المال المغامر حيث يتحكم فريق صغير نسبيًا في عملية صنع القرار مقابل قدر كبير من المال، يتم توزيع اتخاذ قرار الملاك بشكل كبير بناء على توافق الآراء. لاتخاذ أي نوع من القرارات، حيث يحتاج معظم الملائكة إلى قضاء بعض الوقت مع فريق لسماع قصتهم والتفاعل معهم بشكل مباشر؛

يمكن القول أن الطريقة الوحيدة للقيام بهذا النوع من الأشياء بكفاءة هي جعل الفريق "يعرض" فرصته على مجموعات من المستثمرين. قد يكون عرضًا غير رسمي لاثنتين من المستثمرين

الفرديين، أو قد يكون عرضاً أكثر رسمية وتنظيماً كجزء من منتدى منظم مخصص لعرض المشاريع الناشئة.

العناية الواجبة : (الاجتهاد)

عملية الاجتهاد تتعلق بطرح الأسئلة ومحاولة التحقق من الافتراضات الرئيسية وتحديد الأخطاء التي يمكن تجنبها بسهولة. وقد يشمل الاجتهاد بعض النمذجة وبناء السيناريوهات المحتملة. بالنسبة للملائكة المنفردة ، قد يتكون الاجتهاد من جلستين إضافيتين مع الفريق وقليلاً من البحث أو التحقق من المراجع. بالنسبة للمجموعات الشبكية، قد يكون جهد جماعي رسمي أكثر.

ورقة الشروط :

في الواقع ، تبدأ الخطوة التالية قبل نهاية عملية الاجتهاد. إذا كان الاجتهاد يسير على ما يرام ، سيبدأ الملاك أو مدير مجموعة الملاك الذي يقود الصفقة في التحدث إلى رواد الأعمال حول شروط الصفقة المحتملة. (قد يكون هناك أيضاً فحص للعقل قبل أن يبدأ الاجتهاد في التأكد من أن الأشخاص في نفس الملعب.) وفي هذه المرحلة تتم مناقشة قضايا مثل هيكل الصفقة والتقييم وشروط الصفقة، والهدف هو التفاوض على مجموعة مقبولة للطرفين من الشروط وتوثيقها في ورقة الشروط التي يمكن مشاركتها مع تقرير العناية عند اكتماله؛

المستندات القانونية:

قبل التمويل، يجب إمضاء المستندات القانونية النهائية، كما يجب إعداد الإغلاق، وعادةً ما يتم إشراك المستشارين ذوي الخبرة مع هذه الأنواع من الصفقات وبما أنهم على دراية بقواعد ومعايير السوق،

إعداد الإغلاق:

يتم تحديد تاريخ الإغلاق والعملية، ويتم إرسال المستندات النهائية إلى جميع المستثمرين.

6.2 أهم مخاطر الإستثمار الملائكي

مخاطر الاستثمار الملائكي كثيرة، و ذلك نظراً لأنهم عادة ما يقررون الدخول في منتصف الطريق و محاولة إنقاذ شركة متعثرة، و يرصد "رواد الأعمال" أهم مخاطر الاستثمار الملائكي :
(<https://www.rowadalaamal.com>)

- مخاطر الأصول :

إن المستثمرين الملائكة عادة ما يضعون أموالهم تحت تصرف شركات ناشئة، و على الرغم من الفرص الكامنة في الاستثمار في مثل هذه الشركات إلا أن هناك مخاطر مثل: الخسارة الكلية لرأس المال المستثمر، و مخاطر العوائد أو التأخير في العوائد، بالإضافة إلى مخاطر السيولة. يمكن أن يؤدي الاستثمار في الشركات الناشئة إلى تعريض كامل المبلغ المستثمر للخطر في حالة التوقف التام للعمليات التشغيلية أو الإفلاس لأسباب متعددة.

• مخاطر إدارية و تنفيذية :

الاستثمار في شركة ما هو، في المقام الأول، استثمار في إدارتها و قدراتها التنفيذية، و من ثم، فإن خبراتهم السابقة ذات أهمية قصوى في هذا الصدد، لذلك يجب فحصها و الوقوف عندها مليا، قبل المغامرة و وضع الأموال في هذه الشركة أو تلك. إن الموظفين، على سبيل المثال، هم عماد أي شركة، و إن لم يكونوا بالكفاءة اللازمة فمن المنطقي أن يتراجع المستثمر الملاك و لا يغامر بأمواله.

• مخاطر المنافسة :

حين يقرر المستثمر الملاك وضع أمواله تحت تصرف شركة ما فإن كل الشركات الأخرى العاملة في القطاع نفسه و المنافسة للشركة التي وقع عليها اختياره تمثل عامل تهديد و خطورة بالنسبة له؛ فلكي نتجنب مخاطر الاستثمار الملائكي يجب أن نضمن على الدوام بقاء الشركة محل الاختيار متقدمة على بقية المنافسين، و هذا في حد ذاته، و إن كان ممكنا، إلا أنه يتسبب في إحداث حالة من الإرهاق للشركة و كامل طواقمها.

و حتى إن تمكنت من تحقيق التقدم في المنافسة فكيف تضمنه على الدوام؟ هذه إحدى المخاطر المحورية، خاصة في ظل تكاثر عدد المنافسين، و اشتداد حدة المنافسة.

• مخاطر السوق:

تقوم الشركة أو أي مشروع على افتراض أساسي هو وجود سوق كبير لخدماتها و منتجاتها، و أنها تبغي الحصول على أكبر قدر من الحصة السوقية، لكن ماذا لو لم تسر الأمور كما هو مخطط له؟ هذا وارد بطبيعة الحال، لاسيما في ظل الحركة الديناميكية للسوق، و حالة عدم اليقين التي تنتاب الأسواق بشكل عام.

إذا، تعتبر مخاطر السوق و تبدلاته من مخاطر الاستثمار الملائكي المحورية، و التي قد تؤدي إلى خسارة كامل رأس المال.

• المنافسة المستقبلية:

أحد الجوانب التي يتم تجاهلها عادة هو أن المستثمرين الملاك يقيمون المشهد التنافسي الحالي عند التفكير في استثمار أموالهم، على الرغم أنه من المهم، و بنفس القدر، تحليل كيفية تشكل

المنافسة في المستقبل، و من سيكون المنافسون الرئيسيون. وهناك الكثير من المتغيرات اللازم أخذها بعين الاعتبار مثل المتغيرات السياسية أو التنظيمية، أو تلك المتغيرات المتعلقة بالضرائب، والتي يمكن أن يكون لها تأثير سلبي في الشركات.

3. الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة:

start up هي كلمة إنجليزية تتكون من جزئين start أي الانطلاق و up وهو ما يشير إلى فكرة النمو القوي، وبشكل أكثر بساطة يستخدم المصطلح لجميع الشركات الشابة ذات إمكانات النمو السريع ، بغض النظر عن القطاع المعني (التكنولوجيا الحيوية ، الرقمية ، البيئة) ... ؛ (Gonzalez, 2013)

• الشركة الناشئة هي شركة مبتكرة متجذرة بعمق في التكنولوجيا ولديها أفق سوقية؛ (Dokou, Identité du créateur de start-up et accompagnement de l'entrepreneur technologique, 2016)

• وفقا لـ Patrick Fridenson فإن تصنيف شركة ناشئة لا يتعلق بالعمر أو الحجم أو الصناعة ، بل يجب استيفاء الشروط الأربعة التالية : إمكانات نمو قوية ، استخدام التكنولوجيا الجديدة ، تحتاج إلى تمويل ضخم ، والتواجد في سوق جديد حيث يصعب تقييم المخاطر؛ (Markria & Bouhmouch, 2018)

• وبحسب ما يراه بيتر دراكر (Peter Drucker) فإن المقاولاتية الناشئة بمفهومها العلمي السليم تتميز بأربعة صفات تجعلها مختلفة عن الشركات الصغيرة و المتوسطة ، تتلخص هذه الصفات في الجدول التالي:

جدول 1: صفات الشركات الناشئة والمؤسسات الصغيرة و المتوسطة

البيان	المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	المؤسسات الناشئة
مقدار خلق الثروات	تهدف إلى توليد دخل مستمر و مرضي لصاحبه يتجاوز و يكون أفضل من الدخل التقليدي	تهدف إلى إنشاء ثروة مستمرة و دائمة يتجاوز مداها الأحلام البسيطة إلى بناء الثراء الكبير
سرعة بناء الثروة	تبني ثروتها عادة عبر حياة صاحبها وفق وقت زمني طويل، فالمشروع الصغير يبقى عادة مدة طويلة و هو على حاله مشروعا	تحقق الثروة الريادية لرائد الأعمال خلال زمن قياسي في حياته العملية لا تتجاوز عادة خمس إلى عشر سنوات

	صغيرا، وقد لا يتطور في الظروف العادية	
المخاطر	تنشأ الأمان و التقليدية و تبتعد عن المخاطرة إذ أنها ذات تقليد مشابه لكثير من غيرها من المشروعات الصغيرة	تتميز بالمخاطرة العالية، وهي الثمن الذي يتوقع لرائد الأعمال أن يدفعه مقابل الشراء، و بغير المخاطرة فإن الريادة تزول و تكون مشروعا صغيرا
الابتكار و الإبداع	لا تلزم أي لا تلزم أي بداع أو ابتكار بل إنها تعتمد على تقليد الآخرين مع شيء بسيط من الاختلاف لا يرقى إلى مستوى الابتكار و الإبداع	تتصف بالابتكار و الإبداع و تحويل تلك الأفكار إلى منتجات و خدمات مربحة، و هي أكثر بكثير مما يمكن أن تتصف به المشروعات الصغيرة

(المصدر): عصام، 2019، ص.167)

انطلاقا من التعاريف السابقة ، يمكن تعريف المقاولاتية الناشئة على أنها شركات حديثة النشأة ، تبتكر منتجا (أو خدمة) وتمتلك الطموح للتوسع بشكل كبير ، وتسعى لإيجاد نموذج ربحي يحقق ذلك الطموح خلال سنوات قليلة وعلى الرغم من تركيز العديد من التعاريف ، ومحاولة حصر الشركات الناشئة ضمن البعد التكنولوجي ، إلا أنه ليس بالضرورة أن تنشط الشركة في مجال التكنولوجيا.

1.3. مراحل دورة حياة الشركات الناشئة:

تمر المؤسسات الناشئة بمجموعة من المراحل أهمها ما يلي: (مسعد و محمد، 2019، الصفحات 7-8)
أ- مرحلة النشأة:

في هذه المرحلة تكون لدى الشخص الريادي الفكرة القابلة للتطبيق و النجاح و القدرة على تحقيق الربح ، ولكنها تظل تحتاج إلى المزيد من التطوير ، أي محاولة فهم ما إذا كانت الفكرة المحتملة تمثل ،ابتكارا يمكنه حل مشكلة ذات مغزى أو يلبي حاجة المستهلك(الكامنة)، حيث يهدف رواد الأعمال خلال هذه المراحل إلى فهم ،ما إذا كانت هناك فرصة في السوق لبيدؤوا في تحديد احتياجاته من الموارد و توافرها .ويكون غالبا مصدر التمويل المبدئي في هذه المرحلة من خلال ما يسمى (3F MONEY)) و هم أصحاب المشروع(FOUNDER)، العائلة(FAMILY)، الأصدقاء(FRIENDS).

ب- مرحلة الانطلاق:

في هذه المرحلة تكون الفكرة قد تم تطويرها و أصبحت فعليا قابلة للتسويق التجاري، و يتم في بدايات هذه المرحلة البحث عن المستثمر الملاك ليس فقط كمصدر تمويل بل للاستعانة بخبرته المتراكمة في مجال الإدارة، التسويق، التنظيم، و كذلك الاستعانة بشبكات علاقاته المتميزة و المتراكمة لديه و ذلك لغرض الانطلاقة الفعلية للمشروع، و من ضمن مصادر التمويل المستهدفة المستثمر الملاك، وعموما لا تتعدى هذه المرحلة فترة السنة.

ت- مرحلة التشغيل:

تتكون مرحلة التشغيل من التطوير التكنولوجي و التجاري و تخطيط الأعمال، وفيها يتم الإنتاج و التوزيع الفعلي للمنتج أو الخدمة، و تستمر هذه المرحلة لمدة خمس سنوات، و خلال هذه الفترة لا يحقق المشروع أي أرباح و يتم اللجوء في التوسع في الاحتياج التمويلي فيتم بعدها اللجوء للمستثمر المغامر فضلا عن البحث عن موارد تمويل إضافية، و في كثير من الأحيان تستخدم الشركات الناشئة منصات التمويل الجماعي لجمع موارد مالية إضافية، بالإضافة إلى طلب المساعدة من أصحاب رؤوس الأموال، علاوة على ذلك، في هذه المرحلة يمكن إسناد دور مهم للحاضنات و المسرعات و مساحات العمل المشترك القادرة على الحصول على المزيد من الموارد الإدارية و الفنية و المادية.

ث- مرحلة النضوج:

يبلغ المشروع في هذه المرحلة النضوج و يكون جاهزا لتحقيق الأرباح، و في حالة أن المشروع حقق معدلات نمو كبيرة و مستمرة فإن هذه المرحلة تكون مناسبة للحصول على مصدر تمويلي آخر يتمثل في ما يعرف بالإصدار الأولي للجمهور.

وفي هذه المرحلة تعتبر الشركة الناشئة هي شركة حديثة النشأة تمكنت من توحيد و توسيع نطاق الأعمال، و تحقيق الاستدامة الذاتية. يجب أن يطور رواد الأعمال في هذه المرحلة مهارات و قدرات جديدة، مثل القدرة على التعامل مع الدوليين، و كذلك القدرة على تفويض المهام و الأنشطة المتزايدة، بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يظهر رواد الأعمال كفاءات متعددة الأوجه و معقدة مثل القيادة و التوجيه الاستراتيجي و قدرات التنسيق.

2.3 دور الإستثمار الملائكي في تمويل المؤسسات الناشئة

من أهم الخطوات في بدء مشروع ريادي هو ضمان مصدر تمويل مناسب من خلال تعبئة الموارد المالية ، إذ أن رواد الأعمال الذين لديهم خبرة سابقة في الشركات الناشئة قادرون على جمع المزيد من الأموال (المصادر الرسمية وغير الرسمية (مقارنة برواد الأعمال الذين ليس لديهم أي خبرة . وتعتبر المشاريع الحديثة والشركات الناشئة أكثر إثارة للاهتمام بالنسبة

للمستثمرين الذين يمكنهم تسريع تطوير المشروع أو المنتج بشكل كبير من خلال استثماراتهم وتختلف مصادر التمويل باختلاف مراحل دورة حياة المنشأة وباختلاف حاجياتها.

1.2.3 إحتياجات المقاولاتية الناشئة

يتم التمييز بين ثلاثة فئات رئيسية من الإحتياجات المالية على النحو التالي (Lonez, 2018,p16-17) :

- **الأصول الثابتة:** تشمل الأصول الملموسة كالأراضي ، المعدات والمركبات ، والأصول غير الملموسة كبراءات الاختراع والبرامج والأصول المالية ، ويفضل هذه الأصول ، تحقق الشركة فوائد اقتصادية مستقبلية من خلال السماح لها بتحسين التكاليف والقدرة على المنافسة في السوق ؛
- **متطلبات رأس المال العامل:** هي الأموال التي تمتلكها الشركة لتمويل دورة تشغيلها، ويجب على رائد الأعمال حساب المتطلبات الناتجة من الفاصل الزمني بين عملية الاستلام والمصروفات المتعلقة بالمدفوعات من العملاء والموردين، وقيمة المخزون، ومصاريف التشغيل المستحقة الدفع مقدما مثل الإيجار والتأمين؛
- **سداد القروض والأموال المدفوعة من الغير :** يسمح حساب أقساط القرض لرائد الأعمال بتوقع ميزانية سداد القرض الشهرية ، بما في ذلك رأس المال والفائدة ، وتقدير التكلفة الإجمالية للقرض.

2.2.3 العوامل الدافعة للتحويل نحو أساليب جديدة لتمويل المقاولاتية الناشئة

يمكن تقسيم العوامل الدافعة إلى التحويل نحو أساليب جديدة التمويل المقاولاتية الناشئة وظهور أطراف جديدة في هذا المجال إلى عوامل متعلقة بجانب العرض وأخرى متعلقة بجانب الطلب ، ويمكن تلخيص أبرز العوامل فيما يلي:

(http://www.researchgate.net/publication/350889540_tmwyl_almwssat_aInashyt_fy_aljzayr_byn_alwaq_walmamwl)

- أ. **العوامل المتعلقة بالأزمة الاقتصادية والمالية :** كرد فعل للأزمة المالية ، تم تنظيم المؤسسات المالية مع التركيز القوي على البنوك ، ومن أمثلة ذلك مقررات بازل 2 وبازل 3 ، والتي تزيد من الحد الأدنى لمتطلبات رأس المال التي يتعين على البنوك الاحتفاظ به اعتمادا على خطورة القروض التي قدمتها للامتثال لهذه اللوائح المكلفة ، كان على

البنوك إدخال تدابير مختلفة تجعل تمويل الشركات الصغيرة أكثر تعقيدا وتكلفة ، و لذلك فإن الشركات الناشئة والصغيرة التي لديها نماذج أعمال غير مؤكدة ومحفوفة بالمخاطر لديها فرص قليلة للحصول على التمويل المصرفي؛

ب. **التنظيم** : من الثابت أن البلدان التي لديها لوائح تنظيمية أقوى تتمكن من تمويل زيادة الأعمال وتنظيم المشاريع ، حيث يمكن للتنظيم أن يخفض تكلفة الدخول ويضمن اليقين التعاقدية ، ومع ذلك ، في بعض الحالات يمكن أن تؤثر الندرة النسبية في الإنفاذ التنظيمي أيضا بشكل إيجابي على وجود الشركات الناشئة ، على سبيل المثال ، أدى غياب إنفاذ اللوائح المصرفية إلى نمو مقارن لشركات التكنولوجيا المالية الناشئة في البلدان التي لا يوجد بها مركز مالي رئيسي التمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الواقع والمأمول- دراسة تحليلية - من ناحية أخرى أدى تعقيد التنظيم على أسواق الأسهم التقليدية ، أصبحت المعاملات خارج البورصة تجتذب أحجام تداول أكبر بشكل متزايد؛

ت. **التكنولوجيا**: مكنت التكنولوجيا من ظهور بعض الأطراف الجديدة في التمويل ، ففي حالة منصات التمويل الجماعي . والإقراض من الله إلى الله على سبيل المثال ، لم يتم توفيرها إلا من خلال التقنيات مثل الإنترنت وطرق الاتصال الجديدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، كما تقوم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية حاليا بجمع مبالغ كبيرة من المال ، والتي قد يكون لها تأثير هائل على تمويل المشاريع ، ويمكن للعمليات الافتراضية مثل البيتكوين والتقنيات المرتبطة بها كالبوكشين للاعبين الحاليين في تمويل المشاريع ودفع اللاعبين الجدد إلى أبعد من ذلك ، كما توفر هذه التقنيات طرفا طر ومعالجة المعلومات المالية ، وتسمح بمشاركة أسهل للمستثمرين غير المحترفين في تمويل زيادة الأعمال سيولة أكبر ، وتقلل تكاليف مراقبة المستثمرين؛

ث. **اللاوساطة**: كانت الوساطة المالية موضوع دراسات كثيرة في الأدبيات المالية ، حيث يهدف الوسطاء الماليون إلى تقليل مشاكل المعلومات والمساعدة على تلبية الطلب والعرض من رأس المال ، من ناحية أخرى من الواضح أن نشاطهم مكلف وقد يؤدي إلى تضارب بين الوكالات ، وقد يكون للابتكار المالي و اللاوساطة القدرة على مواجهة بعض مشاكل الوساطة المالية التقليدية ، حيث تسمح الابتكارات بتجاوز الوسطاء بحيث يلتقي المشاركون في نهاية سلسلة العرض والطلب (أي المدخرين / المستثمرين

والمقترضين / جامعي الأموال) مباشرة ، على سبيل المثال خلق تطوير المنصات عبر الإنترنت فرسا جديدة لأصحاب المشاريع الزيادة رأس المال الأولي وللمستثمرين غير المحترفين للتخلي عن استثماراتهم ، من خلال تسهيل الطريقة التي يلبي بها الطلب على رأس المال العرض ، ومن المتوقع أن تؤدي الابتكارات المالية الحديثة إلى تحسين كفاءة الأسواق المالية ، وهذا يشجع على التفاعل المباشر مع المستهلك والتقييم .

4- عرض تجارب دولية ومحلية للاستثمار الملائكي

1.4 التجربة الأوروبية في الاستثمار الملائكي

يعتبر التمويل عن طريق المستثمرين الملائكة صناعة رائجة في الدول الأوروبية، حيث يجتمع هؤلاء المستثمرين في مجموعات تجمع بين التمويل و الخبرة لمساعدة الأفكار الجديدة و الواعدة،

🚩 واقع المستثمرين الملائكة في تمويل المشاريع المقاولاتية في أوروبا:

ارتفع حجم الاستثمار الملائكي في أوروبا إلى 6.7 مليار يورو سنة 2016 أي بزيادة قدرها 8.2 % عن عام 2015، ليبقى هو الممول الرئيسي للمقاولات الناشئة الأوروبية. و على سبيل المقارنة، بلغ حجم المستثمرين الملائكة في الولاية المتحدة ما يقدر ب: 24.6 مليار دولار أمريكي لنفس السنة. (Jeffrey, 2016)

و بصفة عامة، و مع الأخذ بالاعتبار المستثمرين الآخرين الممولين للمقاولات الناشئة في أوروبا في الاعتبار، بلغ القطاع 9.9 مليار يورو من الاستثمارات سنة مليار يورو من الاستثمارات سنة 2016. و في سوق السلع المنظورة، تبقى المملكة المتحدة الدولة الرائدة حيث استثمر بها 98 مليون يورو من نفس السنة و 96 مليون يورو سنة 2015. كما تأتي اسبانيا الثانية في الفترة في الفترة 2013-2016 ب: 66 مليون يورو من الاستثمار الملائكي سنة 2016، تليها فنلندا و ألمانيا ب: 51 و 53 مليون يورو على التوالي.

أ. إجمالي الاستثمار الأوروبي في المقاولات الناشئة و سوق المستثمرين الملائكة:

أنشئت (European Business Angels Network) و التي يرمز لها اختصارا ب:(EBAN) في البداية كشبكة للمستثمرين الملائكة الأوروبية، في السنوات الأخيرة وسعت نطاقها لتشمل أنواع أخرى من الجهات الفاعلة والمستثمرين في النظام الأوروبي للاستثمار في

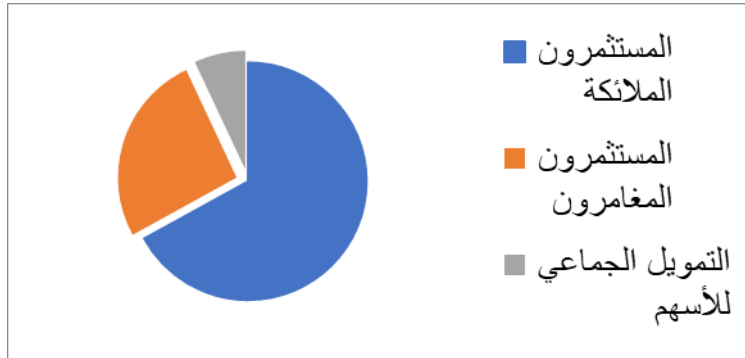
المشاريع المقاولاتية الناشئة (early stage) و التي تعني المرحلة الثانية من أي مشروع أو مقولة انطلقت حديثا و أن المرحلة التي تسبقها تسمى بمرحلة البذرة (SEED).

❖ نظرة عامة على إجمالي الاستثمار الأوروبي في المقاولات الناشئة:

- يقدر إجمالي سوق الاستثمار الأوروبي في للمقاولات الناشئة بقيمة 9.9 مليار يورو
- يمثل المستثمرون الملائكة أكبر حصة من سوق الاستثمار ب: 6.7 مليار يورو من حجم الاستثمار الكلي في المقاولات الناشئة .
- يأتي رأس المال المغامر في المرتبة الثانية ب: 2.5 مليار يورو.
- شهدت استثمارات التمويل الجماعي في الأسهم نموا سريعا و من المتوقع أن تستمر بوتيرة سريعة..

و الشكل الموالي يوضح هذه الأشكال الثلاثة من التمويل الاستثماري للمشاريع الناشئة في أوروبا:

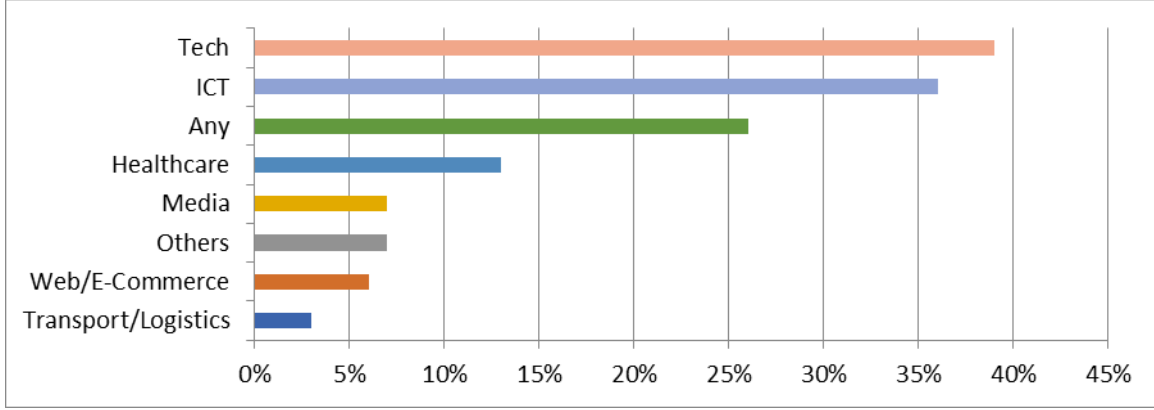
شكل 1: المجالات الرئيسية الثلاثة للاستثمار في المقاولات الناشئة في أوروبا



ب. أهم القطاعات التي يمولها المستثمرون الملائكة:

تستحوذ القطاعات التكنولوجية وتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الغالبية العظمى من مبلغ الاستثمار من المستثمرين الملائكة بنسب (39% و 36% على التوالي)، 13% لقطاع الرعاية الصحية، 7% للوسائط، و أخيرا 3% لقطاع النقل و اللوجيستيك. و على سبيل المقارنة، في الولايات المتحدة، تذهب 20% من الاستثمارات إلى خدمات الرعاية الصحية، الأجهزة و المعدات الطبية، 14% لخدمات التجزئة، 10% للتكنولوجيا الحيوية، 8% للصناعة و الطاقة، و 5% لخدمات تكنولوجيا المعلومات، لنفس الفترة.

شكل 2: أهم القطاعات التي يستثمر بها المستثمرون الملائكة لسنة 2016



Source: (www.eban.org, 2016)

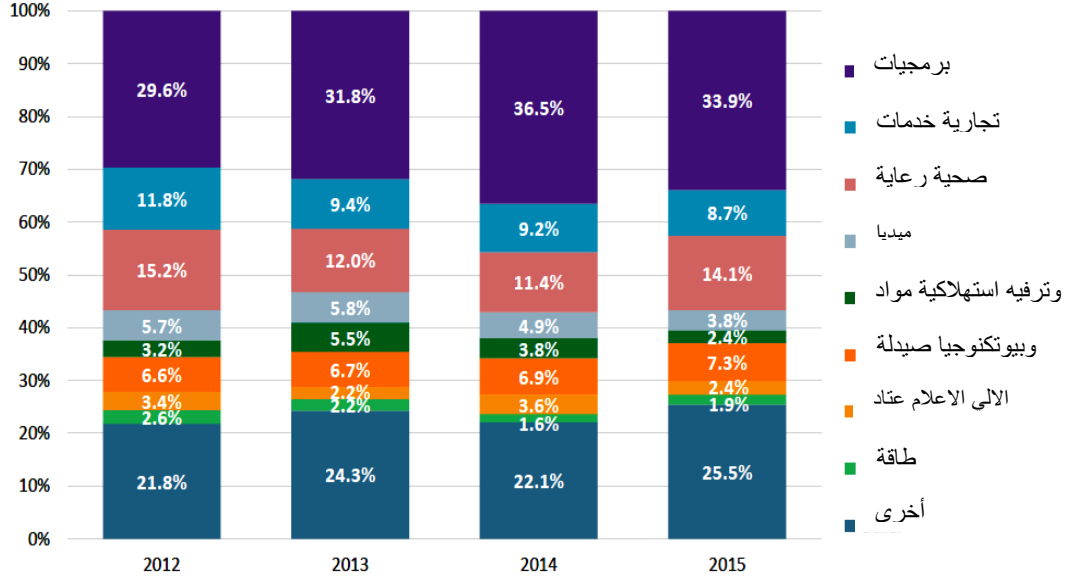
2.4 التجربة الأمريكية في الاستثمار الملائكي

بلغ حجم الاستثمار الملائكي في الولايات المتحدة سنة 2015 ما مقداره 24 . 6مليار دولار مرتفعا بـ 9.1% عن سنة 2014 بعدد إجمالي صفقات بلغت 71 ألف صفقة مسجلة انخفاضا قدره 1.3% مقارنة بسنة 2014 ، وبلغ عدد المؤسسات المنشأة 930.304 مؤسسة فردية مرتفعة بـ 7,3% عن سنة 2014 ، بالمقارنة مع رأس المال المخاطر والذي بلغ حجمه 59 . 1مليار دولار سنة 2015 وهو اكبر من الاستثمار الملائكي، لكن عدد الصفقات بلغ 4380 صفقة و 817 شركة ناشئة. من هذه الأرقام نلاحظ الدور الكبير الذي يلعبه الاستثمار الملائكي في دعم الأفكار الفردية والتي تؤدي إلى إنشاء عدد كبير من المؤسسات الفردية. ساهمت في خلق 270200 منصب عمل جديد في الولايات المتحدة سنة 2015 بمعدل 8.3 منصب لكل مستمر ملاك واحد.

أ. مساهمة الاستثمار الملائكي في تمويل مشاريع المؤسسات حسب قطاعات النشاط:

يمكن ملاحظة أن كلا من قطاع البرمجيات والرعاية الصحية استحوذ على 48% من عدد الصفقات الكلي، كما يوضحه الشكل التالي:

شكل 3: مساهمة الاستثمار الملائكي في تمويل مشاريع المؤسسات حسب قطاعات النشاط



Source:(www.angelresourceinstitute.org)

تعتبر التجربة الوحيدة في الجزائر للاستثمار الملائكي تجرية، Casbah Business Angels (CBA) في عام 2012 كجزء من "برنامج الفرص الاقتصادية لشباب الجزائري" وهي مبادرة قادتها الجالية الجزائرية المقيمة في الولايات المتحدة.

هذه المبادرة هي مجموعة من رواد الأعمال والمستثمرين الممولين المهتمين باستثمار وقتهم و أموالهم في أعمال تجارية جديدة و قائمة. وهي أيضًا منصة للتواصل حيث يمكن للمستثمرين ورجال الأعمال الالتقاء لتبادل الأفكار و مناقشة فرص التوجيه و الاستثمار. والهدف من هذه المبادرة هو تسخير مهارات وخبرات المهنيين الجزائريين في الولايات المتحدة لدعم وتوجيه الشباب الجزائري في تحقيق هدفهم. ليصبحوا رواد أعمال ناجحين. إنها أول شبكة مستقلة من ملائكة الأعمال نشأت من الجزائر. الهدف الدائم هو أن أعضاء CBA، الذين هم جميعًا محترفين متمرسون، يوفرون أساسًا متينًا من الخبرة في مجال الأعمال.

نهج CBA مشابه لمنصات الشبكات الأخرى الخاصة بالمنطقة والتي شهدت نموًا كبيرًا في الولايات المتحدة، بما في ذلك وادي السيليكون. من خلال نهجها التكاملية للإرشاد ونقل المعرفة والاستثمار المحتمل، تمثل ل CBA وسيلة جذابة ومبادرة رائدة في المناطق النامية.

منذ عام 2016، دعمت Casbah Business Angels، وهي مستثمر ملاك محلي، الشركات الناشئة بتمويل أولي. في عام 2018، تعهدت شبكة المستثمرين الملائكة بتكوين صندوق قيمته

10مليارات إلى 15 مليار دينار جزائري) 6.72 مليون يورو - 9.108 مليون يورو. (في نفس العام، دخلت شركة التأمين الخاصة Macir Vie في ملكية الشركات الناشئة القائمة مثل Nbatou.com، وهو نسخة محلية من Airbnb، أو Nkheya.com، وهو موقع مقارنة لحزم الهاتف المحمول ومنتجات التأمين.

لم يتم تحقيق المطلوب من هذا التمويل نظرا لكونه لا يزال في مراحل التمهيديّة وبالمقابل تنتهج الجزائر العديد من بدائل التمويل.

5. خاتمة

تبين لنا من خلال هذه الورقة السعي الكبير للاهتمام بالمقاولاتية والنجاح الذي حققه التمويل عن طريق الاستثمار الملائكي في قارة أوروبا خاصة في مجال التكنولوجيا وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتطور الاهتمام بهذا التمويل كذلك في أمريكا . بينما لا يزال هذا النوع من التمويل مهمشا في الجزائر بالرغم من التجربة الوحيدة التي قامت بها مجموعة Casbah Business Angels (CBA) .

6. المراجع

• الكتب والمقالات

- الجمل عصام. (21 12, 2019). معوقات تمويل الشركات الناشئة من وجهة نظر أصحابها . مؤتمر حول دور ريادة الأعمال في تطوير المشروعات الصغرى و المتوسطة في الإقتصاد الليبي.
- رمضان زياد. (1998). مبادئ الاستثمار المالي و الحقيقي. عمان، دار وائل للنشر.
- عبد السلام مسعد، و علي محمد. (2019). معوقات تبني مفهوم مستثمر الملاك كمصدر تمويل للمشروعات الريادية من وجهة نظر الاكاديميين المختصين في جامعات الليبية. ليبيا: الطبعة الأولى.
- Alterovitz, R., & Zonderman, J. (2002). *Financing your New or Growing Business*. Canada: Entrepreneur Mentor Series.
- Gonzalez, E. (2013). Start-up: définition et étapes .

- Jeffrey, S. (2016). *A cautious restructuring of the angel market in 2016 with a robust appetite for seed and start-up investing*. Centre for Venture Research.
- Kosztopulosz, A. (2004). *رأس المال الاستثماري غير الرسمي في المجر*. جامعة سيجد.
- Lonz, M. (2018). *Comment déterminez le mode de financement le plus adapté poue les star--tups en Belgique lors de la phase de lancement*. université catholique de louvain.
- Markria, D., & Bouhmouch, M. (2018). *Etude complémentaire sur les possibilités de crowdfunding ESS et startup* . Maroc.

• **مواقع الأنترنت:**

- www.eban.org, 2016
- <https://www.rowadalaamal/com>
- (<http://news.arabnat.me/ar/>)
- (<http://small-project.org/category/>)
- <http://www.mhabash.com/category/financing/>)
- (<https://szraf-investor.com/compass/article/step-function-how-angel-investing-process-works-first-meeting-final-closing>)
- http://www.researchgate.net/publication/350889540_tmwyl_almwssat_alnashyt_fy_aljzayr_byn_alwaq_walmamwl)
- www.angelresourceinstitute.org)

مداخلة بعنوان: المؤسسات الناشئة واليات تمويلها - دراسة حالة مؤسسة FAPRAN -

*د.صورية بوطرفة، *ط.د.عربي شيماء

*الجامعة: العربي التبسي - تبسة- soraya.boutarfa@univ-tebessa.dz،

*الجامعة: العربي التبسي - تبسة-، chaima.arribi@univ-tebessa.dz،

الملخص

أضحت المؤسسات الناشئة ضرورة ملحة في ظل التغيرات التي أصبح يشهدها العالم، وقد تميزت الأعوام الأخيرة بميول كبير للاقتصاديات نحو المؤسسات الناشئة لما لها من آثار إيجابية على النمو الاقتصادي، وقد تناولنا في هذه الورقة البحثية واقع المؤسسات الناشئة واليات تمويلها مع عرض نموذج ناجح لمؤسسة FAPRAN وهي مؤسسة ناشئة أثبتت وجودها في فترة زمنية قصيرة.

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها أن الركيزة الأساسية للمؤسسة الناشئة هي الفكرة المبتكرة، وأن التمويل هو الخطوة المحورية والأساسية لترجمة هذه الفكرة الى كيان اقتصادي على ارض الواقع.

الكلمات الدالة: المؤسسات الناشئة، التمويل، الابتكار.

1. المقدمة:

في ظل التحولات الاقتصادية الكبيرة التي شهدتها العالم والتي على إثرها سارعت كل دولة السعي لمواكبة هذه التطورات وتطبيق الأهداف المنوطة بها، والذي فرض جو عال من المنافسة والتسابق نحو السيطرة على الأسواق محليا ودوليا، فأدى هذا الى ظهور المؤسسات الناشئة كأحد الركائز الأساسية لإنعاش الاقتصاد لكل دولة والتي تسعى لفرض نفسها عبر التسارع نحو ابتكار المشاريع وتصديرها، وإيجاد حلول للمشاكل التي تواجه العالم بطرح منتجات وخدمات عبر المؤسسات الناشئة ما يزيد من سيادتها وفرض نفسها بين بقية الدول.

أصبح الاهتمام بالمؤسسات الناشئة أمرا ضروريا لما له من أهمية كبيرة في تطور الاقتصاد الوطني، ولأنها المساعد الأول لمحركات النمو. وقد لقي موضوع المؤسسات الناشئة وآليات دعمها وتمويلها اهتماما كبيرا في الجزائر مؤخرا، من خلال ما سبق ذكره يمكن صياغة الإشكالية كالتالي:

- ما هو واقع المؤسسات الناشئة؟ وما هي آليات تمويلها؟ كيف تم دعم مؤسسة FAPRAN ؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تسليط الضوء على موضوع لكونه انبثق وتطور من مستجدات فرضتها التحولات الاقتصادية الكبيرة وهي ظهور المؤسسات الناشئة التي ساهمت في الاقتصاد الوطني لمعظم الدول وكذا الاقتصادي المعرفي لها لتحقيق التنمية المستدامة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز أساسيات ظهور المؤسسات الناشئة والتأصيل النظري الخاص بها، أهداف ومميزات المؤسسات الناشئة ومحاولة كشف إيجابيات الموضوع ومعرفة دورها في ترقية الاقتصاد الوطني وكيفية تمويلها وذلك في ظل اقتصاد المعرفة، والتطرق إلى مؤسسة FAPRAN المتواجدة في ولاية تبسة باعتبارها مؤسسة ناشئة في الجزائر .

2. السياق النظري للمؤسسات الناشئة

1.2. السياق النظري للمؤسسات الناشئة:

اكتسبت المؤسسات الناشئة في الوقت الراهن أهمية بالغة في اقتصاديات الدول المتقدمة وحتى الدول الناشئة والنامية لاعتبارها ركيزة من ركائزها وذلك لسرعة نموها وتطورها والقدرة على تحويل المعرفة إلى تكنولوجيا وابتكارات تساعد على تحقيق التنافسية على المستوى الوطني والدولي والنمو وذلك عن طريق تحويل أفكارهم الإبداعية إلى مؤسسات ناشئة حيث يمكن تعريفها كالاتي:

حسب القاموس الإنجليزي تعرف المؤسسات الناشئة Start-up: هي مشروع صغير في بداية المهد، تتكون كلمة Start-up من جزأين Start وهو الإشارة على فكرة الانطلاق و up والذي يشير لفكرة النمو القوي(بو الشعور ، 2008).

ويقصد به أنه مشروع جديد سيكون مغيرا لما قبله حيث انه تم تسميتهم ب start-up حيث الكلمة الأولى يعني بداية وانطلاق والثانية للإشارة لتطبيق الفكرة والإبداع والابتكار فيها.

ويعرفها الباحث Erice heis في كتابه The lean Start-up المؤسسات الناشئة هي كيان بشري صمم لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة.(قصوري، 2020)

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

وهنا يقصد بأن المؤسسات الناشئة عبارة عن موارد بشرية اجتمعت في المؤسسات الناشئة من أجل إطلاق منتج جديد أو ابتكار وإبداع لخلق قيمة مضافة، وتتحدرو المؤسسات الناشئة تحت مجموعة من الخصائص التي يمكن إدراجها كالاتي (بورنان و صولي ، 2020):

- هي شركات شابة هدفها البقاء على قيد الحياة بالإضافة إلى النمو السريع؛
 - النمو السريع والقدرة على إدخال مردود كبير في وقت قصير؛
 - الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير؛
 - تحتاج إلى رأس مال صغير للتأسيس ومردود عالي؛
 - تمتاز بالنمو السريع والمفاجئ وبمزاياف مفاجئة.
- ولابد أن تكون هناك أنواع تميز كل مؤسسة ناشئة عن أخرى يمكن استخلاصها كالاتي: (بورنان و صولي ، 2020)

- **مؤسسات حديثة العهد:** يرتكب الكثير من الناس أخطاء في تصنيف المؤسسات الصغيرة وقولبتها على أنها شركات ناشئة، لكن ليس عن هذا النوع ما نتحدث اليوم.

تتميز المؤسسات الناشئة Start ups بكونها شركات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

- **مؤسسات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد:** من إحدى السمات التي تحدد معنى الشركة الناشئة Startup هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل.

بعبارة أخرى، فان المؤسسة الناشئة هي المؤسسة التي تتمتع بإمكانية الارتقاء 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 المؤسسات الناشئة Start ups 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 Start ups بأنها شركة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة Innovative وإشباع لحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية. يعتمد مؤسسو المؤسسات الناشئة Start ups على التكنولوجيا للنمو والتقدم والعثور على التمويل من خلال المنصات على الإنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

- مؤسسات تتطلب تكاليف منخفضة:

يشمل معنى الشركة الناشئة Startups على أنها شركة تتطلب تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء.

2.2. مراحل المؤسسة الناشئة: إن ما يميز المؤسسات الناشئة Start ups هو النمو المستمر، إلا أن الواقع غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيرا ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، ويمكن إبراز ذلك من خلال هذه المراحل: (بسويح ، دون سنة نشر)

المرحلة الأولى: وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد يطرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، 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 من يمولها، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.

المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق: في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجه المقاول في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها ماديا، وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف فغالبا

ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الحمقى وهو الأشخاص المستعدين للمقاومة بأموالهم إذا صح

القول خاصة عند البداية حيث تكون درجة المخاطر عالية، في هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر، ويبدأ الإعلام بالدعاية للمنتج.

المرحلة الثالثة: مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو: يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هاته المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكره الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي: وبالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المخاطر) بتمويل المشروع إلا انه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وان معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة.

المرحلة الخامسة: 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.

المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع، في هاته المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختيار، وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى 30 % من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

كما أن القيام بشركة في حد ذاته يجب أن يكون هناك تمويل للقيام بالمؤسسة لذا وجب على صاحب الفكرة البحث عن مصادر للتمويل، ونجد هناك نوعان من مصادر التمويل للمؤسسات الناشئة، المصادر التقليدية والحديثة نذكرها كالآتي: (بلقايد ، بلعابد ، و لمطوش، 2021)

3.2. مصادر تمويل المؤسسات الناشئة من:

يمكن أن نميز بين تمويل المؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة، بين تمويل هذه المؤسسات من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية ووجهة نظر تمويل التنمية الاقتصادية.

- تمويل المؤسسات من وجهة نظر تمويل التنمية الاقتصادية: اعتمادا على تصنيف تمويل

التنمية الاقتصادية فيمكن أن نميز بين نوعين من جهات أو مصادر التمويل منها:

✓ مصادر التمويل المحلية: حيث يتم تمويل قطاع المؤسسات الناشئة والمصغرة والصغيرة والمتوسطة من المدخرات الوطنية الاختيارية سواء للأشخاص أو المؤسسات، وأمام عدم كفاية الادخار العام والخاص لمواجهة التمويل المطلوب فإن هناك وسائل محلية أخرى منها الجباية والقروض العامة والإصدار النقدي الجديد.

✓ مصادر التمويل الخارجية: حيث تعتمد بعض الدول في تمويل قطاع المؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة على موارد أجنبية لسد حاجاتها التمويلية، وهذه الأموال الإضافية الخارجية إما تأخذ شكل استثمار أجنبي مباشر من أشخاص أو هيئات ومؤسسات، أو في صورة إعانات مالية وهيئات وتسهيلات، أو على شكل قروض طويلة الأجل من حكومات أو هيئات دولية.

- تمويل المؤسسات من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية: نقصد بها تشكيلة خصوم المؤسسة

ارتبطت بالدين أو الملكية أي جميع موارد الميزانية التي تستخدمها المؤسسة بهدف تمويل دور الاستثمار أو دورة الاستغلال، أحيانا يأخذ تمويل المؤسسات الناشئة شكل دعم مقدم من الحكومة في صورة مختلفة أهمها (بلقايد ، بلعابد ، و لمطوش، 2021):

✓ تقديم حوافز ومزايا مثل الإعانات النقدية على شكل مبالغ لتغطية جزء من تكاليف الاستثمار تقدمها الحكومة أو الهيئة الوصية القائمة على قطاع المؤسسات، أو على شكل إعانات عينية كتقديم أراضي دون مقابل أو بأسعار تشجيعية.

✓ تقديم قروض طويلة ومتوسطة الأجل لتمويل الاستثمارات وقروض قصيرة الأجل لتمويل الاستغلال الجاري بدون فوائد أو بفوائد مدعمة، من قبل هيئات مكلفة بذلك.

✓ منح إعفاءات جبائية وشبه جبائية وجمركية.

✓ تقديم المساعدة الفنية والاستشارة من قبل مختصين في مجال دعم وإسناد المؤسسات تؤهلهم الهيئة الوصية.

- مصادر تمويل المؤسسات الناشئة من وجهة نظر صيغ التمويل الإسلامي والطرق المستحدثة:

أمام المؤسسات الناشئة المعاصرة وسائل ومصادر متنوعة لتمويل نشاطاتها المتنامية ما يجعلها أمام المفاضلة بين البدائل التمويلية المتاحة، وفي هذا الصدد هناك من المصادر ما هو مرتبط بخصوصية مقاصد الشريعة ألا وهو التمويل الإسلامي، وهناك ما هو مستحدث نتيجة لتطور البيئة الخارجية وتسارع وتيرة تطور المؤسسات نتيجة للعالم المتغير وما يمليه من أحداث (مخاطرة، منافسة... الخ) وهو ما يعرف بالتمويل المستحدث لذلك سوف استعراض التمويلين السابقين كما يلي: (بلقايد ، بلعابد ، و لمطوش، 2021)

- التمويل من حيث صيغ التمويل الإسلامي: من بين أهم المشاكل التي تواجه أصحاب

المشروعات الجديدة التي تحد من إقبالها على الاستثمار، نجد مشكلة تكاليف التمويل البنكي المتمثلة في الفوائد المحددة مسبقا وتكاليف أخرى رسمية قانونية وتكاليف غير رسمية وغير قانونية والتي أضحت في معظم البلدان النامية منها الجزائر تشكل تكلفة إضافية وهي تزداد كلما تطورت آليات الفساد الاقتصادي وقلة الشفافية، ويجد هذا كله من الإقبال على التمويل البنكي لدى شريحة واسعة في المجتمع خاصة المقبلين على إنشاء مؤسسات وذلك للشعور من جهة بعدم القدرة على تحقيق العوائد التي تضمن تغطية خدمات القروض واسترجاع الضمانات، ومن جهة ثانية قرارات البنك بالتمويل تعتمد أساسا على وجود الضمانات التي لا تكون متوفرة عادة لدى أصحاب هذه المؤسسات بالشكل الذي تطلبه البنوك، ويعرف التمويل الإسلامي بـ: "تقديم ثروة عينية أو نقدية، بقصد الاسترباح من مالها إلى شخص آخر يديرها ويتصرف فيها لقاء عائد تبيحه الأحكام الشرعية، ويقدم هذا التمويل عن طريقة البنوك الإسلامية التي تتميز في مجال الأعمال المصرفية تحديدا باستبدال علاقة القرض بعلاقة المشاركة وعلاقة الفائدة بعلاقة الربح، وهذه العلاقة هي التي تحدث التغيير الجذري في الأدوات والاهتمامات.

4.2. الطرق المستحدثة في تمويل المؤسسات الناشئة: نقصد هنا بالطرق المستحدثة بالنسبة للدول

النامية، لأن هذا الطرق أو الأساليب اعتمدت منذ فترة طويلة في العديد من الدول النامية المتقدمة وبقيت محدودة أو منعدمة الاستعمال في كثير من الدول النامية، وسنتناول كل من قرض الإيجار، ورأس مال المخاطر، واستغلال حقوق الملكية كطرق التمويل، وضمان وتقييم

الائتمان كآليات مساعدة في زيادة إمكانية حصول المؤسسات الناشئة على تمويل يتوافق مع خصائصها. (بلقايد ، بلعابد ، و لمطوش، 2021)

- **تقييم الائتمان ومكاتب الائتمان:** يعد مفهوم نظام تقييم الائتمان -الذي يمكن تنفيذه بواسطة مكتب الائتمان- محور التغيرات التي يمكن أن تؤدي إلى زيادة فرص التمويل للمؤسسات المصغرة، من خلال التقييم المستقل والمحترف لطلبات التمويل اعتمادا على: (بلقايد ، بلعابد ، و لمطوش، 2021)
- ✓ **تقييم الائتمان:** يستخدم أسلوب تقييم الائتمان كأسلوب موضوعي لتقدير مخاطر الائتمان وتستخدم في هذا الأسلوب صيغة رياضية لتحديد احتمالات قيام المقترض بسداد الائتمان أي التنبؤ بقدرة المقترض على تسديد القرض الممنوح له، حيث تبني هذه النماذج بالاعتماد على عينة عشوائية من الزبائن، ويحدد تقرير الائتمان التقييم أو الوضع الائتماني للمقترض بناء على معلومات عن تاريخه الائتماني وبناء على هذا التقييم يتم اتخاذ قرار التمويل.
- ✓ **مكتب الائتمان:** مع اتساع وانتشار الائتمان وارتفاع مخاطره، احتاجت البنوك في مجال منح القروض لزبائنها إلى مصادر متخصصة موثوق فيها لتقييم الجدارة الائتمانية لطالبي القروض، وفي ضوء عدم استطاعتها توفير معلومات بشكل كاف عنهم، لجأت البنوك إلى مصدر آخر للحصول على هذه المعلومات، حيث تقوم مكاتب الائتمان بهذه الخدمة التي تساهم بها في دعم تمويل المؤسسات الناشئة وذلك من خلال: الاقتصاد في التكاليف، والمدة الزمنية اللازمة لدراسة ومعالجة طلبات التمويل، وتخفيض خسائر القروض وحالات إفلاس بتوفير معلومات أساسية للبنوك تمكنهم من التقييم الدقيق لظروف المقترض، مما يسهل منح قروض بشكل أكثر موضوعية لذوي الجدارة الائتمانية حسب التقييم، كما أن عملية التقييم المستمر والمتواصلة تسمح بتحديد مستوى المخاطرة لعمليات الاقتراض مما يمكن من اتخاذ الإجراءات المناسبة في وقتها وتحديد سياسة الإقراض بشكل موضوعي بدل الاعتماد على التقييم الشخصي للمشرفين على الإقراض التي عادة ما تكون آراؤهم ذاتية.
- ✓ **طريقة تقاسم المخاطر من طرف ثالث:** يعتبر ضعف أو انعدام الضمانات من بين أهم المشاكل التي تواجه المؤسسات الناشئة عندما تتقدم بطلبات القروض من البنوك أو المؤسسات المالية الأخرى، ولتجاوز هذه المشكلة لجأت البنوك إلى التعاون مع أطراف أخرى لقسام المخاطر تتمثل

في مؤسسات ضمان القروض، وهذه الأخيرة عبارة عن مؤسسات مالية مهمتها الأساسية منح ضمانات مالية للبنوك التي تقبل تمويل مشاريع اقترحها أصحابها على البنك، وعليه تقوم بتسديد الأقساط المتعثرة من القرض للبنك بنسب محددة في العقد، أما في حالة الإفلاس تقوم مؤسسة الضمان بتعويض النسبة التي تم ضمانها من القرض والباقي يتحمله صاحب المؤسسة المستفيدة من الضمان، وتكفل عادة مؤسسات الضمان القروض المتوسطة والطويلة المدى اللازمة للاستثمارات المادية للمؤسسات، كما نجدها في بعض البلدان المصنعة تهم بالقروض قصيرة الأجل. (بلقايد ، بلعابد ، و لمطوش، 2021)

✓ **التمويل عن طريق استغلال حقوق الملكية الفكرية:** مع دخول اتفاقية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة TRIPS حيز التنفيذ في معظم بلدان العالم ومع تزايد حدة المنافسة نتيجة للعولمة، فإن هناك توجه عام حول اعتماد المؤسسة مهما كان حجمها على الابتكار من جهة وعلى وضع الآليات اللازمة لحماية تلك الابتكارات من استغلالها من طرف الآخرين دون ترخيص. وتم تبني سياسات لحسن استغلال تلك الابتكارات داخل المؤسسة وخارجها كمورد هام بغرض استرجاع تكليف البحث والتطوير، ولضمان استمرار تمويل عملية الإبداع والابتكار، لدورها الحاسم في ضمان بقاء المؤسسة وتطورها من جهة، وتحسين مرد وديتها وربحياتها من جهة أخرى.

✓ **التمويل عن طريق رأس مال المخاطر:** لا تهدف مؤسسات التمويل عن طرق رأس مال المخاطر توفير التمويل للمؤسسات فقط، وإنما تعد نوعا من مشاركة بها مخاطرة عالية، إذ يعرف على انه كل رأس مال يوظف بواسطة وسيط مالي متخصص في مشروعات خاصة ذات مخاطر مرتفعة، تتميز باحتمال نمو قوي لكنها لا تتطوي في الحال على التيقن بالحصول على دخل أو التأكد من استرداد رأس المال في التاريخ المحدد، أملا في الحصول على فائض قيمة عالي في المستقبل البعيد نسبيا عند بيع حصة هذه المؤسسات بعدة عدة سنوات. (بلقايد ، بلعابد ، و لمطوش، 2021)

✓ **التمويل بقرض الإيجار:** يعتبر قرض الإيجار خيارا إضافيا متاحا للمستثمرين لتمويل وتنفيذ مخططاتهم الاستثمارية، وهذا في ظل نقص الأموال الخاصة من جهة، وضعف معدل التمويل الذاتي من جهة أخرى، ويمكن تعريفه على أنه: "اتفاق متعاقد بين طرفين يخول أحدهما حق الانتفاع بأصل مملوك للطرف الآخر مقابل دفعات دورية لمدة زمنية محددة، المؤجر هو الطرف الذي يحصل على الدفعات الدورية مقابل تقديم الأصل في حين أن المستأجر هو الطرف المتعاقد على الانتفاع بخدمات الأصل

مقابل سداده لأقساط التأجير للمؤجر". حيث تعتبر أهمية قرض الإيجار بالنسبة للمستأجر: يشكل قرض الإيجار منتجا ماليا مهما من وجهة نظر المستأجر لكونه يقدم مزايا عديدة ومتنوعة نذكر منها ما يلي:

- يشكل قرض الإيجار تمويلا قد يصل إلى 100% للاستثمار دون الحاجة إلى التمويل الذاتي، إذ يسمح ذلك بأن تحتفظ المؤسسة برأس مالها العامل، كما تحتفظ بخزيتها جاهزة لمواجهة احتياجات الاستغلال.
- لا يظهر الأصل المؤجر في الأصول، يعطي تسجيله في التعهدات خارج الميزانية تقديمًا محسنا للميزانية.
- يشكل قرض الإيجار وسيلة تمويل بديلة عن القرض الطويل والمتوسط الأجل، في حالة رفض طلب المؤسسة الحصول على قروض من طرف البنك، والتي لا تتوفر على أموال كافية خاصة في حالة الإنشاء الجديد أو التوسع.
- المرونة التي تميز قرض الإيجار بفضل الأشكال المكيفة طبقا لاحتياجات المؤسسات المستعملة.
- إن اللجوء إلى قرض الإيجار مفيد أيضا من الناحية الجبائية فقسط الإيجار المدفوع يخفض كليا من الوعاء الضريبي.
- استعمال قرض الإيجار ينعكس على نسب المديونية وتحسين الهيكل المالي للمؤسسة مما يمكن المؤسسة من الاحتفاظ بالقدرة على الاقتراض أمام البنوك، وبالتالي القدرة على الاستثمار.
- تقديم ضمانات مبسطة، لأن حق الملكية يعتبر الضمان الحقيقي والأساس للمؤجر، ويصبح من غير الضروري فرض رهن عقاري مباشر على المستأجر.
- لا تخصص المؤسسة مسبقا من الخزينة مبالغ خاصة بالرسم على القيمة المضافة، لأن تسديد هذا الرسم يمتد على كامل فترة العقد، مما يحسن مستوى الخزينة.
- يعتبر قرض الإيجار فرصة تمويلية إضافية للأفراد الذين لا يفضلون الاقتراض مقابل سعر فائدة، لذلك فإن هذا الأسلوب يطبق حاليا في الكثير من البنوك الإسلامية.

5.2. التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة: تخضع المؤسسات الناشئة خلال مزاولتها لنشاطها

لمجموعة من التحديات حيث تشمل ما يلي (ميموني و بوقطاية ، 2020):

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

- أن الشركات الناشئة في الجزائر " تخشى من عدم تلقي رواتبها من قبل المؤسسات الآن هذه الأخيرة تمتلك كل القوة، كما أن التشريع الجزائري لا يحمي الخدمات المبتكرة لذلك حتى لو رفعت الشركات الناشئة دعوى قضائية ضد الشركة الزبون لعدم دفعها نظير الخدمة سيكون ذلك عديم الفائدة بل يحتاج إلى وقت ومكلف.
- إن الدور الذي تلعبه الصفقات عموما، والصفقات الحكومية خصوصا، فإذا كان التشريع المعمول به يعطي الحق لهذا النوع من المؤسسات في 20% من الصفقات العمومية فإنه يؤكد أنه "لم يطبق إلا في حدود ضيقة مما يؤدي بها إلى عدم القدرة على التعايش والاستمرار".
- أن أصعب ما تواجهه أي منظمة في عصرنا الراهن، وخاصة المنظمات المنشئة حديثا هو "المنافسة" بالمعنى الواسع، وبما يعنيه ذلك من المنافسة في الأسواق الداخلية والخارجية، وجود المنتجات، ورضا العملاء وضمن ولائهم لمنتجاتها، غيرها من أنواع المنافسات المتعددة والمختلفة، وحتى المنافسة في اجتذاب الكفاءات البشرية المتميزة في سوق العمل بل وأيضا الحفاظ عليها دون اجتذاب المنافسين لتلك الكفاءات.
- **السوق الصغير:** مع أن الشركات الناشئة العربية عددها أقل من تلك الغربية إلا أن هذا له تبريره يصغر حجم السوق العربي عموما، هناك عدة عوامل تلعب دور يجعله صغيرا سواء عدد السكان، نسبة انتشار الإنترنت، تسهيل الدفع الإلكتروني، ثقافة الشركات الناشئة بحد ذاتها، لكن في هذا السوق الصغير تبحث الشركات عن خدمة أو سع قطاع فيه.
- **رواد أعمال بدون خبرة:** تأسيس شركة ناشئة أمر مختلف كل الاختلاف عن قراءة بضعة كتب وقصص نجاح ومشاهدة بعض الأفلام الوثائقية، الأمر يحتاج لخبرات متنوعة بنفس الشخص، فلو كنت مبرمجا متقنا لعملك وعدة لغات برمجية ولديك بالفعل عدة مواقع، لكن عليك أن تلم ببعض أساسيات الإدارة مثل الهيكل التنظيمي وفرق العمل والتسويق والإستراتيجية، وهذه الخبرة إن لم تكن متاحة لديك ستضطر أن تشتريها من خلال قبول تمويل من مستثمر لديه الخبرة اللازمة وشبكة العلاقات العامة بالإضافة لأنتعطيه حصة من شركتك، فالمعارض والمؤتمرات لا تصنع رواد أعمال بل هي وسيلة للتواصل وبناء العلاقات.
- **فريق العمل:** يظهر هذا التحدي بداية من انه لا يوجد قسم موارد بشرية في الشركة منوط به استقطاب الموظفين للعمل فيها، بل يبدأ الأمر بالبحث في دائرة المعارف والطلب منهم ترشيح بعض

الموظفين وهنا يدخل عامل المحاباة بالمنتصف ليؤثر على مبدأ التوظيف بناء على الكفاءات وليس المجاملة.

تعاني الشركات الناشئة التقنية تحديدا من عدم قدرتها بسرعة الحصول على موظف مناسب لإنجاز مشروع مستعجل، فقد تنشر عدة إعلانات لكن طالما هي شركة ناشئة لم يسمع بها الكثيرون فلن يظهر الإعلان للمهتمين فعلا، احد الحلول لمثل هذا النوع من التحديات هو توظيف المستقلين نظرا لطبيعة المشروع المؤقتة، لكن كيف نصل لهؤلاء؟ هناك عدة طرق من أكثرها فعالية البحث في منصات العمل الحر مثل مستقل التي توفر تنوع مختلف من المهارات التي يمكنك طلبها والتعاقد معها لإنجاز العمل المطلوب بدقة واحترافية بفضل معرض الأعمال والتقييمات السابقة التي يمكن الاطلاع عليها، وبالواقع حتى أكاديمية حسوب كل الموظفين العاملين فيها مستقلين تم التعاقد معهم عن بعد سواء كمتترجمين أو كتاب أو إداريين، وكلهم يمكن الوصول إليهم عبر منصات العمل الحر.

• **التمويل:** تتفق كل الشركات الناشئة بأن أبرز تحدي أمامها هو الحصول على التمويل بمختلف أشكاله، سواء كان تمويل بذرة للبدء بإطلاق الشركة أو تمويل نمو لتوسيع أعمالها أو تمويل تسريع لزيادة النمو بمعدل أسرع، ولحسن الحظ بدأت تظهر مبادرات وشركات استثمار مخاطرة وحتى مسرعات نمو ولو بشكل تدريجي وخجول في المنطقة العربية لتشجيع وتسهيل الحصول على التمويل إلا أنه لا يكفي، هناك فجوة ما بين الشركات الناشئة المناسبة لتلقي النمو، والمستثمرين (أفراد أو شركات) الذين يعرضون أموالهم لضخها فيها، لكن التمويل لا يمثل مشكلة للجميع مع انه تحدي مهم، هناك العديد من الشركات الناشئة العربية التي مولت نفسها بنفسها ورفضت عروض التمويل التي وصلتها كونها لم تتفق مع رؤيتها.

• **التشريعات:** معظم دول العالم العربي لا تحوي قوانين الشركات الخاصة بها على أية مواد تتعلق بالشركات الناشئة، بل معظمها قوانينها تعود لعقود مضت لم تكن قد ظهرت عبارة الشركات الناشئة حتى، ومعاملة الشركة الناشئة مثلها مثل أي شركة محدودة المسؤولية يضيف عليها أعباء لا تتناسب مع طبيعتها، مثلا لا تحتاج الشركة الناشئة بالضرورة لمقر فيزيائي وموظفين متواجدين فيه، كما أنها ليستمطالبة بتحقيق أرباح، وحتى تقاسم الحصص بين الشركات المؤسسين قد يخضع لتقاهمات تختلف عن تلك الموجودة في الشركات التقليدية.

3. عرض نموذج مؤسسة FAPRAN

1.3. التعريف بالمؤسسة:

FARPAN هي شركة ذات مسؤولية محدودة SARL المقدر رأس مالها بـ: سبعة وتسعون مليون دينار جزائري (97000.000 دج)، المنشأة بموجب القانون الأساسي طبقا للمادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 20-245 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 مؤسسة نشأة تحت رقم 001045 الممثلة من طرف مديرها العام السيد فريد علاق، المولود في 1992/03/16 ولاية تبسة من جنسية جزائرية خريج اقتصاد جامعة بسكرة.

مؤسسة ناشئة تنشط في مجال تحويل الخشب حيث تعتمد على سعف النخيل ومخلفاتها كمادة أولية أساسية بالإضافة إلى الخشب المستعمل في صناعة الألواح الخشبية من بين منتجاتها خشب الحبيبات، وتطوير الخشب الملامين ومنتجات مبتكرة في مجال الديكور العصري مثل الأسقف الخشبية والأرضيات والعوازل وأغلفة الجدران.

تعتمد الجزائر كالعديد من الدول الإفريقية على استزاد الخشب ما يكلف سنويا 800 مليون دولار وهذا يعود إلى الطبيعة في الجزائر تفتقر للغابات وكذلك القانون يمنع قطع الأشجار، انطلاقا من هذه الفكرة قرر المدير الحالي البحث عن بدائل تكون محلية ومتاحة لديمومة النشاط حيث أجرى تجارب على مواد أولية متاحة وتحصلنا على منتج بمواصفات عالمية من خلال استخدام سعف النخيل وهو ثروة متجددة ودورية تخلفها النخيل كل موسم جني وتنظيف حيث مصيرها الحرق تقدمنا إلى حاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY بنموذج أولي للمنتج المتحصل عليه والأفكار التي من شأنها تطوير المشروع ومن خصائص المشروع:

- أول مشروع من نوعه في الجزائر وشمال إفريقيا.
- المواد الأولية متوفرة وهي متجددة ودورية.
- يحتوى المشروع على عدد من المنتجات منها المطورة والمبتكرة.

من خلاله تم الاحتضان، وقام المؤسس مع فريق INNOEST COMPANY بتطوير الفكرة وإضافة منتجات مبتكرة وأخرى مطورة، بعدها عرض منتجات الشركة على المتعاملين والحرفيين فلفت رضاء قبول

واسع، كما قدمت الشركة عرض مفصل للمشروع على الوزارة الوصية المكلفة باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة وتمكنت من الحصول على وسام الشركة الناشئة.

2.3. دورة حياة شركة FARPAN

- تطور رقم أعمال الشركة والحصة في السوق

الجدول 01: تطور رقم أعمال شركة FARPAN

السنة / المنتج	1	2	3	4	5
ألواح الجسيمات الأساسية	260,000,000	150,000,000	225,000,000	225,000,000	270,000,000
ألواح الجسيمات المركبة		168,000,000	337,000,000	337,000,000	410,000,000
جسيمات مركبة		163,000,000	300,000,000	300,000,000	360,000,000
جسيمات أساسية		203,000,000	506,000,000	506,000,000	540,000,000.
كتلة لوحات أساسية		7,000,000	12,000,000	16,000,000	16,000,000
كتلة لوحات مركبة		9,000,000	17,000,000	21,000,000	21,000,000
لوحات			3,000,000	9,000,000	9,000,000
الأسقف المستعار			8,000,000	12,000,000	12,000,000
لوحات				6,000,000	6,000,000
تصنيع الأثاث					20,000,000
المجموع		700,000,000.00	1,408,000,000.00	1,432,000,000.00	1,664,000,000.00

- المصدر: عربي شيماء، Chiffres d'Affaires، FARPAN. (2017-2021)

كان تطور شركة FAPRAN مدروسا بشكل عال من التقاني اذ بدأ في بداية عامه الأول عي منتج واحد الذي ارتكز على ألواح الجسيمات الأساسية بقيمة 260,000,000 ثم بدأ بالتخصص أيضا في المنتجات الأخرى مثل ألواح الجسيمات المركبة، جسيمات أساسية، أسقف الأسعار وصولا الى تصنيع الأثاث بقيمة 20,000,000 ليصل مجموع كل المنتجات الى 1,664,000,000.00 على مدار الخمس سنوات وقد شهدت بروزا كبيرا في ظل المؤسسات الناشئة.

الجدول 02: تطور رقم أعمال شركة FARPAN

السنة	2017	2018	2019	2020	2021
رقم الاعمال	260000000	700000000	1408000000	1432000000	1.664.000.000
نسبة النمو %	-	%134.6	%100.5	%50.8	%58.1

المصدر: عريبي شيماء، اعتمادا على معطيات التقارير السنوية(2017-2021)للشركة

رقم أعمال الشركة للسنة الأولى يقدر ب 260 مليون دينار جزائري بنسبة تشغيل 60% للقدر الإنتاجية وبمنتج واحد المتمثل في خشب الحبيبات وفي العام الثاني يدخل المصنع في طاقة إنتاجية اكبر حيث يضيف 05 منتجات أخرى بطاقة إنتاجية عالية يحقق من خلالها ارتفاع في رقم الأعمال يقدر ب 134.6% أما في السنة الثالثة إضافة (02) منتج جديدين ليحقق من خلالهما مع زيادة الكمية المنتجة من المنتجات الأخرى نسبة نمو تقدر ب 100.5% أما في السنة الرابعة إضافة منتج واحد لمجموعة المنتجات الأخرى مع زيادة الطاقة الإنتاجية ليحقق نسبة نمو تقدر ب 50.8% والسنة الخامسة تعددت المنتجات ودخول الشركة في الصناعات النهائية والتجهيزات ليصبح رقم أعمالها مليار و644 مليون دينار جزائري نمو بنسبة 58.1%.

3.3. تطور النتيجة الصافية للشركة

يمثل الجدول الموالي النتيجة الصافية لمدة 05 سنوات.

الجدول 03: النتيجة الصافية شركة FARPAN

السنة	2017	2018	2019	2020	2021
النتيجة الصافية	223,898,120	583,590,000	1,263,254,800	1,278,272,800	1,750,630,000
سبة النمو	-	%130	%108	%50.59	%68.4

المصدر: عربي شيماء، اعتمادا على معطيات الوثيقة (2017-2021) للشركة

في السنة الأولى لنشاط المؤسسة تقدر النتيجة الصافية ب 223 مليون و 898120 دينار جزائري لترتفع في السنة الموالية بنسبة 130% يرجع هذا إلى زيادة الحصة السوقية والطاقة الإنتاجية وكذلك تنوع المنتجات وفي العام الثالث 108% تخطو المؤسسة على مستوى جيد والتذبذب الموجود يعود إلى المنتجات المطروحة والحصة السوقية في العام الرابع زيادة بنسبة 50.59% على العام الماضي وفي السنة الخامسة نمو بنسبة 68.4%

5.3. طريقة تمويل المؤسسة الناشئة FARPAN

اعتمدت شركة FARAN في تمويلها على 3 مستثمرين خواص كل مستثمر قدم جزء من رأس المال:

صاحب الفكرة: المدير العام والمسئول على المشروع + امتيازات الوسام

الحاضنة: احتضان المشروع والمرافقة والتطوير

المستثمر 01: مقر جهاز + مصاريف التشغيل

المستثمر 02: معدات والآلات

المستثمر 03: المعدات والآلات

4. خاتمة:

تسعى الجزائر في الآونة الأخيرة إلى زيادة الاهتمام ودعم المؤسسات الناشئة خاصة مع وجود إرادة سياسية حقيقية من طرف السلطات العمومية وذلك عن طريق استحداثها لوزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، خاصة بعد التطور الكبير الذي شهده هذا النوع من المؤسسات على المستوى الدولي، فبعدما كان دورها محدودا في التنمية، أصبح يشكل النسبة الأساسية في النشاط الاقتصادي الوطني للتوجه نحو تنويع الاقتصاد والبحث عن بدائل حقيقية لرفع من مستويات الإنتاج، وزيادة العائدات بل يتعد ذلك ليشمل التجديد في النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات التي فشلت وإعادة التوازن للأسواق وتحقيق خطط التنمية المستدامة، والجزائر على غرار بلدان العالم تقطنت لأهمية المؤسسات الناشئة من أجل دفع عجلة التنمية ودعمها بشكل ملموس في ظل المتغيرات الحالية. وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

- تحتل المؤسسات الناشئة في الآونة الأخيرة مكانة هامة في التنمية الشاملة وذلك من خلال مهامها بصفة فعالة في التخفيف من الأزمة الاقتصادية والاجتماعية الحادة.
- لحاضنات الأعمال دور مهم وفعال في دعم وتطوير المؤسسات الناشئة" وذلك من خلال تقديم خدمات مختلفة على غرار الوصول إلى البنى التحتية، تسويق، دعم مالي وشبكي.... وهو ما أدى إلى إحداث آثار إيجابية عمى الاقتصاد
- يعد إنشاء الصندوق الجزائري لتمويل المؤسسات الناشئة، فكرة فعالة لتمكين أصحاب المشاريع المبتكرة من إنشاء مؤسساتهم بعيدا عن العراقيل البيروقراطية لآليات التمويل التقليدية، وذلك باعتماد آلية رأس المال المخاطر كمقاربة جديدة لتمويل المؤسسات الناشئة.

Bibliographie

(s.d.).

مصطفى بورنان، و علي صولي . (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم المؤسسات الناشئة .
صفحة 122.

ثورية بلقايد ، فايذة بلعابد ، و لطيفة لمطوش. (2021). دراسة نظرية للمؤسسات الناشئة بالاشارة الى
واقعها في الجزائر. الصفحات 51-57.

شريفة بو الشعور . (2008). دور حاضنات الأعمال في دعم تنمية المؤسسات الناشئة. صفحة
ص421.

حاضنات الأعمال التكنولوجية ودورها في دعم الإبداع والابتكار . (2020, 12 26). قصوري, ا
p. 19. بالمؤسسة الناشئة الجزائرية

منى بسويح . (دون سنة نشر). واقع وأفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر. الصفحات 409-407.

13- pp. . اشكالية وتطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر. (2020). بوقطاية , س & , ميموني , ي
12.

التحفيزات الجبائية كآلية لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر

ط.د. موسى عبد القادر

جامعة أدرار، mou.kader@univ-adrar.edu.dz

الملخص

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى التعرف على التحفيزات الجبائية التي قدمتها الدولة الجزائرية لفائدة المؤسسات الناشئة (Start-ups) من أجل تحسين مساهمة هذا النوع المؤسسات في الاقتصاد الوطني، ومن أجل ذلك قمنا بإتباع المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال استعراض الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة (Start-ups) والإطار القانوني للتحفيزات الجبائية التي قدمتها الدولة لفائدة هذه المؤسسات، حيث تعرضت هذه الدراسة إلى مفهوم الناشئة (Start-ups)، مميزاتها ودورة حياتها. من جهة أخرى تطرقت هذه الدراسة إلى التحفيزات التي أقرتها الدولة لفائدة المؤسسات الناشئة (Start-ups)، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج والتوصيات المقترحة.

الكلمات الدالة: المؤسسات الناشئة؛ التحفيزات الجبائية؛ الجزائر.

ABSTRACT

We aim through this research paper to identify the tax incentives granted by the Algerian state for the benefit of start-ups in order to improve the contribution of this type of institution to the national economy. provided by the State for the benefit of these institutions. On the other hand, this study focused on the incentives granted by the state for the benefit of start-ups, and the study concluded with a number of findings and suggested recommendations.

Keyword: Star-tups, tax incentives, Algeria.

1. المقدمة

انطلاقاً من الأهمية التي تحظى بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة شرعت الدول مجموعة من القوانين والمراسيم التي تحدد آليات دعم إنشاء ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك في إطار ما يعرف بالمرافقة المقاولاتية والتي توفر حزمة من الخدمات والتدعيم المالي لها، وذلك ضمن مختلف البرامج والآليات كمشاتل المؤسسات، مراكز التسهيل، حاضنات الأعمال،... إلخ. كما قامت الدولة الجزائرية في هذا الإطار بتقديم تحفيزات جبائية مغرية ضمن إصدار مجموعة من القوانين والمراسيم التي تنص على ذلك لفائدة المستثمرين وأصحاب المشاريع في سبيل تشجيع هذا القطاع من أجل خلق التنوع الاقتصادي وتحرير الاقتصاد الوطني من ظل الاقتصاد الريعي الذي يعتمد أساساً على قطاع المحروقات، والذي عرف ولازال يعرف عدم الاستقرار، وهذا ما يؤثر على الإيرادات العامة للدولة وأوجه الإنفاق العام وهو ما يؤثر على النمو الاقتصادي.

وقد سمحت التحفيزات الجبائية المقدمة بنمو مطرد لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهو ما جعلها تستحوذ على نسبة كبيرة في المساهمة في تحسين مؤشرات الاقتصاد الوطني كالتشغيل، زيادة الصادرات، تحسين ميزان المدفوعات... إلخ. وهو ما يتماشى مع أهداف السياسات الاقتصادية المسطرة من طرف الدولة.

إشكالية الدراسة:

من خلال هذه الورقة البحثية سنحاول الإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية:

فيما تتمثل مختلف التحفيزات الجبائية المقدمة للمؤسسات الناشئة؟

وبهدف تسهيل الدراسة وتحويل الإشكالية إلى ترجمة واقعية تعكس ما ورد ذكره، فقد تم طرح التساؤلات التالية:

- ماذا يقصد بالمؤسسات الناشئة؟

- ماذا يقصد بالتحفيزات الجبائية؟

- ما هي التحفيزات الجبائية الموجهة لفائدة دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

فرضيات الدراسة: إستناداً إلى مشكلة الدراسة وللإجابة على أسئلتها فقد تم صياغة الفرضيات الرئيسية التالية:

- تعتبر المؤسسات الناشئة نوع من المؤسسات الاقتصادية التي تنشأ من فكرة إبداعية مقاولاتية؛

- تعتبر التحفيزات الجبائية كأحد آليات دعم المؤسسات الناشئة ضمن المرافقة المقاولاتية؛

- قدمت الدولة الجزائرية جملة من التحفيزات الجبائية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال إصدار ترسانة من القوانين والأوامر والمراسيم التي تنص على ذلك؛
أهمية الدراسة: تتبلور أهمية هذه الدراسة من المكانة التي يحتلها مفهوم التحفيزات الجبائية بالنسبة للمؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد السوق، وما نتج عنه من نمو مطرد وسريع للمؤسسات الناشئة في مختلف قطاعات الأعمال، وذلك في تحسين أدائها بصفة خاصة، وفي تحقيق نمو الاقتصاد الوطني في إطار أهداف سياستها الاقتصادية.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعريف بمفهوم المؤسسات الناشئة؛
- التعريف بمفهوم التحفيزات الجبائية؛
- التعرف على أهم التحفيزات الجبائية التي قدمتها الدولة لفائدة قطاع المؤسسات الناشئة؛
- الخروج بنتائج وتوصيات مقترحة تساعد على تشجيع استحداث ونمو المؤسسات الناشئة من خلال التحفيزات الجبائية.

منهج الدراسة: من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة في الدراسة والأسئلة الفردية اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، ويعتبر هذا المنهج مناسباً لأنه يقوم بوصف الظاهرة المدروسة والمتمثلة في: التحفيزات الجبائية ودورها في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، وتحليل بياناتها وتفسيرها.

الدراسات السابقة: فيما يلي أهم الدراسات التي تناولت التحفيزات الجبائية والمؤسسات الناشئة:

- دراسة SZAREK Joanna و PIECUCH Jakub (2018) بعنوان: دور المؤسسات الناشئة في بناء إقتصاديات مبتكرة، كان الغرض من هذه الدراسة هو التعرف على تأثير المؤسسات الناشئة في إنشاء اقتصادات مبتكرة، ومن أهم نتائج هذه الدراسة أن المؤسسات الناشئة تعمل على تحسين حالة الاقتصاد الوطني وحالة المجتمع لخلق الفرص، ولكن بشكل أساسي للنمو. فهي تخلق فرص عمل وتزيد الدخل للمواطنين وتساهم في النمو الاقتصادي.

- دراسة ENJOLRAS Geoffroy و TARILLON Caroline (2019) بعنوان: تصنيف الشركات الناشئة: التعريف والتحديات والقياس، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي أن المؤسسات الناشئة تمثل إمكانات كبيرة للاقتصاد، سواء من حيث خلق فرص العمل ودعم النمو الاقتصادي، ومع ذلك فهي تعاني من عدم تجانس قوي في النمو يرتبط غالباً بصعوبات في الحصول على التمويل، تتبع الأسباب من نقص كبير في المعلومات الناشئة ولكن أيضاً من تعقيد تقييم إمكاناتها التنموية، لذلك فإن طمانة الممولين المحتملين شرط أساسي لتعزيز نمو الشركات الناشئة، يبدو أن تصنيف هذه الشركات يلبي هذه الحاجة بشرط أن تتكيف

النماذج التقليدية للتصنيف المالي والإضافي مع الخصائص المحددة للشركات الناشئة، كما أن هناك حاجة إلى نقلة نوعية لعرض التصنيف في المقام الأول على أنه وسيلة لتقييم إمكانات الشركات الناشئة، نحن نود أن نشير إلى أن العديد من القضايا مهمة اليوم لتطوير سوق تصنيف الشركات الناشئة: إنشاء معيار ونموذج مكافآت، الشفافية، ولا سيما فيما يتعلق بالمنهجية المستخدمة، وتحديد اللاعبين المعنيين بشكل مباشر، وبناء السمعة وكالات التصنيف. أخيراً، كما قدم الباحث نموذج تصنيف هجيناً للشركات الناشئة.

- دراسة فوزي لوالبية، ومسعودي محمد (2020) بعنوان: أثر التحفيزات الجبائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الحصيلة الجبائية في الجزائر -دراسة قياسية-، هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر سياسة التحفيزات الجبائية في تنمية إيرادات الخزينة العمومية من خلال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وقد استخدم الباحثان لهذا الغرض المنهج الوصفي التحليلي، ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة هو وجود علاقة توازنية طويلة المدى بين الحصيلة الجبائية والتحفيزات الجبائية، التحفيزات الجبائية تؤثر على الحصيلة الجبائية عند مستوى مغنوية 5%.

التعليق على الدراسات السابقة وما تضيفه الدراسة الحالية:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يظهر مستوى الاهتمام بالتحفيزات الجبائية والمؤسسات الناشئة، وبالرغم من هذا الاهتمام بالمؤسسات الناشئة تبقى الدراسات الميدانية المحلية محدودة، كما تبين من خلال مراجعة الدراسات السابقة أن بعض الباحثين استخدم في دراسته التحفيزات الجبائية كمتغير مستقل يؤثر على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما أن البعض الآخر استخدم المؤسسات الناشئة كمتغير تابع يتأثر بمتغيرات أخرى، ولكن الدراسة الحالية ربطت بين التحفيزات الجبائية والمؤسسات الناشئة.

2. مدخل عام للمؤسسات الناشئة Start-up

1.2. تعريف المؤسسات الناشئة Start-up

تعرف المؤسسة الناشئة "Start-up" اصطلاحاً حسب القاموس الانجليزي، على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة Start-up تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و "up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي، وبدأ استخدام المصطلح بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك بعد ظهور شركات رأس مال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك، وأيامنا الحالية يوجد المصطلح ويعرفه القاموس الفرنسي على أنها "المؤسسات الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة" (بو الشعير، 2018، صفحة 420).

وعرفها المشروع الجزائري وفق المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 27 محرم 1442هـ الموافق 15 سبتمبر 2020م والمتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر وحاضنة أعمال، وتحديد مهامها وتشكيل سيرها: تعتبر مؤسسة ناشئة كل مؤسسة خاضعة للقانون الجزائري، وتحترم المعايير التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2020، صفحة 11)

- أن لا يتجاوز عمر المؤسسة ثماني 08 سنوات؛
- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على سلع أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة؛
- يجب أن لا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية؛
- أن يكون رأس مال المؤسسة مملوكة بنسبة 50% على الأقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة؛
- يجب أن لا يتجاوز عدد العمال 250 عامل.

وحسب المادة 14 من نفس المرسوم التنفيذي تمنح علامة مؤسسة ناشئة للمؤسسة لمدة أربع 04 سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2020، صفحة 11).

2.2. مميزات المؤسسات الناشئة

تتميز المؤسسات الناشئة بالمميزات التالية: (قسوري، 2020، الصفحات 19-20)

مؤسسات حديثة العهد: تتميز بكونها مؤسسات شابة يافعة وأمامها خياران إما التطور والتحول إلى مؤسسات ناجحة أو إغلاق أبوابها وإعلان الخسارة.

مؤسسات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد: إحدى السمات المميزة للشركة الناشئة هي قدرتها على النمو بسرعة وتوليد الإيرادات بشكل أسرع بكثير من تكاليف التشغيل. بعبارة أخرى، قمنا بزيادة الإنتاج والمبيعات دون زيادة التكاليف، مما أدى إلى زيادة مذهلة في هوامش الربح هذا يعني أنه مجرد أن الشركة الناشئة صغيرة لايعني أنها مربحة بالضرورة، إنها مؤسسة يمكنها تحقيقا لكثير من الأرباح.

مؤسسات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها: تتميز بأنها مؤسسة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة وإشباع لحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية، كما يعتمد مؤسسي المؤسسات الناشئة على التكنولوجيا للنمو والتقدم والعثور على التمويل من خلال المنصات عبر الانترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

مؤسسات تتطلب تكاليف منخفضة: تعتبر مؤسسة تتطلب تكاليف صغيرة جدا بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء ومن أمثلة ذلك شركة أمازون، جوجل، مايكروسوفت، فايس بوك...إلخ.

3.2. دورة حياة المؤسسة الناشئة

تمر المؤسسات الناشئة بستة 06 مراحل خلال دورة حياتها والتي تتمثل فيما يلي: (DJELTI & CHOUAM, 2016, pp. 44-45)

المرحلة الأولى (الإبداع): الانطلاق، بشكل عام، من فكرة تسمح بتلبية شريحة من الزبائن المستهدفين، وهذا هو سبب إنشاء المؤسسة الناشئة.

المرحلة الثانية (الانطلاق): هي نقطة البداية. تتميز هذه الخطوة بوجود نقطة سوداء لأن معدل الفشل مرتفع للغاية، حيث بلغ معدل وفيات المؤسسات الصغيرة 70% في أو عامين و90% في السنوات الخمس الأولى، في هذه المرحلة تلجأ معظم الشركات الناشئة إلى التمويل الذاتي على أساس الأسهم، ومساعدة الأسرة والأصدقاء والزملاء، وأحيانا إلى المستثمرين من القطاع الخاص مع غياب البنك عن التمويل رأس المال الأساسي (رأس المال الأولي) ضروري في هذه المرحلة الحرجة من بدء التشغيل.

المرحلة الثالثة (النمو): في هذه المرحلة توسع المؤسسة الناشئة أنشطتها، المنتجات والخدمات أفقيا وعموديا للحصول على مكانة جيدة في السوق، المؤسسات الناشئة لديها طموح نحو توسع كبير، حيث الإبداع والابتكار هما محركا التغيير الإيجابي في بيئة تنافسية، في هذه المرحلة، لا تمتلك المؤسسات الناشئة القدرة المالية اللازمة على الرغم من حقيقة أن المخاطر هنا توصف بأنها أقل. لا يزال تمويل رأس المال هو الوسيلة المفضلة في مرحلة النمو على الرغم من اللجوء إلى التمويل التقليدي.

المرحلة الرابعة (النضج): خلال مسارها، هناك مؤسسات ناشئة تجد نفسها في حالة تشبع بالسوق، حيث يتعين عليها البحث عن حلول ممكنة لتعزيز الطلب باللجوء إلى التمايز والابتكار المتزايد في كل الأنشطة، في هذه المرحلة، تميل المخاطر إلى الانخفاض المؤسسات الناشئة لديها القدرة على الاقتراض من البنوك التقليدية. في هذه المرحلة، يمثل تمويل المشاريع برأس مال المخاطرة جزءا مهما في تنمية المؤسسة الناشئة.

المرحلة الخامسة (التدهور): وهي مرحلة الشيخوخة حيث تجد الشركة نفسها واجهت عدة قضايا منها موضوع الميراث، نقل الملكية وتوزيع الثروة.

المرحلة السادسة (إعادة إطلاق أو إستراتيجية التغيير): هذه هي المرحلة الأكثر أهمية في حياة المؤسسة الناشئة، على مالكي المؤسسة الناشئة تبني إستراتيجية تحافظ على مؤسستهم قائمة،

والمتمثلة في الابتكار. يجب أن تتم إعادة الإطلاق، على سبيل المثال، عن طريق تحسين نموذج المنتج بشكل كبير.

3. التحفيزات الجبائية

1.3.1. تعريف التحفيزات الجبائية

عرفت التحفيزات الجبائية على أنها: "تدابير أو إجراءات معينة يتخذها المشروع وفقا لسياسة ضريبية معينة بقصد منح مزايا واعتمادات ضريبية لتحقيق أهداف معينة" (العزاوي، 2014، صفحة 128).

كما عرفت على أنها: "إجراء غير إجباري يدخل ضمن السياسة الاقتصادية ويخصص لطائفة اقتصادية محددة لجذبها ودفعها لاتخاذ سلوك معين للاستثمار في المناطق والميادين التي لم يستثمروا فيها من قبل لقاء استفادتهم من مزايا معينة" (عيسى و بوزيان، 2019، صفحة 130).

2.3. خصائص التحفيز الجبائي

تتميز التحفيزات الجبائية بالخصائص التالية: (بوقفة، وآخرون، 2018، صفحة 201) إجراء اختياري: حيث يترك للمؤسسات والأعوان الاقتصاديين حرية الاختيار بين الخضوع أو عدم الخضوع للشروط والمقاييس المحددة من قبل الدولة وهذا مقابل الاستفادة من هذه الحوافز. إجراء هادف: إن هدف أي دولة من خلال منح هذا التحفيز الضريبي للأعوان الاقتصاديين والمستثمرين يكون في إطار سياسة اقتصادية لتنمية وتطوير وإنعاش مناطق معزولة أو قطاعات محددة لأهميتها في مخطط التنمية.

إجراء له مقاييس: باعتبار التحفيز موجه إلى فئة معينة من المكلفين بالضريبة والتي عليه احترام بعض المقاييس التي يحددها المشرع كتحديد نوعية النشاط مكان إقامته الإطار القانوني والتنظيمي للمستفيد ويعتبر شرط ضروري للاستفادة من التحفيزات.

وجود الثنائية (فائدة-مقابل): إن الأعوان الاقتصاديين يحصلون على التحفيز الجبائي من طرف الدولة وذلك مقابل توجههم إلى الاستثمار في القطاعات الاقتصادية التي تتماشى مع الأهداف التنموية المسطرة من طرف الدولة.

الوسيلة: أي الوسيلة التي تستخدمها سياسة التحفيز الجبائي لتشجيع وتوجيه المستثمرين، حيث تكون في شكل تسهيلات وتحفيزات جبائية مختلفة، وتكون وفق معايير وشروط محددة ضمن برامج التحفيز الجبائي، قد تكون على شكل دعم مالي مباشر وتسهيلات في منح قروض ومساعدات مالية، أو في شكل امتيازات جبائية وهي الأكثر استعمالا، وتعرف بالتحفيزات

الجبائية حيث تخفض في معدل الضرائب للمبلغ الخاضع للضريبة أو الإلتزامات الجبائية التي تمنح له إذا اتخذ بعض الإجراءات.

3.3. أهداف التحفيز الجبائية

تهدف التحفيز الجبائية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف: (لموشي، 2018، صفحة 06)

- زيادة تنافسية المؤسسات المحلية في الأسواق الخارجية؛
- تحقيق توازن الاستثمارات في جميع القطاعات؛
- توفير مناخ ملائم ومشجع لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
- تحقيق العبء الضريبي حتى تتمكن المؤسسات الاقتصادية من القدرة على التمويل الذاتي وتراكم رؤوس الأموال لديها؛
- تدعيم الهيكل الإنتاجي وتحسين الإنتاجية من خلال زيادة مردودية عوامل الإنتاج، وبالتالي تخفيض تكلفة الاستثمار مما يمنح فرصة لمنافسة المنتجات الأجنبية والعمل على تشجيع الصادرات خارج المحروقات؛
- توسيع إطار التشغيل من خلال توفير موارد تسمح للأعوان الاقتصاديين بإعادة استثمارها في شكل فروع إنتاجية أخرى أو إنشاء مؤسسات جديدة.

4.3. أدوات التحفيز الجبائي

تقوم الدولة بالتحفيز الجبائي للمؤسسات الناشئة من خلال مجموعة من الأدوات: (بوقفة، وآخرون، 2018، الصفحات 211-212)

الإعفاء الضريبي: تعتبر الإعفاءات الضريبية من أهم أدوات الحوافز المالية. وذلك لأن سياسات الحوافز المالية تعتمد عليها لتحقيق أهداف مختلفة نظراً لخصائصها المتفوقة على الأدوات الأخرى. يعتبر حافزاً ضريبياً مهماً للاستثمارات لأنه يقلل من المخاطر التي يتحملها المستثمرون على الاستثمارات الجديدة وله تأثير إيجابي على هيكل التمويل. بسبب اختلاف الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية لكل بلد، يختلف النظام الضريبي من نظام ضريبي إلى نظام ضريبي.

الفراغ الضريبي: تعتبر الإعفاءات الضريبية من أهم أدوات الحوافز المالية. وذلك لأن سياسة الحوافز النقدية تعتمد عليها لتحقيق أهداف مختلفة بسبب خصائصها المتفوقة على الأدوات الأخرى. يُنظر إلى هذا على أنه حافز ضريبي مهم للاستثمارات لأنه يقلل من المخاطر على المستثمرين عند القيام باستثمارات جديدة وله تأثير إيجابي على هيكل التمويل. بسبب اختلاف الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في كل بلد، يختلف النظام الضريبي من نظام ضريبي إلى نظام ضريبي.

نظام الإهلاك: نمط الإهلاك المستخدم له تأثير كبير على قرارات الاستثمار في القطاع الخاص ، ولهذا تستخدمه المشاريع الضريبية كحافز لتحقيق العديد من الآثار الإيجابية من خلاله ، حيث وجدت أنه يستخدم كأداة لتشجيع الاستثمار الخاص وتوجيهه في اتجاه الأنشطة الاستثمارية المرغوبة التي تحقق المزيد من الفعالية في مسار التنمية الاقتصادية. كما أن هناك أدوات أخرى للتحفيز الجبائي أهمها (المعاملة الضريبية للخسائر، إعانات الاستثمار، التخفيضات الضريبية).

4. أهم التشريعات الجبائية في الجزائر لدعم المؤسسات الناشئة

تتمثل أهم النصوص القانونية الجبائية المتعلقة بدعم المؤسسات الناشئة فيما يلي:

1.1.4. قانون تطوير الاستثمار

فحسب المادة 09 من الأمر 03-01 الصادر في تاريخ 03 جمادى الثانية 1422 الموافق 22 أوت 2001 والمتضمن تطوير الاستثمار، تستفيد الاستثمارات في مرحلة الإنجاز من الامتيازات التالية (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2001، الصفحات 05-06): يضم هذا الأمر كل من النظام العام النظام الاستثنائي:

النظام العام: زيادة على الحوافز الضريبية والشبه ضريبية والجمركية المنصوص عليها في القانون العام، يمكن أن تستفيد الاستثمارات المنصوص عليها من الامتيازات كما تم تعديلها بموجب الأمر رقم 06-08 المؤرخ في 15 جويلية في مادته رقم 07 الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2001، الصفحات 05-06)

✓ **مرحلة الانجاز:** تستفيد الاستثمارات في أجل يتفق عليه مسبقا عند اتخاذ قرار منح المزايا، وهذا المزايا بعنوان الانجاز هي كالاتي:

- الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع غير المستثناة والمستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات غير المستثناة والمستوردة أو المقتناة محليا والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء من دفع رسم نقل الملكية بعوض عن المقتنيات العقارية التي تمت في إطار الاستثمار المعني.

✓ **مرحلة الاستغلال:** تستفيد عند الاستغلال الاستثمارات في إطار النظام العام ولمدة ثلاث 03 سنوات، وبعد معاينة المشروع في النشاط الذي تقوم به المصالح الجبائية بطلب من المستفيد تستفيد من المزايا التالية:

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؛

- الإعفاء من الضريبة على النشاط المهني.

النظام الاستثنائي: فحسب المادة 10 من الأمر 01-03 الصادرة في تاريخ 03 جمادى الثانية 1422 الموافق 22 أوت 2001 والمتضمن تطوير الاستثمار، تستفيد الاستثمارات في مرحلة الإنجاز من الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2001، صفحة 06)

- الاستثمارات التي تنجز في المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة؛
- استثمار مهم بشكل خاص للاقتصاد الوطني، خاصة عند استخدام تقنيات خاصة تحمي البيئة وتحافظ على الموارد الطبيعية وتوفر الطاقة، والمجلس الوطني للاستثمار هو الذي يحدد هذه المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة وكذلك الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني.

بالنسبة للاستثمارات المتعلقة بالأنشطة المنفذة في مجالات التنمية غير المستثناة من المزايا والتي تتطلب مساهمات خاصة من الدولة فتستفيد من المزايا التالية:

✓ **مرحلة إنجاز الاستثمار:** فحسب المادة 11 الفقرة 01 من الأمر 01-03 الصادرة في تاريخ 03 جمادى الثانية 1422 الموافق 22 أوت 2001 والمتضمن تطوير الاستثمار، تستفيد الاستثمارات في مرحلة الإنجاز من الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2001، صفحة 06)

- الإعفاء من دفع حقوق الملكية فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار؛

- تنفيذ حق التسجيل بضريبة منخفضة بنسبة 0.2% لاتفاقيات تأسيس الشركات وزيادة رأس المال؛

- الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة على السلع والخدمات غير الخاضعة للضريبة المدرجة في تحقيق الاستثمار؛

- الإعفاء من الرسوم الجمركية على البضائع المستوردة غير المعفاة من الزاوية والمشمولة بتحقيق الاستثمار.

✓ **مرحلة مباشرة الاستغلال:** فحسب المادة 11 الفقرة 02 من الأمر 01-03 الصادرة في تاريخ 03 جمادى الثانية 1422 الموافق 22 أوت 2001 والمتضمن تطوير الاستثمار، بعد معاينة مباشرة الاستغلال، والتي يتم إعدادها من طرف المصالح الجبائية بطلب من المستثمر يستفيد من المزايا التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2001، صفحة 06)

- إعفاء من الضريبة على أرباح الشركات والضريبة على النشاط المهني لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي.

- الإعفاء من الرسوم العقارية للعقارات المشمولة بالإطار الاستثماري لمدة 10 سنوات من تاريخ الاستحواذ؛
- إعطاء مزايا إضافية تعمل على تحسين و / أو تشجيع الاستثمار، مثل العجز أو فترة الاستهلاك المؤجل.

الأمر رقم 06-08 المؤرخ في 19 جمادى الثاني 1427 الموافق لـ 15 جويلية 2006 والمتعلق بترقية الاستثمار:

إن الأمر رقم 06-08 المؤرخ في 19 جمادى الثاني 1427 الموافق لـ 15 جويلية 2006 المعدل والمتمم لقانون الاستثمار رقم 01-03 الأمر رقم 01-03 المؤرخ في أول جمادى الثانية 1422 الموافق لـ: 20 أوت 2001 المتعلق ببعض الأحكام والتي نص عليها قانون الاستثمار رقم 01-03 من الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2006، صفحة 18) ✓

- الإعفاء من الحقوق الجمركية على السلع والخدمات غير المعفاة والمستوردة التي تدخل مباشرة في تحقيق الاستثمار؛
- الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة على السلع المستوردة غير المعفاة أو السلع والخدمات التي يتم الحصول عليها محليًا والتي تدخل مباشرة في تحقيق الاستثمار؛
- الإعفاء من دفع حق الملكية عن كل المقتنيات العقارية التي تمت في إطار استثمار المعني.

✓ **مرحلة الاستغلال:** بعد معاينة المشروع في النشاط التي تعده المصالح الضريبية بطلب من المستثمر يستفيد ولمدة 03 سنوات من الامتيازات التالية:

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؛
- الإعفاء من الضريبة على النشاط المهني.

فيما يتعلق بالاستثمارات المهمة للاقتصاد الوطني ، وفقًا للمادة 12 من المرسوم 06-08 المؤرخ 23 يوليو 1427 ، الموافق لجمادى الثاني بتاريخ 19 يوليو 2006 ، سيتم الحصول على فوائد من خلال المفاوضات ، بما في ذلك تشجيع الاستثمارات. والمؤسسات التي تعمل نيابة عن الدولة تحت إشراف وزير تشجيع الاستثمار (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2006، صفحة 19)، يتم تحديد الاستثمارات ذات الأهمية للاقتصاد الوطني وفق المعايير التي يحددها التقييم ، بعد الرأي المقابل للمجلس القومي للاستثمار، وتخضع هذه الاستثمارات وفق الأحكام لجميع المزايا التالية على مرحلتين : الانجاز والاستغلال او الاستفادة من البعض، وذلك حسب المادة 12 مكرر من الأمر 06-08 الصادر في 23 جمادى الثانية 1427 يتوافق مع 19 يوليو

2006 ويحتوي على ترويج الاستثمار: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2006، صفحة 19)

✓ **مرحلة إنجاز الاستثمارات:** ولمدة أقصاها 05 سنوات ما يلي:

- الإعفاء و/أو تخفيض الحقوق والرسوم والضرائب وغيرها من الاقتطاعات الأخرى ذات الطابع الجبائي المطبقة على الاقتناءات سواء عن طريق الاستيراد أو من السوق المحلية، للسلع والخدمات الضرورية لإنجاز الاستثمار؛
 - الإعفاء من حقوق التسجيل المتعلقة بنقل الملكيات العقارية المخصصة للإنتاج وكذا الإشهار القانوني الذي يجب أن يطبق عليها؛
 - الإعفاء من حقوق التسجيل لاتفاقيات تأسيس الشركات وزيادة رأس المال.
 - الإعفاء من الرسم العقاري فيما يخص الملكيات العقارية المخصصة للإنتاج.
- ✓ **مرحلة الإستغلال:** يتمتع الاستثمار ذو الأهمية الاقتصادية لمدة تصل إلى 10 سنوات من تاريخ التفتيش على بدء الإنجاز الذي أعدته السلطات الضريبية بناءً على طلب المستثمر بالمزايا التالية:

الإعفاء الضريبي على أرباح الشركات والإعفاء الضريبي على الأنشطة المهنية.

2.4. مزايا مشتركة للاستثمارات المؤهلة

المستوى الأول: مزايا مشتركة للاستثمارات المؤهلة:

المشاريع المنجزة في الشمال: فحسب المادة 12 من القانون 16-09 الصادرة في تاريخ 29 شوال عام 1437 الموافق 03 أوت سنة 2016 والمتضمن ترقية الاستثمار، تستفيد الاستثمارات المنجزة في الشمال في مرحلتي الإنجاز والاستغلال من الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2016، الصفحات 19-20)

✓ **مرحلة الإنجاز:**

- الإعفاء من الحقوق الجمركية للسلع المستوردة التي تدخل مباشرة في تحقيق الاستثمار.
- الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة على السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محلياً والتي تدخل مباشرة في تحقيق الاستثمار؛
- الحق في نقل الملكية بالمقابل والإعفاء من دفع رسوم الإعلان العقاري لجميع عمليات الاستحواذ على العقارات التي تتم في إطار الاستثمار ذي الصلة؛

- مقدار الممتلكات المملوكة للدولة، بما في ذلك الامتيازات على العقارات القائمة وغير المكتملة لغرض تنفيذ مشاريع استثمارية، وحق تسجيل الإعلانات العقارية، والإعفاء من الرسوم. تنطبق هذه المزايا على الحد الأدنى لمدة الامتيازات الممنوحة؛
- تخفيض بنسبة 90% من مبلغ إتاوة الإيجار السنوي الذي تحدده حقوق ملكية الدولة خلال فترة إتمام الاستثمار؛
- الإعفاء من الرسوم العقارية للعقارات المشمولة بالإطار الاستثماري لمدة 10 سنوات من تاريخ الاستحواذ؛
- الإعفاء من حقوق التسجيل لعقود تأسيس الشركات وزيادة رأس المال.

✓ مرحلة الاستغلال:

- لمدة ثلاث 03 سنوات بالنسبة للاستثمارات المحدثه حتى مائة 100 منصب شغل ابتداء من بدء النشاط وبعد معاينة الشروع في النشاط الذي تعده المصالح الجبائية بطلب من المستثمر:
- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؛
 - الإعفاء من الرسم على النشاط المهني؛
 - تخفيض بنسبة 50% في مبالغ إتاوة الإيجار السنوية على النحو الذي تحدده سلطات ممتلكات الدولة.

الاستثمارات المنجزة في الجنوب والهضاب العليا، والمناطق التي تستدعي تنميتها مساهمة خاصة من قبل الدولة: فحسب المادة 13 من القانون 16-09 الصادرة في تاريخ 29 شوال عام 1437 الموافق 03 أوت سنة 2016 والمتضمن ترقية الاستثمار، تستفيد الاستثمارات المنجزة في الجنوب والهضاب العليا في مرحلتي الإنجاز والاستغلال من الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2016، صفحة 20)

✓ مرحلة الانجاز:

- الإعفاء من الحقوق الجمركية على البضائع المستوردة غير المعفاة من المنافع والتي تدخل مباشرة في تحقيق الاستثمار؛
- الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة على السلع والخدمات غير المعفاة من الأرباح والتي تشارك بشكل مباشر في تحقيق الاستثمار؛
- الحق في نقل الملكية والإعفاء من دفع رسوم الإعلان العقاري مقابل جميع عمليات الاستحواذ على العقارات التي تتم في إطار الاستثمار ذي الصلة؛

- الإعفاء من مبلغ أملاك الدولة بما في ذلك حقوق التسجيل ورسوم الإعلان العقاري وحقوق الامتياز على العقارات الممنوحة والمشيدة لغرض تنفيذ المشاريع الاستثمارية. تنطبق هذه المزايا على حد أدنى من شروط الامتياز؛
 - الإعفاء من الرسوم العقارية للعقارات المشمولة بالإطار الاستثماري لمدة 10 سنوات من تاريخ الاستحواذ؛
 - الإعفاء من حقوق التسجيل المتعلقة باتفاقيات تأسيس الشركات وزيادة رأس المال؛
 - تعويض كلي أو جزئي حسب حالة تكاليف العمل المتعلقة بالأجهزة الأساسية اللازمة لتحقيق الاستثمار بعد تقييم المؤسسة؛
 - التخفيض من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة، بعنوان منح الأراضي عن طريق الامتياز من أجل إنجاز مشاريع استثمارية:
 - دينار رمزي للمتر المربع لمدة 10 سنوات يرتفع بعدها إلى 50% من عائدات الأملاك المملوكة للدولة للمشاريع الاستثمارية المقامة في مناطق تابعة لغاوتشيو ومناطق أخرى. يتطلب تطويرها مساهمة خاصة من قبل الدولة؛
 - الدينار الرمزي للمتر المربع لمدة 15 سنة ، ثم يرتفع إلى 50% من عائدات أملاك الدولة للمشاريع الاستثمارية المقامة في ولايات الجنوب الكبير.
- ✓ مرحلة الاستغلال لمدة عشر 10 سنوات:

- إعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؛
- إعفاء من الرسم على النشاط المهني؛
- تخفيض بنسبة 50% في مبلغ إتاوات الإيجار السنوية التي تحددها سلطات الأملاك الحكومية.

مزايا إضافية لفائدة الأنشطة المتميزة و/أو التي تخلق فرص عمل: فحسب المواد 15، 16 من القانون 09-16 الصادرة في تاريخ 29 شوال عام 1437 الموافق 03 أوت سنة 2016 والمتضمن ترقية الاستثمار، تستفيد الاستثمارات ذات الأنشطة المتميزة و/أو التي تخلق فرص عمل من الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2016، الصفحات 20-21) يتعلق هذا، أولاً وقبل كل شيء، بالحوافز المالية والمالية الخاصة التي تحددها اللوائح المعمول بها لصالح السياحة والصناعة والأنشطة الزراعية. لا يمكن الجمع بين هذه الفوائد والمزايا المنصوص عليها في تشريعات تشجيع الاستثمار، وفي هذه الحالة يتم تطبيق أكثر التدابير التحفيزية الواعدة.

أما النوع الثاني من المزايا الإضافية، فهو يخص المشاريع التي تخلق أكثر من 100 منصب شغل دائم، والمنجزة في المناطق التي تستدعي التنمية، وتستفيد هذه المشاريع من مدة إعفاء جبائي يقدر بـ 5 سنوات على مرحلة الإستغلال.

المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني: فحسب المواد 17، 18، 19 من القانون 09-16 الصادر في تاريخ 29 شوال عام 1437 الموافق 03 أوت سنة 2016 والمتضمن ترقية الاستثمار، تستفيد الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني في مرحلتها الإنجاز والاستغلال من الامتيازات التالية: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2016، صفحة 21)

✓ مرحلة الإنجاز:

- كل المزايا المشتركة المتعلقة بفترة الإنجاز؛
- منح إعفاء أو تخفيض، طبقا للتشريع المعمول به، للحقوق الجمركية والجبائية والرسوم وغيرها من الاقتطاعات الأخرى ذات الطابع الجبائي والإعانات أو المساعدات أو الدعم المالي، وكذا كل التسهيلات التي قد تمنح؛
- إمكانية تحويل مزايا الإنجاز، بعد موافقة المجلس الوطني للاستثمار، محل تحويل للمتعاقد مع المستثمر المستفيد، والمكلف بإنجاز الاستثمار لحساب هذا الأخير.

✓ مرحلة الاستغلال:

- تمديد مدة مزايا الاستغلال لفترة يمكن أن تصل إلى عشر 10 سنوات؛
- تستفيد من نظام الشراء بالإعفاء من الرسوم، المواد والمكونات التي تدخل في إنتاج السلع المستفيدة من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة.

5. النتائج ومناقشتها

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التحفيزات الجبائية في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، وللوصول إلى استنتاجات الدراسة تولد عن الدراسة جملة من التساؤلات ومجموعة من الفرضيات تعلقت بطبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة كإجابات محتملة للتساؤلات، وكانت النتائج كما يلي:

- المؤسسات الناشئة Startup هي مؤسسات حديثة النشأة، والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعية وأمامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بسرعة؛
- تتميز المؤسسات الناشئة بمجموعة من المميزات، والمتمثلة في مؤسسات حديثة العهد، مؤسسات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد، مؤسسات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها؛

- تمر المؤسسات الناشئة بستة 06 مراحل خلال حياتها والتي تتمثل في الإبداع، الانطلاق، النمو، النضج، التدهور، إعادة الإطلاق أو إستراتيجية التغيير؛
- قدمت الدولة جملة من التحفيزات الجبائية من خلال إصدار مجموعة من القوانين التي تنص على ذلك من بينها: الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 03 جويلية 2001 الموافق لـ: 03 جمادى الثانية 1422 المتضمن تطوير الاستثمار، الأمر رقم 06-08 المؤرخ في 19 جمادى الثاني 1427 الموافق لـ 15 جويلية 2006 والمتعلق بترقية الاستثمار، القانون رقم 16-09 الصادر في تاريخ 29 شوال عام 1437 الموافق 03 أوت سنة 2016 والمتعلق بترقية الاستثمار، وهذا ومن أجل تطوير هذا القطاع.

6. الخاتمة

تعتمد الدول على الحوافز الضريبية لدعم المؤسسات الناشئة بهدف تحقيق استدامة هذه المؤسسات ودمجها في الهيكل الاقتصادي وجعل هذه المؤسسات تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية وهي من الأدوات المهمة لتحقيق التنمية الاقتصادية. في ضوء الاستنتاجات أعلاه يمكن طرح بعض التوصيات على النحو التالي:

- ضرورة إعادة النظر في سياسة الدعم من خلال حجم النفقات المخصصة، القطاعات المستهدفة، وتفعيل عمليات المرافقة والمتابعة بعد الإنشاء؛
- إعادة النظر في سياسة التحفيزات الجبائية الممنوحة لأصحاب المؤسسات الناشئة، خاصة في بداية نشاطها، لأنه عادة ما يتم تحقيق أرباح ضئيلة أو خسائر كبيرة، الأمر الذي يجعل الإعفاء الضريبي في هذا المرحلة غير مجد طالما أن تحقيق الخسائر لا يتم دفع عليها أي ضرائب في الأصل؛
- ينبغي أن يصاحب سياسة التحفيز الجبائي رقابة شديدة حتى تتمكن من تحقيق أهدافها، وإلا فإنها ستصبح استنزافا جديدا لموارد الدولة مع تشديد العقوبات الردعية ضد المكلفين المتحايلين الذين يستفيدون من الامتيازات دون احترام الشروط التي على أساسها منحت تلك الامتيازات؛
- ضرورة قيام الدولة بسياسة اتصالية واضحة لیتسنی لعامة الشباب من طلبة وخريجي مراكز التكوين المهني للتعرف على مخلف التسهيلات والمزايا التي تمنحها لأصحاب المشاريع؛
- ضرورة توفير بيئة قانونية مشجعة وإزالة كافة الحواجز والعراقيل الإدارية لدعم أصحاب المشاريع الذين يعملون على إنشاء وتطوير مؤسساتهم؛

- ضرورة تدخل الدولة لحماية منتجاتها المحلية من المنافسة غير المتكافئة والمتأنتية من القطاع غير الرسمي ومن خلال أيضا الواردات؛
- لا بد على أصحاب القرار الاستفادة من ايجابيات التجارب الدولية لإنشاء المؤسسات لدعم المشاريع التي يتم إنشائها.
- ونظرا لأهمية موضوع المؤسسات الناشئة، التزام الباحث بالحدود الموضوعية لهذه الدراسة، يمكن اقتراح بعض المواضيع المهمة التي تستحق البحث فيها:
- دور المرافقة المقاولاتية في ترقية قطاع المؤسسات الناشئة؛
- دور التعليم المقاولاتي في خلق المؤسسات الناشئة؛
- دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية الاقتصادية؛
- تأثير أزمة Covid-19 على أداء المؤسسات الناشئة؛
- إشكالية استدامة المؤسسات الناشئة وآليات معالجتها؛
- دور التسويق المقاولاتي في استدامة المزايا التنافسية للمؤسسات الناشئة؛
- دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسات الناشئة.

المراجع

- DJELTI, M., & CHOUAM, B. (2016). Etat des lieux des incubateurs en Algérie Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran. *Revue algérienne d'économie et gestion. Faculté des sciences économiques commerciales et des sciences de gestion , Volume 09 (Numéro 01).*
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (15 سبتمبر, 2020). المتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر وحاضنة أعمال، وتحديد مهامها وتشكيل سيرها. المرسوم التشريعي رقم 20-254.
- الأمر رقم 01-03 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (2001). المتضمن تطوير الاستثمار. *المواد: 09، 10، 11 .*
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (2006). المتضمن ترقية الاستثمار. *المواد: 07، 11، 12، 12 مكرر ، العدد 47. الأمر رقم 06-08.*
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (2016). المتضمن ترقية الاستثمار. *المواد: 12، 13، 15، 16، 17، 18، 19 ، العدد 46. الأمر رقم 16-09.*
- إنصاف قسوري. (2020). حاضنات الأعمال التكنولوجية ودورها في دعم الإبداع والإبتكار بالمؤسسة الناشئة الجزائرية. *مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال ، المجلد 19 (العدد 01).*
- زاهية لموشي. (2018). الامتيازات الجبائية كمدخل لتحقيق التنوع الإنتاجي بالجزائر. *المجلة العلمية لجامعة الجزائر 03 ، المجلد 06 (العدد 11).*

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

سماعين عيسى، و كريم بوزيان. (2019). دور التحفيزات الجبائية في تشجيع الاستثمار السياحي في الجزائر (دراسة حالة فندق لافالي بالشلف). مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، المجلد 08 (العدد 03).

شريفة بو الشعير. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups (دراسة حالة الجزائر). مجلة البشائر الاقتصادية ، المجلد 04 (العدد 02).

عبد الحق بوقفة، وآخرون. (2018). أثر التحفيز الجبائي على تحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر (دراسة ميدانية). المجلة العالمية للإقتصاد والأعمال ، المجلد 04 (العدد 02).

كريم عبيس حسان العزاوي. (2014). الحوافز الضريبية ودورها في نمو القطاع الصناعي الخاص في العراق. مجلة كلية الإدارة والاقتصاد (العدد 12).

شركات رأس المال المخاطر، وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة في الجزائر

إدريسي فتحي* وأمحمدي بوزينة أيوب**

*:جامعة حسيبة بن بوعلي بشلف، f.idrici87@univ-chlef.dz

** :جامعة حسيبة بن بوعلي بشلف، a.Mhamedibouzina89@univ-chlef.dz

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة شركات رأس المال المخاطر في الجزائر، وقدرتها على تقديم الدعم للمؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كما تهدف إلى معرفة واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وآليات دعمها، والتطرق كذلك إلى المؤسسات الناشئة.

وهذا من خلال محاولة الإجابة على إشكالية البحث: ماهي شركات رأس المال المخاطر التي تقوم بتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة في الجزائر؟ وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال عرض الإطار النظري لرأس المال المخاطر، المؤسسات الناشئة، وواقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وتم الاعتماد على منهج دراسة حالة من خلال التطرق إلى شركات رأس المال المخاطر في الجزائر.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هناك شركات تنشط في مجال رأس المال المخاطر من بينها: الشركة المالية الجزائرية للمساهمة، شركة الجزائر استثمار، الشركة الجزائرية السعودية للاستثمار، الشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف، والصندوق المغربي لرأس المال الاستثمار.

وقد تم تقسيم البحث إلى أربعة محاور هي: الإطار النظري لرأس المال المخاطر، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المؤسسات الناشئة، شركات رأس المال المخاطر في الجزائر.

الكلمات الدالة: رأس المال المخاطر، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات الناشئة شركات رأس المال المخاطر.

ABSTRACT

This study aims to identify the investment capital companies in Algeria, and their ability to provide support to emerging institutions and small and medium companies in Algeria, as well as to identify the reality of small and medium

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

projects in Algeria and the mechanisms for their support, as well as to address emerging institutions.

This is by trying to answer the research problem: What are the venture capital firms that finance SMEs and start-ups in Algeria?

The descriptive approach was relied upon by presenting the theoretical framework for venture capital, emerging institutions, and the reality of small and medium-sized companies in Algeria, and the case study approach was relied upon by addressing venture capital firms in Algeria.

This study found that there are active companies in the field of investment capital, including: the Algerian Financial Shareholding Company, the Algerian Investment Company, the Algerian-Saudi Investment Company, the Financial Investment, Shareholding and Operating Company, and the Maghreb Investment Capital Fund. .

The research was divided into four axes: the theoretical framework of venture capital, the reality of small and medium enterprises in Algeria, start-ups, and venture capital companies in Algeria.

Keyword: venture capital, small and medium foundation, startups, venture capital companies.

1. المقدمة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة أداة هامة لتحقيق التنمية الاقتصادية، سواء في الدول المتقدمة أو النامية باعتبارها قطاعا انتاجيا يعتمد عليه لتحقيق التنوع الاقتصادي واحداث حركية اقتصادية بما يضمن زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات والحد من معدلات البطالة، فهي تشكل مصدرا للمشاريع الإبداعية والمبتكرة الخلافة للثروة والقيمة المضافة.

وبالرغم من هذه الأهمية التي تمتاز بها هذه المؤسسات، إلا أنها لازالت تواجه مجموعة من العراقيل والمشاكل التمويلية التي تعيق نشاطها وتطورها، منها شروط وقيود التمويل التقليدي، بسبب قلة الضمانات المقدمة للبنوك، وعدم قدرتها على الدخول إلى الأسواق المالية لقلة مواردها، إذ أنه أصبح من الضروري على هذه المؤسسات البحث عن بدائل تمويلية مستحدثة تتلاءم مع خصائص هذه المؤسسات واحتياجاتها المالية، من بينها هذه التقنيات التمويلية الملائمة لهاته، المؤسسات رأس المال المخاطر، وفي الجزائر كذلك هناك شركات ناشطة في هذا المجال.

2. الإطار النظري لرأس المال المخاطر

يطلق على رأس المال المخاطر عدة تسميات: رأس المال الجريء، رأس المال المغامر، venture capital، capital-risque وسنحاول التطرق إلى المفهوم النظري لرأس المال المخاطر.

1.2. تعريف رأس المال المخاطر.

هناك عدة تعاريف لرأس المال المخاطر، نذكر منها:

"رأس المال المخاطر هو قيام وسيط مالي (يمكن أن يكون شركات مستثمرة أو أشخاص مستثمرون) بتوفير الأموال والدراية (الخبرة) والمشاركة للمؤسسات الناشئة والمبتكرة ذات المخاطر المرتفعة، وذلك من أجل تسريع وتطوير ريادة الأعمال بطريقة مخططة مسبقا، واستغلال الفرص المتاحة في السوق وتحقيق عوائد طويلة الأجل"¹

-حسب الجمعية الوطنية لرأس المال المخاطر (NVCA) بالو.م.أ:

"رأس المال المخاطر هو استثمار نشط بالأموال الخاصة وشبه الخاصة في مؤسسات تمتلك استعدادات قوية منجزة من طرف مستثمرين متخصصين، أي توفير التمويل اللازم لبناء شركات عالية النمو والقادرة على تحقيق ابتكارات في السوق"²

-وحسب الجمعية الأوروبية لرأس المال المخاطر (EVCA):

"رأس المال المخاطر هو كل رأس مال يوظف بواسطة وسيط مالي متخصص في مشروعات خاصة ذات مخاطر مرتفعة، تتميز باحتمال نمو قوي، لكنها لا تتطوي على تيقن بالحصول على دخل أو التأكد من استرداد رأس المال في التاريخ المحدد، أملا في الحصول على فائض قيمة قوي في المستقبل البعيد نسبيا حال بيع حصته من هذه المؤسسات بعد عدة سنوات"³

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن رأس المال المخاطر هو: قيام وسيط مالي وسيط مالي بتقديم الدعم المالي والفني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات الناشئة والمبتكرة، غير مدرجة في البورصة، والتي تتميز بمخاطر عالية، رغبة في الحول على العوائد مستقبلا، ويعتمد رأس المال المخاطر على مبدأ تقاسم الربح والخسارة.

¹ Klonowski, D. (2022). Venture Capital Redefined: canada. PALGRAVE macmillan.p03

² خليفة وفاء. (2019). "معوقات شركات رأس المال المخاطر في الجزائر وسبل تجاوزها -دراسة مقارنة مع شركات رأس المال المخاطر التونسية والمغربية-". أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر 03: الجزائر.ص13

³ بلعابد سيف الإسلام النوي (2018). "محاولة اختبار مدى مساهمة شركات رأس المال المخاطر في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر". أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر 02: الجزائر. ص06

2.2. أهمية رأس المال المخاطر

تتمثل أهمية رأس المال المخاطر فيما يلي:¹

- **تدعيم برامج الإصلاح الاقتصادي:** نجد أن الدول التي تطلق برامج الإصلاح الاقتصادي، تحتاج إلى رؤوس أموال ذات طبيعة خاصة تقدمها مؤسسات رأس المال المخاطر، وتقديم الدعم لمؤسسات القطاع العام المخصصة والتي تحتاج إلى هيكلة مالية وفنية

- **دعم تمويل المؤسسات الجديدة:** يمثل دعم المؤسسات الجديدة المجال الطبيعي لرأس المال المخاطر حيث تقدم الدعم المالي والفني والإداري حتى الإرشاد للمؤسسات الجديدة، خاصة في بداية انطلاقها.

- **دعم المؤسسات المتعثرة:** تساهم مؤسسات رأس المال المخاطر في توفير الدعم المالي والفني اللازم وكذلك الإداري للمؤسسات المتعثرة وجذب الاستثمارات إليها، لأنها شريكة فيها فهي تحرص أشد الحرص على المتابعة الفنية والمالية الضرورية لإصلاح مسارها، لتحفيز المستثمرين على الاستثمار للاستفادة من الربح الرأسمالي المتوقع أن يحدث في المستقبل بعد أن ينمو نشاطها ويزدهر.

3.2. الفاعلون في تمويل برأس المال المخاطر

تحتاج سلسلة التمويل المخاطر إلى أربع حلقات لتكتمل هي:²

- **المستثمرون:** وتشمل المؤسسات المالية (غير المصرفية)، شركات التأمين، وكذلك بعض المؤسسات الصناعية، بالإضافة للخوادم..، وتتميز هذه الفئة عموماً بامتلاكها للموارد الطويلة الأجل، وسوف نسمي هذه الفئة: المستثمرون الأساسيون.

- **مؤسسات رأس المال المخاطر:** وهي مؤسسات تهدف لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمشاريع الجديدة والابتكارية، ويعتبر دورها أساسياً لأن المستثمرين (أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) ليست لديهم المؤهلات ولا الإمكانيات لمزاولة هذا النشاط (البحث عن التمويل لمؤسساتهم، لأنهم في الغالب متخصصون في الأمور التقنية)...وموارد هذه الفئة تأتي من الفئة السابقة، أي المستثمرون الأساسيون، وتسمى هذه الفئة المستثمرون.

- **المستفيدون (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمشاريع الابتكارية):** ليس كل أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمشاريع الابتكارية تعتبر مستعدة، إنما فقط تلك لدى أصحابها استعداد لفتح رأس المال وقبول ممولين يساعدهم على التطور والنجاح في مشاريعهم.

¹ الصادق بوشنافة و بوزياني جيلالي. (جون، 2015). "واقع رأس المال المخاطر في المصارف الإسلامية في تمويل القطاعات التنموية". مجلة الاقتصاد والتنمية. العدد 04، الجزائر: جامعة المدية. ص 30-47.

² قندوز عبد الكريم (سبتمبر 2017). "مقترحات لتفعيل دور التمويل برأس المال المخاطر بالمملكة العربية السعودية". ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير. العدد 06، السعودية: كلية إدارة الأعمال-جامعة الملك فيصل. ص 107-

-المشتررون: الفئة الرابعة هم المشتررون، وهم الذين يملكون رأس المال المخاطر من بيع مساهمتهم بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5.2. أنماط تمويل برأس المال المخاطر

عمليات رأس المال المخاطر تختلف حسب المرحلة الموجودة فيها المؤسسة، وهي أربعة مراحل:¹
-رأس المال الإنشاء: يتولى رأس المال الإنشاء تمويل مؤسسات ناشئة مبتكرة تحيط بها العديد من المخاطر ولديها أمل كبير في النمو والتطور وتنقسم هذه المرحلة إلى مرحلتين:

رأس المال ما قبل الإنشاء أو قرب الانطلاق: يخصص لتغطية نفقات البحث والتجارب وتطوير النماذج العملية والنماذج التجارية للساعة الجديدة، وكذلك تجريب السلعة في السوق ومعرفة مدى الإقبال عليها، وهو تمويل صعب نظرا لخطورة احتمال الفشل لدى مؤسسة ليس لها كيان قانوني في هذه المرحلة.

رأس المال الانطلاق: يمثل المرحلة الأساسية لتدخل رأس المال المخاطر ويخصص لتمويل المشروعات في مرحلة الإنشاء، أو بداية النشاط ويتفرع بدوره إلى مرحلتين: الانطلاق أو البداية بمعناه الضيق الذي يغطي مرحلة ما قبل البداية التجارية لحياة المشروع ثم المرحلة الأولى من التمويل والتي تغطي نفقات البداية التجارية، وتجمع هذه المرحلة كل المخاطر التي يعاني منها مشروع جديد وشركات رأس المال المخاطر هي الوحيدة التي تقبل تمويل المشروع خلال هذه المرحلة.

-رأس المال التنموية: يكون المشروع في هذه المرحلة التمويلية قد بلغ مرحلة الإنتاجية أي توليد الإيرادات، ولكنه يقابل ضغوطا مالية تجعله يلجأ إلى مصادر تمويل خارجية حتى يتمكن من تحقيق أماله في النمو والتوسع الذي يتراوح متوسطه بين 10% -5% سنويا.

-رأس المال تعاقب أو تحويل الملكية: يستعمل هذا النوع من التمويل عند تغيير الأغلبية المال لرأس المال المشروع، أو تحويل مشروع قائم فعلا إلى شركة قابضة مالية ترمي إلى شراء عدة مشاريع قائمة وبالتالي خلال هذه المرحلة تهتم مؤسسات رأس المال المخاطر بتمويل عمليات تحويل السلطة الصناعية والمالية في المشروع، إلى مجموعة جديدة من الملاك.

-رأس المال التصحيح أو إعادة التدوير: يخصص رأس المال التصحيح للمشروعات القائمة فعلا ولكنها تمر بصعوبات خاصة، وتتوفر لديها الإمكانيات الذاتية لاستعادة عافيتها، لذلك فإنها تحتاج إلى إنهاض

¹ قدور نبيلة، العرابي حمزة. (جوان 2017). "التمويل برأس المال المخاطر وأهم تجاربه في بعض دول العالم (الولايات

المتحدة الأمريكية، فرنسا، المملكة المتحدة، تونس، الجزائر)". مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية. العدد 07،

الجزائر: جامعة أم البواقي. ص ص882-901

مالي فتأخذ مؤسسة رأس المال المخاطر بيدها حتى تعيد ترتيب أمورهما، وتستقر من جديد في السوق، وتصبح قادرة على تحقيق أرباح.

3. واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

هناك قوانين تنظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كما هناك هيئات دعم لهذه المؤسسات.

1.3. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

حسب المادة 05 من القانون 17-02 تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مهما كانت طبيعتها القانونية، بأنها مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات:

-تشغل من 1 إلى 250 شخصا.

-لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 4 ملايين دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري.

وحسب المادة 08 من القانون 17-02 تعرف المؤسسة المتوسطة بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 شخصا ورقم أعمالها السنوي ما بين 400 مليون دينار جزائري إلى 4 ملايين دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية ما بين 200 مليون دينار جزائري إلى مليار دينار جزائري.

وحسب المادة 09 من القانون 17-02 تعرف المؤسسة الصغيرة بأنها تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا، ورقم أعمالها السنوي لا يتجاوز 400 مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز 200 مليون دينار جزائري.

وحسب المادة 10 من القانون 17-02 تعرف المؤسسة الصغيرة جدا بأنها مؤسسة تشغل من شخص واحد إلى 9 أشخاص، ورقم أعمالها السنوي أقل من 40 مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز 20 مليون دينار جزائري.

وحسب المادة 11 من القانون 17-02 إذا صنفت مؤسسة في فئة معينة وفق عدد عمالها، وفئة أخرى طبقا لرقم أعمالها أو مجموع حصيلتها، تعطى الأولوية لمعيار رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة لتصنيفها.

الجدول 1: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القانون الجزائري.

الصف	عدد العمال	رقم الأعمال	الحصيلة السنوية
المؤسسات الصغيرة جدا	من 1 إلى 9	أقل من 40 مليون دج	أقل من 20 مليون دج
المؤسسات الصغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 400 مليون دج	أقل من 200 مليون دج
المؤسسات المتوسطة	من 50 إلى 250	من 400 مليون إلى 4 ملايين دج	من 200 مليون إلى واحد مليار دج

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على القانون 17-02 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية، 2017، ص 05.

2.3. هيئات دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

في الجزائر هناك هيئات تقدم الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، وصندوق ضمان استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

-الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ¹:anade

الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية هي هيئة عامة ذات طابع خاص، تتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلال المالي، تم إنشاؤها عام 1996 تخضع لإشراف الوزير المفوض لدى رئيس الوزراء في المسؤول عن المشاريع الصغيرة، وكالة أناد تدعم مسيري المؤسسات في إنشاء وتوسيع المؤسسات الصغيرة التي تنتج السلع والخدمات، ولديها شبكة من 6 وكالات، تقع في جميع ولايات الدولة، بالإضافة إلى الفروع الموجودة في المناطق الرئيسية، وتهدف anad إلى تشجيع إنشاء وتوسيع نشاط السلع والخدمات من قبل قادة المشروع، وتشجيع جميع أشكال الإجراءات والتدابير لتعزيز ريادة الأعمال. لدى أناد المهام التالية:

- دعم وتقديم المشورة ومرافقة قادة المشروع في إنشاء الأنشطة؛
- إتاحة جميع المعلومات الاقتصادية والتقنية والتشريعية والتنظيمية المتعلقة بأنشطتهم لقادة المشروع؛
- تطوير العلاقات مع مختلف شركاء النظام (البنوك، الضرائب، cnas، casnos..الخ) ؛
- تطوير شراكة متعددة القطاعات لتحديد فرص الاستثمار مختلف القطاعات؛
- توفير التدريب على تقنيات إدارة المشاريع الصغيرة لفائدة أصحاب المشاريع؛

¹ الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية:

-تشجيع جميع أشكال الإجراءات والتدابير الأخرى لتعزيز خلق النشاط وتوسيع نطاقه.

-الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر **angem**¹:

الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر هي منظمة ذات طابع خاص، تم إنشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 المعدل، وضعت تحت وصاية وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة، وتهدف الوكالة إلى:

-المساهمة في مكافحة البطالة والفقر في المناطق الحضرية والريفية من خلال تشجيع العمل الحر، والعمل في البيت والحرف والمهن، ولاسيما الفئات السنوية؛

-تنمية روح المقاولانية لتحل محل الاتكالية، وبالتالي تساعد على الإدماج الاجتماعي والتنمية الفردية للأشخاص؛

-دعم توجيهه، ومرافقة المستفيدين في تنفيذ أنشطتهم، لاسيما فيما يتعلق بتمويل مشاريعهم ومرحلة الاستغلال؛

-متابعة الأنشطة المنجزة من طرف المستفيدين مع الحرص على إحترام الاتفاقيات والعقود التي تربطهم مع الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر؛

-تكوين حاملي المشاريع والمستفيدين من القروض المصغرة في مجال تقنيات تمويل وتسيير الأنشطة المدرة للمداخيل والمؤسسات الجد المصغرة؛

-دعم تسويق منتجات القروض المصغرة عن طريق تنظيم المعارض عرض/بيع.

-الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة **cnac**²:

¹ الموقع الرسمي للوكالة الوطنية للقرض المصغر: <https://www.angem.dz/ar/article/objectifs-et-missions/>

تاريخ الإطلاع: 2022-06-12

² الموقع الرسمي للصندوق الوطني للتأمين عن البطالة:

تاريخ https://www.cnac.dz/site_cnac_new/Web%20Pages/Ar/AR_PresentationCNAC.aspx

الاطلاع: 2022-06-12

الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة هو مؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي (تحت وصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي) تم إنشائه سنة 1994، تعمل على تخفيف الآثار الاجتماعية المتعاقبة الناجمة عن تسريح العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي وفقا لمخطط التعديل الهيكلي، عرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (ص.و.ت.ب) في مساره عدة مراحل مخصصة للتكفل بالمهام الجديدة المخولة من طرف السلطات العمومية. ومن مهامه:

-التأمين عن البطالة؛

-دعم إحداث وتوسيع النشاطات من طرف البطالين ذوي المشاريع البالغين ما بين 30 و 50 سنة؛

-تشجيع ودعم ترقية الشغل.

-الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار **andi** : ¹

الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتتولى بالتنسيق مع الإدارات والهيئات المتدخلة في عملية الاستثمار، تسهيل وتبسيط عمل الاستثمار، وتتمثل مهام الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في:

-تسجيل الاستثمارات؛

-ترقية الاستثمارات في الجزائر وفي الخارج؛

-ترقية الفرص والإمكانات الإقليمية؛

-تسهيل ممارسة الأعمال، متابعة تأسيس الشركات وإنجاز المشاريع، وحالة تقدم المشاريع؛

-دعم المستثمرين ومساعدتهم ومرافقتهم؛

-الإعلام والتحسيس في مواقع الأعمال؛

-تأهيل المشاريع، تقييمها وإعداد اتفاقية الاستثمار التي تعرض على المجلس الوطني للاستثمار للموافقة عليها.

-المساهمة في تسيير نفقات دعم الاستثمار، طبقا للتشريع المعمول به.

-صندوق ضمان استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة **cgci-pme** : ²

¹ الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: <https://andi.dz/missions> تاريخ الاطلاع: 12-06-2022

² الموقع الرسمي لوزارة الصناعة الجزائرية: <https://www.industrie.gov.dz/?CGCI> تاريخ الإطلاع: 12-06-

صندوق ضمان استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو مؤسسة عامة أنشأت لدعم إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال تسهيل الوصول إلى الائتمان، الغرض من هذا الصندوق هو تغطية المخاطر المرتبطة بقروض الاستثمار الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهو يغطي مخاطر الإفلاس التي تتكبدتها البنوك على القروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهناك آليات أخرى للمساعدة في تمويل المصرفي للشركات الصغيرة والمتوسطة التي أنشأها صندوق الضمان المتبادل، حد الضمان بحد أدنى 250 مليون دج و350 مليون دج كحد أقصى يتم تقديم الضمان فقط بعد تحليل المشروع من قبل cgci، لا يمكن منح الضمان النهائي إلا بعد إخطار المانح باتفاقية التمويل من قبل البنك.

4. المؤسسات الناشئة

بدأ استخدام مصطلح المؤسسات الناشئة startup بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك مع ظهور شركات رأس المال المخاطر.

1.4. تعريف المؤسسات 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 لفكرة النمو القوي، وبدأ استخدام مصطلح بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك، وفي أيامنا الحالية يوجد مصطلح وعرفه القاموس الفرنسي la rousse على أنها "المؤسسات الشابة المبتكرة، في قطاع التكنولوجيات الحديثة"¹

2.4. خصائص المؤسسات الناشئة

يؤدي حديثنا عن خصائص المؤسسات الناشئة إلى إعطاء فهم عن هذه المؤسسات، وأكثر الخصائص الشائعة والمرتبطة ارتباطا وثيقا بالمؤسسات الناشئة هي كالتالي:²

- النمو السريع: يطلق على المؤسسات الناشئة مصطلح المؤسسات الناشئة سريعة النمو ويقصد بهذا المصطلح: مؤسسات مصممة للتطوير بسرعة كبيرة.
- قابلية التوسع: للمؤسسات الناشئة قدرة كبيرة على التوسع في الأسواق، حيث يتم بناء نموذجها بالطريقة التي يمكن فيها تقديم المنتج أو الخدمة في العديد من الأسواق المختلفة في وقت واحد.

¹مجموعة من المؤلفين. "كتاب جماعي بعنوان: المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر". الجزائر:

مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي-جامعة البويرة. ص16

² بن فاضل وسيلة. (2021). "آليات تطوير قطاع المؤسسات الناشئة في الجزائر (دراسة تحليلية)". أطروحة دكتوراه في

العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير. جامعة أبو بكر بلقايد بتلمسان: الجزائر. ص8

-**المخاطرة:** المؤسسات الناشئة مبنية على فكرة إبداعية فريدة ومختلفة، مما يجعل تنفيذها ونجاحها غير مؤكد ومحفوف بالمخاطر.

-**الابتكار:** يمكن تفسير الابتكار في المؤسسات الناشئة كعملية ونتيجة، ففي عالم هذه المؤسسات الفكرة والابتكار السريع هما أساس كل شيء، حيث تقوم هذه الأخيرة بابتكار منتج أو خدمة جديدة تماما، ولا تستند إلى عروض مكررة لكيانات أخرى قائمة في السوق أو تقوم بتقليدها.

-**مؤقتة:** الشركة الناشئة عادة ما تكون حالة مؤقتة، حيث يؤدي تاريخ العمل الناضج ومعرفة مجال السوق إلى تحليل ممارسات العمل الحالية، وبالتالي تقليل ظروف عدم اليقين الشديد.

-**وحدة الفريق:** يتميز فريق المؤسسات الناشئة بالوحدة والتجانس، مما يعني أعضائه يتشاركون في نفس السمات والمهارات والخصائص.

-**الحاجة المستمرة للتمويل:** حيث تتطلب حاجة الشركات الناشئة المستمرة للنمو حاجة كبيرة إلى تمويل وإعادة التمويل.

3.4. دورة حياة المؤسسات الناشئة

إن المؤسسات الناشئة تمر بخمسة مراحل أساسية من أجل الوصول إلى القيمة تتمثل فيما يلي:¹

-**مرحلة ما قبل انطلاق المؤسسة الناشئة (النشأة):** ويتم في هذه المرحلة طرح فكرة إبداعية أو جديدة تقوم بتلبية أذواق شريحة واسعة في السوق، بعد أن يقوم صاحبها بدراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق وأذواق الزبائن المستهدفة وسلوكياتهم من أجل التأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل، يكون التمويل في هذه المرحلة ذاتيا مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.

-**مرحلة الانطلاق:** في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج الذي يكون غير معروف وبالتالي يكون في حاجة إلى الترويج عليه عن طريق القيام بالدعاية الإعلامية للمنتج، كما أن سعر المنتج في هذه المرحلة يكون مرتفعا، وأصعب شيء يمكن أن يواجه رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف "fools, family, friends" (fff) فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم للحصول على التمويل، كما يمكن الحصول على التمويل من قبل المغامرين لأن درجة المخاطرة في هذه المرحلة عالية جدا.

¹ حمروش نورالهدى. (جوان 2022). "المؤسسات الناشئة بين آليات الدعم والواقع في الجزائر". مجلة قضايا معرفية.

-مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو: في هذه المرحلة توسع المؤسسة الناشئة أنشطتها ومنتجاتها وخدماتها ليبلغ المنتج في هذه المرحلة الذروة ويزداد العرض منه ليحتل مكانة جيدة في السوق لأنها تعتمد على الابداع والابتكار، يمكن أن يتوسع النشاط في هذه المرحلة خارج مبتكره الأوائل فتنتج بنفس الخصائص أو أفضل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج فيبدأ المنتج في التراجع والفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع مثل عوائق التمويل حيث في هذه المرحلة لا تمتلك المؤسسة الناشئة القدرات المالية اللازمة.

-مرحلة الانزلاق في الوادي: بالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المخاطر) بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جدا منخفضة.

-مرحلة تسلق المنحدر: يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتج وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ المؤسسة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.

-مرحلة النمو المرتفع: في هذه المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار، ويتم طرحه في السوق المناسبة، وتبدأ المؤسسة الناشئة في النمو المستمر، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

4.4. المؤسسات الناشئة في الجزائر

حظي موضوع المؤسسات الناشئة وريادة الأعمال بالاهتمام الكبير خلال السنوات الأخيرة سواء من قبل السلطات الرسمية أو الهيئات الأكاديمية، إلا أن هذا النوع من المؤسسات يواجه العديد من الصعوبات نظرا لحدثة عهده في الجزائر.

-التعريف القانوني للمؤسسات الناشئة في الجزائر: المادة 11 من مرسوم تنفيذي رقم 254-20 الذي يتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنات أعمال": تعتبر مؤسسة ناشئة، كل مؤسسة خاضعة للقانون الجزائري، وتحترم المعايير الآتية:

-يجب ألا يتجاوز عمر المؤسسة 8 سنوات؛

-يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة؛

-يجب ألا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية؛

-أن يكون رأسمال الشركة مملوكا بنسبة 50%، على الأقل، من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة؛
-يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيه الكفاية؛
-يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عامل.

-استراتيجيات دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر: من أجل مجابهة هلته العراقيل السابقة، أعلنت الحكومة الجزائرية عن مجموعة من القرارات لدعم المؤسسات الناشئة وطرق تمويلها والتي تتمثل فيما يلي:¹

-إنشاء صندوق استثماري مخصص لتمويل ودعم المؤسسات الناشئة؛
-وضع الإطار القانوني الذي يحدد مفاهيم المؤسسات الناشئة؛
-تهيئة الجماعة المحلية لمساحات مخصصة للمؤسسات الناشئة مع إعطاء الأولوية للمناطق التي تتوفر فيها إمكانات كبيرة من حاملي المشاريع المبتكرة؛

-إعفاءات جبائية تصل إلى 5 سنوات مع تمكين أصحاب المشاريع المبتكرة من إنشاء مؤسساتهم بعيدا عن البيروقراطية وعن كل ما يمكن أن يعرقل عملية الابتكار؛
-إنشاء أرضية رقمية منها محاربة البيروقراطية لكي تتم كل الإجراءات الإدارية والتعاملات عبر الأنترنت على مستوى الأرضية الرقمية؛

-وضع العديد من القوانين من طرف الوزير المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة التي ستساهم في ترقية واستحداث المؤسسات الناشئة وتوسيع مجالات نشاطها؛
-دعوة وزير المالية المستثمرين ومختلف أصحاب رؤوس الأموال إلى دعم المؤسسات الناشئة من خلال تمويلها قصد السماح لها ببروز وولوجها السوق الوطنية والدولية؛

-إعلان الوزير المنتدب لدى الوزير الأول المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة في الجزائر عن إنشاء خلية للإصغاء والوساطة لفائدة حاملي المشاريع المبتكرة والشركات الناشئة بقصد الاستماع إلى انشغالاتهم؛

-كشف المدير العام للخزينة العمومية بالجزائر العاصمة، عن إنشاء شركة عمومية ذات رأسمال استثماري تمويلها أساسا البنوك العمومية، من أجل تمويل الشركات الناشئة؛

¹ ديناوي أنفال عائشة، زرواط فاطمة الزهراء. (2020). "المؤسسات الناشئة قاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني" التحديات وآليات الدعم". حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية. العدد 03. الجزائر: جامعة بشار. ص 326-340.

-تمويل مشاريع تخرج الطلبة خصوصا المشاريع التي لها علاقة بخطة الدولة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية كتأسيس المؤسسات الناشئة.

5. شركات رأس المال المخاطر في الجزائر

هناك عدة شركات رأس المال الاستثماري تنشط في الجزائر نذكر أهم هاته الشركات:

1.5. الشركة المالية الجزائرية للمساهمة finalep

الشركة المالية الجزائرية المساهمة (المالية الجزائرية الأوروبية للمساهمة سابقا)، أنشأت في 30 جوان 1991 في أعقاب الإصلاحات التي أجريت في النظام المصرفي والمالي الجزائري من أجل تعزيز الرأسمال الاستثماري، وينقسم رأسمالها بين الشركاء: بنك التنمية المحلية والقرض الشعبي الجزائري، والذي شهد عدة زيادات متتالية حتى الوصول إلى المستوى الحالي بقيمة 1.200.000.000 دج، تتدخل finalep عبر كامل التراب الوطني تساهم في تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة ذات الطابع الصناعي.

المهمة الرئيسية ل finalep ، شركة الرأسمال الاستثماري، هي المساهمة في تعزيز رأسمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك لحسابها الخاص أو لصالح الغير، بغية الخروج منه لاحقا.

-أهداف ومهام الشركة:

الهدف الرئيسي لشركة "finalep" هي الحصول على حصص اجتماعية أو أسهم عن طريق المساهمة في رأسمال الشركات الصغيرة والمتوسطة، ولهذا فهي قادرة على التدخل في مختلف مراحل حياة الشركة من خلال الأشكال التالية: رأسمال المخاطرة، رأسمال التنمية.

من أجل أخذ المساهمات في رأسمال الشركات، يمكن ل "finalep" استعمال أموالها الخاصة وكذلك الموارد الخارجية: صناديق استثمار الولاية المنشأة من قبل السلطات العامة، بموجب قانون المالية التكميلي لعام 2009.¹

2.5. شركة الجزائر للاستثمار

" الجزائر استثمار " مؤسسة رأسمال استثماري، طابعها القانوني ذات مساهمة، يحكمها القانون 06-11 المؤرخ في 24 جوان 2006 والمتعلق بشركة رأسمال الاستثماري، أنشأت في 28 ديسمبر 2009 بينما بدأت نشاطها في 7 جويلية 2010.

¹الموقع الرسمي للشركة المالية الجزائرية للمساهمة <https://www.finalep.dz/notre-societe/> تاريخ الإطلاع :

أنشأت بمبادرة من بنكين عموميين هما بنك الفلاحة والتنمية الريفية والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، لقد تم اعتمادها من طرف وزارة المالية بتاريخ 11 ماي 2010 برأسمال اجتماعي يبلغ 1 مليار دينار جزائري.

تسعى شركة رأس المال الاستثماري إلى الدخول في شراكة وذلك بمساهمة نقدية، ذات أقلية وبصفة مؤقتة من رأسمال الشركة المستهدفة، ومنه كل عملية تتعلق بالمساهمات في الأموال الخاصة وشبه الخاصة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وتتمثل المهام الرئيسية لشركة "الجزائر استثمار" فيما يلي:

- منح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منتج مالي لمعالجة العجز في أعلى جدول ميزانية المؤسسة (الأموال الخاصة)؛

- تشجيع المستثمرين في خلق مؤسسات جديدة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال القيم المنقولة.

- المشاركة في برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

- المشاركة في تنمية السوق المالي (البورصة)؛

- تحسين الهيكل المالي للمؤسسة لتمكينها من الحصول على القرض المصرفي.

يتمثل النشاط الرئيسي لشركة "الجزائر استثمار" في المشاركة في رأس مال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبهذا تكون مساهمة أقلية (49% كحد أقصى) من المؤسسة، وهذا خلال جميع مراحل نموها.

بالإضافة، كونها شريكا يمكن لها تقديم المشورة والمساعدة الفنية في مجال خبراتها.

وأخيرا، تعتبر مساهمة "الجزائر استثمار" متمينا لرؤوس الأموال الخاصة قصد تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الحصول على القروض البنكية.

3.5. الشركة الجزائرية السعودية للاستثمار *asicom*

أنشأت الشركة الجزائرية السعودية للاستثمار "أسيكوم" بموجب الاتفاقية الموقعة في 2004 بين حكومتي الجمهورية الجزائرية والمملكة العربية السعودية، باشرت نشاطها في شهر يونيو 2008، ويتواجد مقرها بالجزائر العاصمة.

حدد رأسمال الشركة الجزائرية السعودية للاستثمار ب: 8.000.000.000 دج، مكتتب بالتساوي بين الدولتين ومحرر بالكامل.

يتمثل غرض الشركة في تمويل الاستثمار في كل المجالات وجميع القطاعات، وذلك عن طريق:

- المساهمة في رأسمال مشاريع (شركات) جديدة أو اقتناء حصص في شركات قائمة؛

-تمويل المشاريع التي تساهم فيها الشركة عن طريق حساب المساهمين؛
يتولى تسيير الشركة، مجلس إدارة مكون من ستة 6 أعضاء، يمثل كل مساهم ثلاثة أعضاء، يتأسس المجلس عضو من جنسية سعودية ويشرف على الإدارة التنفيذية مدير عام من جنسية جزائرية؛
يجتمع مجلس الإدارة دوريا على الأقل كل ثلاثة أشهر ويتخذ جميع القرارات الخاصة بالعمليات الاستثمارية.

4.5. الشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف *sofinance*

هي مؤسسة مالية عمومية وافق عليها بنك الجزائر في 9 يناير 2001، يبلغ رأسمالها 10.000.000.000 دج، تم انشاء "sofinance" بمبادرة من المجلس الوطني لمشاركة الدولة (cnpe) مع مهمات رئيسية تتمثل في دعم تحديث أداة الإنتاج الوطني وتطوير منتجات مالية جديدة، ويشمل غرضها المؤسسي جميع الأعمال التجارية التي طورها البنك العالمي باستثناء ودائع العملاء وإدارة وسائل الدفع.

ويشمل نطاق عملها الأنشطة المالية مثل:

-التمويل التأجيري؛

-المشاركة في رأس المال؛

-الائتمان الكلاسيكي والالتزامات عن طريق التوقيع؛

-تقديم المشورة والمساعدة للشركات؛

الهدف الرئيسي المكلف به *sofinance* هو المساهمة في توحيد الاقتصاد وانتعاشه من خلال إدخال نهج جديد في تمويل الشركات.¹

5.5. الصندوق المغربي لرأس المال الاستثمار *mpef*

ينشط صندوق رأس المال الاستثماري المغربي بثلاث دول مغربية هي: الجزائر، المغرب، وتونس، ويسير عن طريق مجمع "تونانفست" (*tuninvest group*)، بدأ نشاطه لأول مرة في تونس سنة 2000 من طرف المؤسسة المالية الدولية "sfi" (*societe financiere internationale*) التي ساهمت في الاستثمار في شمال إفريقيا وكمحلة أولى بدأت بالاستثمار في كل من الجزائر، تونس والمغرب، لتنتقل بعد ذلك إلى ليبيا في المرحلة الثانية.

¹ الموقع الرسمي للشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف: <https://sofinance.dz/presentation> تاريخ

6. خاتمة

تعرضت العديد من الدراسات والأبحاث إلى موضوع رأس المال المخاطر والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة، وقد أظهرت العديد منها مدى تطور هذه التقنية في الدول المتطورة، إذ أصبحت تقدم التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمؤسسات الناشئة عالية المخاطرة التي تمتلك ابتكارات جديدة، ولكن تقنية رأس المال المخاطر في الجزائر تعتبر تقنية حديثة، بالرغم من ظهورها في سنة 1991 بسبب العراقيل التي واجهتها.

من خلال هذا البحث المتعلق بـ "شركات رأس المال المخاطر وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة في الجزائر"، تم التوصل إلى النتائج التالية:

-رأس المال المخاطر هو تقنية تمويلية تعتمد على وسيط يمكن أن يكون شركات، تعمل على تقديم الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة.

-صنف التشريع الجزائري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى: مؤسسات مصغرة، مؤسسات صغيرة، ومؤسسات متوسطة.

-هناك هيئات دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وهي: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولات، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، وصندوق ضمان استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

-عملت الدولة الجزائرية على تشجيع وترقية المؤسسات الناشئة من خلال مجموعة من الاستراتيجيات، كوضع الإطار القانوني لها والتحفيز الجبائي.

-شركات رأس المال المخاطر في الجزائر تقوم بتقديم الدعم المالي والفني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة، ومن بين هذه الشركات نجد: الشركة المالية الجزائرية للمساهمة، شركة الجزائر للاستثمار، الشركة الجزائرية السعودية للاستثمار، الشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف، الصندوق المغربي لرأس المال الاستثمار.

انطلاقا مما سبق يمكن تقديم الاقتراحات التالي:

-ضرورة اهتمام الدولة الجزائرية بمجال شركات التمويل برأس المال المخاطر، وذلك نظرا لوجود مؤسسات تحتاج إلى التمويل، والافتداء بالتجارب العالمية الناجحة في هذا المجال؛

-يجب ربط بين شركات رأس المال المخاطر والجامعات الجزائرية، لأن هناك طلبية حاملي الأفكار والمشاريع الناشئة تحتاج إلى الأموال والخبرة؛

-نشر ثقافة التعامل برأس المال المخاطر في المجتمع الجزائري، من خلال زيادة الدراسات والبحوث في هذا المجال؛

-تسهيل دخول شركات إلى الجزائر وإقامة المزيد من العلاقات مع شركات أجنبية تقوم بتمويل المؤسسات عن طريق رأس المال المخاطر.

المراجع

Klonowski, D. (2022). Venture Capital Redefined: canada. PALGRAVE macmillan.

بلعابد سيف الإسلام النوي (2018). "محاولة اختبار مدى مساهمة شركات رأس المال المخاطر في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر". أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر 02: الجزائر.

بن فاضل وسيلة. (2021). "آليات تطوير قطاع المؤسسات الناشئة في الجزائر (دراسة تحليلية)". أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير. جامعة أبو بكر بلقايد بتلمسان: الجزائر. ص8
حمروش نورالهدى. (جوان 2022). "المؤسسات الناشئة بين آليات الدعم والواقع في الجزائر". مجلة قضايا معرفية. العدد 02. الجزائر: ص ص136-156

خليفة وفاء. (2019). "معوقات شركات رأس المال المخاطر في الجزائر وسبل تجاوزها -دراسة مقارنة مع شركات رأس المال المخاطر التونسية والمغربية-". أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر 03: الجزائر.

ديناوي أنفال عائشة، زرواط فاطمة الزهراء. (2020). "المؤسسات الناشئة فاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني" التحديات وآليات الدعم". حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية. العدد 03. الجزائر: جامعة بشار. ص ص326-340.

الصادق بوشنافة و بوزياني جيلالي. (جوان، 2015). "واقع رأس المال المخاطر في المصارف الإسلامية في تمويل القطاعات التنموية". مجلة الاقتصاد والتنمية. العدد 04، الجزائر: جامعة المدية. ص ص30-47.

قدور نبيلة، العرابي حمزة. (جوان 2017). "التمويل برأس المال المخاطر وأهم تجاربه في بعض دول العالم (الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا، المملكة المتحدة، تونس، الجزائر)". مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية. العدد 07، الجزائر: جامعة أم البواقي. ص ص882-901

قندوز عبد الكريم (سبتمبر 2017). "مقترحات لتفعيل دور التمويل برأس المال المخاطر بالمملكة العربية السعودية". ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير. العدد 06، السعودية: كلية إدارة الأعمال-جامعة الملك فيصل. ص ص107-132
مجموعة من المؤلفين. "كتاب جماعي بعنوان: المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر". الجزائر: مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي-جامعة البويرة. ص16

الموقع الرسمي للشركة المالية الجزائرية للمساهمة <https://www.finalep.dz/notre-societe/>: تاريخ الإطلاع : 13-06-2022

الموقع الرسمي للشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف: <https://sofinance.dz/presentation> تاريخ الإطلاع: 13-06-2022

يومي 02، 03 نوفمبر 2022، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

الموقع الرسمي للصندوق الوطني للتأمين عن البطالة: https://www.cnac.dz/site_cnac_new/Web%20Pages/Ar/AR_PresentationCNAC.aspx تاريخ

الإطلاع: 2022-06-12

الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: <https://andi.dz/missions> تاريخ الإطلاع: 2022-06-12

الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية: <http://www.ansej.org.dz/index.php/fr/presentaion-de-l-ansej/presentaion-du-l-ansej> تاريخ

الإطلاع: 2022-06-11

الموقع الرسمي للوكالة الوطنية للقرض المصغر: <https://www.angem.dz/ar/article/objectifs-et->

[missions](#) تاريخ الإطلاع: 2022-06-12

الموقع الرسمي لوزارة الصناعة الجزائرية: <https://www.industrie.gov.dz/?CGCI> تاريخ الإطلاع: 2022-06-

2022

أثر منصات التعلم الإلكتروني في نشر الوعي المقاولاتي لدى الشباب دراسة عينة من الشباب

بلهوشي عبد المؤمن * فارس طلوش **

• جامعة أم البواقي، abdelmoumenbelhouchi7@gmail.com

** :جامعة أم البواقي ، mehditellouche@yahoo.fr

الملخص

في ظل سعي الحكومات وأصحاب المصلحة للإرتقاء بالفكر المقاولاتي لما يحققه من قيمة مضافة إقتصادية وإجتماعيا، فهي تعمل على تعزيز الثقافة والوعي تجاه ذلك بمختلف الأساليب والتقنيات المتاحة، ومن ذلك التي تعد كنتيجة لتعاظم إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال، منصات التعلم الإلكتروني، والتي حققت المبتغى في العديد من الدول التي أخذت بها، وسنحاول تقييم ذلك على الواقع الجزائري بتحليل آثار تطبيق ذلك على عينة تقدر ب40 شخص من كلا الجنسين من المرشحين للأخذ بالتوجه المقاولاتي، أين تم الوصول إلى نتيجة مفادها وجود آثار فعال لها مع ضرورة تنمية تأثيرها.

الكلمات الدالة: منصات التعلم الإلكتروني -الثقافة المقاولاتية.

ABSTRACT

In light of the efforts of governments and stakeholders to advance the entrepreneurial thought due to the economic and social added value it achieves, it is working to enhance culture and awareness towards it by various available methods and techniques, among those, which are considered as a result of the increasing use of information and communication technology, e-learning platforms, which have achieved the goal in many countries that have taken them, we will try to evaluate this on the Algerian reality by analyzing the effects of applying this to a sample of 40 people of both sexes who are candidates for the entrepreneurial approach. where was the conclusion reached that there are effective effects for it, with the need to develop its impact

Keyword: E-learning platforms - entrepreneurial culture.

1. المقدمة

في ظل العولمة التي يعيشها العالم اليوم، وخاصة ما تعلق بإنتشار استعمال أنظمة تكنولوجيا الاعلام والاتصال في أوساط العامة من الناس صار لزاما على مختلف القطاعات ادماج هذه التكنولوجيا في أنشطتها لما توفره من سهولة استخدام وتقليل للتكلفة و سرعة الانتشار بين الأفراد، الأمر الذي انتج لنا العديد من الابتكارات سواء في مجال الصحة التعليم و حتى مجال المال و الأعمال، وبما ان العالم اليوم يعيش في ظل ما يعرف باقتصاد المعرفة و يجب استثمار التطور الحادث في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في مجال التعليم مما انتج لنا طرقا جديدة في التعليم و التعلم. ولعل اهم ما جاء به استثمار هذه التكنولوجيا في مجال التعليم هو منصات التعلم الذاتي والتي لقت اقبالا من مختلف الشباب حول اعالم لما توفره من سهولة في عملية التعلم واختصارا للوقت وتوفيرا للمال.

ومع اثبات الجامعة الجزائرية فشلها في غرس الوعي المقاولاتي في طلابها فإن هذه المنصات قد اثبتت هذه المنصات فعاليتها في زرع هذا الوعي في روادها منذ بداياتها الأولى، وذلك بسبب ما تقدمه من برامج تعليمية تركز أساسا على فكرة تعليم المهارات الحية بدل المناهج الميتة للجامعات الأمر الذي يجعل من روادها اهلا لإنشاء مشاريع خاصة صغيرة أو ناشئة تخلق قيمة مضافة في المجتمع، عكس ما هو الحال بالنسبة لمخرجات الجامعة.

من خلال ما سبق يتبادر الى ذهننا الإشكال التالي:

كيف تساهم منصات التعلم الالكتروني في نشر الوعي المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين؟
وبغية الإجابة على هذا التساؤل يمكن عرض التساؤلات الفرعية التالية:

- هل تساهم منصات التعلم الالكتروني في دعم الوعي المقاولاتي لدى روادها؟
- هل هناك علاقة ما بين العمر والتعلم الإلكتروني ودعم الوعي المقاولاتي؟
- هل هناك علاقة ارتباط بين ما تولده منصات التعلم الإلكتروني من إبداع وإبتكار ورغبة تمنحها لشخص لكي يبدأ في مشروعه الخاص؟

للإجابة على التساؤل الرئيسي السابق يمكن عرض الفرضية الرئيسية التالية:

- تمنح منصات التعلم الإلكتروني طلابها مجموعة من المهارات والأدوات التي تمكنهم من اقتحام مجال قيادة الأعمال بسهولة على غرار إدارة المشاريع التسويق الرقمي والتصميم والبرمجة.

وإنطلاقاً من الفرضية الرئيسية يمكن وضع الفرضيات الفرعية التالية:

- تساهم منصات التعلم الإلكتروني في دعم الثقافة المقاولاتية لدى روادها.
- هناك علاقة ارتباط بين ما تولده منصات التعلم الإلكتروني من إبداع وابتكار والرغبة وإطلاق مشروع خاص.

2- أساسيات حول منصات التعلم الرقمي والثقافة المقاولاتية:

لعبت إنتشار الأنترنت منذ بداية الالفية دورا كبيرا في تطوير مختلف جوانب الحياة انطلاقاً من تصحيح الأعمال والإرتقاء بالتعليم، أين تعتبر منصات التعلم الرقمي من بين أهم مخرجات تطبيق الأنترنت في مجال التعليم والتي لعبت دوراً مهماً في تطوير مهارات ومعارف الافراد خاصة في فترة وباء كورونا.

1.2. مفهوم التعلم الإلكتروني ومنصات التعلم الإلكتروني: قبل الشروع في سرد الأساسيات المتعلقة بمنصات التعلم الإلكتروني وجب علينا ان ننوه أولاً الى فكرة التعليم الإلكتروني. والذي قد تعددت التعاريف والمفاهيم المتعلقة به الا أنه في العموم يمكن تعريفه على أنه: التعلم الرقمي هو أي نوع من التعلم يتم تسهيله بواسطة التكنولوجيا أو من خلال الممارسة التعليمية التي تجعل الاستخدام الفعال للتكنولوجيا "ويحدث في جميع مراحل التعلم ومجالاته" (Kumar Basak et al., 2018, p. 195).
اما منصات التعلم الإلكتروني فيمكن تعريفها على أنها عبارة عن بيئة تعليمية اجتماعية افتراضية تدعم عملية التعلم في جميع نواحيها، وتتضمن عدداً من الإمكانيات والأدوات التي تيسر إضافة المصادر والأنشطة وعمل واختبارات وتقويم مشاركات المتعلمين (عبدالله محمد الغامدي & هيفاء , 2019، ص225).

2.2. أدوات التعلم في منصات التعلم الإلكتروني: يمكن تعريف أدوات تقديم المحتوى بأنها استخدام أدوات في عرض وتوضيح المحتوى التعليمي الخاص بمهارات إنتاج الألعاب التعليمية في بيئة المنصات التعليمية، وتتمثل تلك الأدوات في الفيديو التفاعلي والأنفوجرافيك التفاعلي (غنيم & غنيم، 2020ص177).

ومن أهم الأدوات المستعملة في منصات التعلم الرقمي ما يلي:

- **الفيديو التفاعلي: Interactive video:** يمكن تعريف الفيديو التفاعلي إجرائياً في هذا البحث بأنه برنامج فيديو مقسم الى عدة أجزاء صغيرة تتألف من مجموعة من الأسئلة، تكون فيها استجابات المتعلم هي المحدد لتتابع مشاهد الفيديو عن طريق الحاسب الالي.

- **الانفوجرافيك التفاعلي: Interactive Infographic**: يمكن تعريف الانفوجرافيك التفاعلي إجرائياً في هذا البحث- بأنه فن تحويل البيانات والمعلومات الى صور ورسوم يسهل قراءتها وفهمها بوضوح، مع قدرة الطالب على التحكم في المعلومات التي يريد عرضها وقراءتها عن طريق أزرار، بالضغط أو اللمس بشكل تفاعلي جذاب.

- **الألعاب التعليمية Educational games** : تعرف الألعاب التعليمية - بأنها عبارة عن أنشطة تعليمية محددة وهادفة تخضع لمجموعة من القوانين، تمكن المستخدم من التفاعل الذي يساعده على ممارسة ذكائه والتعبير عن رأيه والشعور بلذة التعلم.

- **الكفاءة الذاتية self- efficacy** : يقصد بالكفاءة الذاتية إجرائية بأنه اعتقاد الطالب المعلم واقتناعه بمقدرته على إنتاج لعبة تعليمية تحقق النواتج المطلوبة.(غنيم & غنيم, 2020ص177)

3.2. أهم المجالات عمل منصات التعلم الإلكتروني: تختلف مجالات عمل منصات التعلم الإلكتروني باختلاف أهدافها ولغاتها وجنسياتها، إلا انها في العموم تسعى لتنمية المهارات التقنية والحية لدى طلابها، والجدول الموالي سنوضح اهم المجالات التي تدرسها واحدة من اكبر منصات التعلم حول العالم منصة Udemy:

الجدول 01: المجالات التي تعلمها منصة Udemy:

المجال الرئيسي	المجالات المتفرعة عنه
مجال البرمجة	تصميم الويب، تصميم تطبيقات الهاتف، لقات البرمجة ، تصميم الألعاب، تصميم قواعد البيانات...
مجال الاعمال	المقاولاتية ، الإتصال ، المناجمنت ،المبيعات ،إدارة المشاريع ، قانون الاعمال، الموارد البشرية ، التجارة الإلكترونية ، الميديا ...
المحاسبة والمالية	المحاسبة و مسك الحسابات ، العملات المشفرة البلوك شاتين ،الاقتصاد ، المالية ، الاستثمار و التداول، أدوات إدارة المال ، الضرائب
الذكاء الصناعي	الذكاء الصناعي، الشبكات والحماية، السفارات و أنظمة التشغيل ...
البرامج المكتبية	برامج ميكروسوفت ، برامج ابل ،برامج غوغل ، برامج أخرى ...
التنمية الذاتية	التطوير الذاتي، الإنتاجية الذاتية، القيادة ، تطوير السيرة الذاتية ، إدارة العلاقات ،الابداع ، التأثير ، إدارة الضغوطات ...
التصميم	التصميم الجرافيكي، أدوات التصميم ، تصميم واجهة المستخدم ،

تصميم الألعاب ، التصميم ثلاثي الأبعاد ، تصميم الأزياء ، التصميم المعماري ، التصميم الداخلي ...	
التسويق الرقمي، هندسة محركات البحث ، التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي، البراندينغ ، اساسيات التسويق ، إدارة العلاقات العامة ، التسويق بالمحتوى ، التسويق بالعمولة ...	التسويق
التصوير الرقمي، أدوات التصوير ، التصوير التجاري ، تصوير الفيديو	التصوير وصناعة الأفلام
الفيتنس، الصحة العامة ، الرياضات ، اليوغا ، الصحة النفسية ، فنون الدفاع عن النفس ، الرقص ، التأمل	الصحة والرياضة
اساسيات الموسيقى ، الإنتاج الموسيقي ، تقنيات و أدوات الموسيقى و هندسة الصوت ...	الموسيقى
الهندسة ، العلوم الإنسانية ، العلوم الطبيعية ، الرياضيات ، التعليم عن بعد العلوم الاجتماعية ، اللغات ، تدريب الأساتذة ...	التعليم الاكاديمي

من اعداد الباحث اعتمادا على موقع المنصة : www.udemy.com

يتضح من الجدول نلاحظ ان نوعية المواد والكورسات المدرسة في هذه المنصات، يعد شيء جديد بحيث أن اغلبها لم تدرس بعد في اغلب الجامعات، كما انها تلبي حاجة السوق بدرجة كبرى على عكس المقررات المتعارف عليها في منظمات التعليم التقليدية. و الملاحظ أيضا انها تتصف بالتنوع حيث تلب كافة الميولات للأفراد الذين يرتادونها كما انا برامجها مرتبة من حيث السهولة بحث هناك من هو موجه للمبتدئين ومتوسطي المستوى والمحترفين مما يجعلها تمس اكبر شريحة ممكنة من الناس، والجدير بالذكر أيضا أن هذه المنصات لا تقوم بإنتاج المادة التعليمية بنفسها بل هي فقط وسيط بين صاحب المادة التعليمية والمتعلم النهائي، مما يجعل هناك تنوع في لغات وأساليب تعليم المادة التعليمية الواحدة.

3. أساسيات حول الثقافة المقاولاتية:

تعتبر الأنشطة المقاولاتية من أهم الأنشطة التي تدعم التنمية الاقتصادية في مختلف دول العالم، لما تساهم به من خلق للقيمة في الاقتصاد انطلاقا من الأفكار الإبداعية لرواد الاعمال في الدولة والتي تترجم لمشاريع ناشئة أو صغيرة، ومن بين اهم العوامل التي تحفز النشاط المقاولاتي في المجتمعات هي انتشار الثقافة المقاولاتية بين أفرادها والشباب منهم على وجه الخصوص، والتي تعد المقوم الأساسي للمقاولاتية.

1.3. مفهوم الثقافة المقاوالتية: تعرف الثقافة المقاوالتية على أنها مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة لدى فرد او مجموعة من الافراد، مع السعي لإستغلالها وتطبيقها وإستثمارها في أفكار مبتكرة، و تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين بالإضافة الى التخطيط و اتخاذ القرار و التنظيم و الرقابة، وترسخ هذه الثقافة من خلال ثلاث فضاءات مهمة : العائلة المدرسة والمؤسسة (عبدالقادر بوبكر، 2021، ص 272)

2.3. مقومات الثقافة المقاوالتية: بما أن الثقافة المقاوالتية هي مجموعة من المهارات والمعلومات المكتسبة وكذلك فهي مجموعة القيم الخاصة منها الإستقلالية، الإبداع، المسؤولية، الرغبة، والأخذ بالمخاطر، كما أنها مجموعة من المبادئ والقيم التنظيمية لتجسيد مسار المقاوالتية، فمقومات تحققها تعد جوانب إجتماعية بالدرجة الأولى، والتي تكون مستمدة من المحيط الاجتماعي، الذي يعد عنصرا في الدفع نحو المقاوالتية نظرا لتشكيلته المعززة لثقافة المقاوالتية والمتجلية خصوصا في:

- الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاوالتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني لهم، خاصة إذا كان آباؤهم يمتلكون مؤسسات خاصة وحققوا النجاح من خلالها، ما يجعلهم يشجعون أبنائهم على تبني ذلك الفكر والمسار، وكمقدمة أولى يقومون بتكليف الأطفال منذ الصغر للقيام ببعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.

- المدرسة والجامعة: ليست المدرسة أو الجامعة بمعزل عن الديناميكية السوسيو-إقتصادية للمجتمع، فبالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد يتعين عليها أن تحقق جسور إلتقاء مع المقاوالتية، من خلال التكوين على تبني الفكر المقاوالتية، وتثبيت معظم الخصائص الشخصية المطلوبة في الفرد المقاول وهو ما يطلق عليه بتنمية ثقافة المقاوالتية لدى الشباب، وهنا تكمن أهمية ودور الجامعة في نقل المعارف والتقنيات والدورات التكوينية من أجل خلق الثروة البشرية المطلوبة، وهذا ضمن منظور مقاوالتية للتربية والتكوين.

- الدين: يعتبر الدين من بين المؤسسات الاجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير، فقيم العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت، تعد عناصر مساهمة في تحقيق وتنمية الفكر المقاوالتية.

3.3. أهمية الاهتمام بتشكيل الثقافة المقاولاتية:

تكتسي الثقافة المقاولاتية أهمية اقتصادية واجتماعية غاية في الأهمية وفي مايلي بيان بعض منها (عطيل لموالي، 2019، ص 8)

- تشجيع أصحاب المهارات والقدرات الفائقة على المبادرة والابتكار والانجاز.
- تحسين قدرة الأفراد على التكيف والاستجابة لتلك التغيرات السريعة، التي أصبحت تميز العالم في شتى المجالات.
- تنمية وتطوير مهارات الأفراد من خلال حثهم وتحفيزهم على الإبداع والانجاز في سن مبكر
- غرس قيم الالتزام والمثابرة والمسؤولية في الأفراد تجاه ما ينجزونه، باعتبارهم أصحاب مشاريع.
- تثمين الثروات والإمكانيات المادية والبشرية التي يزخر بها المجتمع، واستغلالها لخلق الثروة.
- استندراك التأخر في إنشاء المؤسسات، بالمقارنة والمجتمعات الأخرى.
- تدعيم المؤسسات الصناعية الكبرى في المجتمع، ورفع كفاءتها الإنتاجية، بتلك المتوسطة والصغيرة.
- تحفيز المنافسة والابتكار، لأجل زيادة الناتج القومي، وتحقيق التوازن الاقتصادي.
- تخفيض نسبة البطالة واستغلال الطاقات المعطلة في المجتمع، من خلال توفير مناصب عمل ضمن المشروعات المقاولاتية (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة).
- توسيع وتنويع القاعدة الاقتصادية للمجتمع، وخلق مصادر تمويل جديدة.

4. الدراسة التطبيقية:

بغية التحفيز على تبني الفكر المقاولاتي، إرتئينا تقييم دور منصات التعلم الاجتماعي، وهذا ضمن المجتمع المرشح لتبني ذلك.

1.4. مجتمع وعينة الدراسة:

كون ظاهرة المدروسة تتعلق بالدور الذي تلعبه منصات التعلم الالكتروني في نشر الوعي المقاولاتي لدى الشباب فإن المجتمع المقصود من هذه الدراسة هو كل الشباب في العمر بين 19 الى 35 سنة . و قد تم اختيار عينة بصفة عشوائية و على هذا الأساس وفقد وزع الاستبيان على مجموعة من الافراد في مختلف الاعمار من الفئة المقصودة و من تخصصات و حالات اجتماعية مختلفة بلغ عددهم 50 فرد و قد تم استرجاع كل الاستبيانات الموزعة.

2.4. منهجية وأدوات الدراسة:

بغية التأكد من الفرضيات المطروحة، تم جمع بيانات من خلال تصميم إستبيان، أين تم التقييم من خلال إستخدام سلم ليكارت الخماسي، والإستبيان مكون من الأجزاء الثلاثة الموضحة:

- الجزء الأول: مجموعة من الأسئلة الغرض منها وصف خصائص العينة المستجوبة وتشمل المتغيرات الشخصية والوظيفية للعينة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة) بالإضافة الى سؤال حول ما إذا كانت للفرد تجربة سابقة مع منصات التعلم الإلكتروني.

- الجزء الثاني: يخص قياس الثقافة المقاولاتية لدى العينة بالتركيز على:

- قدرة الافراد على ترجمة الأفكار الى مهام ونتائج.
- إستعداد الافراد لتحمل التضحيات للحصول على عوائد على المدى الطويل.
- تحمل الافراد للمخاطرة بين الوقت الحالي والسابق.
- سعى الافراد للبحث عن الوسائل والأدوات المناسبة لتحقيق أهدافهم.
- قدرة الافراد على التصرف السليم في المواقف غير المتوقعة.
- الجزء الثالث: موجه للأفراد الذين كانت لهم تجربة سابقة مع منصات التعلم الإلكتروني ويناقش فكرة التكوين في منصات التعلم الإلكتروني من خلال النقاط التالية:

- خلق منصات التعلم الإلكتروني لأفكار مشاريع لدى الافراد
- شمول منصات التعلم الإلكتروني لمجالات حية تسد الفجوة في سوق العمل
- وجود دورات كافية في هذه المنصات لتعلم مختلف المجالات التي تهدف لتعليمها المنصة
- تحفيز منصات التعلم الإلكتروني روح الابداع والابتكار لدى روادها
- تحفيز منصات التعلم الإلكتروني روادها لتقديم شيء جديد من خلال ما تقدمه لهم من مهارات ومعلومات.

- الجزء الرابع: موجه للأفراد الذين كانت لهم تجربة مع منصات التعلم الرقمي وهو يدرس العلاقة بين استعمال هذه المنصات والثقافة المقاولاتية للشباب الدارس بها من خلال:

- تشجيع منصات التعلم الإلكتروني الشباب على المبادرة.
- تشجيع منصات التعلم الإلكتروني الشباب على تحمل المخاطر.

- توليد منصات التعلم الإلكتروني الرغبة في الافراد لانشاء مشروعهم الخاص انطلاقا من برامجها التعليمية.

3.4. التأكد من جودة أداة جمع البيانات:

للتأكد جودة أداة جمع البيانات المتمثل في الإستبيان، فقد تم ذلك من خلال التأكد من الصدق من خلال عرضه على مجموعة من المتخصصين في المجال مع الأخذ بالتعديل وفقا للملاحظات المقدمة، وبالنسبة للثبات الذي يعني الاستقرار في نتائجها وعدم تغيرها بشكر كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على افراد العينة عدة مرات، أين تم استخدام اختبار (Cronbach's Alpha) لقياس مدى تناسق عبارات الاستبيان وإنسجامها، والمعيار المعتمد هو أكبر من 60 بالمئة وكلما كانت النسبة أكبر كلما كان ثبات الاستبيان قوي، والنتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 04: نتائج اختبار معامل (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات الاستبيان:

المحور	عدد الفقرات	(Cronbach's Alpha)
الثقافة المقاولاتية	5	0.669
التكوين في منصات التعلم الإلكتروني	5	0.823
منصات التعلم الإلكتروني والثقافة المقاولاتية	3	0.676

من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS26

من خلال الجدول يتضح ان أداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات حيث بلغ معامل الثبات 0.669 بالنسبة للمحور الأول و 0.823 بالنسبة للمحور الثاني و 0.676 بالنسبة للمحور الثالث و كلها اكبر من 0.6 هذا يدل على ثبات الاستبيان.

5.4. عرض وتحليل النتائج:

- الوصف الاحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية:

تم حساب التكرارات و النسب المؤوية للتعرف على الصفات الشخصية لعينة الدراسة و فيما يلي يتم تحليل خصائص و سمات عينة الدراسة و الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 05: الخصائص الشخصية لعينة الدراسة:

المتغير	الحالة	التكرار	النسبة المؤوية
الجنس	ذكر	22	44

56	28	انثى	
100	50	المجموع	
48	19	25-19	العمر
42	17	30-26	
10	4	34-31	
	25.14 سنة	المتوسط الحسابي للاعمار	
100	50	المجموع	
46	23	طالب	المهنة
14	7	موظف	
28	14	بطل	
4	2	صاحب مشروع	
8	4	عامل حر	
100	50	المجموع	
74	37	جامعي	
13	13	دراسات عليا	
100	50	المجموع	
70	35	نعم	هل كانت لك تجربة مع لمنصات التعلم الالكتروني؟
30	15	لا	
100	50	المجموع	

من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS26

من خلال الجدول يتضح لنا:

- بالنسبة للجنس: بلغت نسبة الذكور 44 بالمئة من حجم العينة بينما نسبة الاناث 56 بالمئة وهي النسبة الأكبر و هذا راجع الى ان العينة كانت من وسط الشباب الجامعيين وأصحاب الدراسات العليا والذين تغطي عليهم نسبة الاناث.

- بالنسبة للعمر: بلغ المتوسط الحسابي للاعمار في العينة 25.14 سنة حيث تبدأ الاعمار من سن 19 سنة الى 34 سنة مع غياب العمرين 30 و 31 . كذلك نلاحظ ان الاعمال الأكثر تكرارا هي من 24 الى 26 سنة وهذا متوافق تمام مع المتوسط الحسابي لأعمار العينة كالعمر العادي للطالب الجامعي الجزائري او الطلبة حديثي التخرج.

- المهنة: تقسم العينة من حيث المهنة الى 46 بالمئة من الطلاب و14 بالمئة من الموظفين و28 بالمئة من البطالين و4 بالمئة من أصحاب المشاريع الخاصة و8 بالمئة من العمال الاحرار وهذا ما يتطابق تماما مع البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري

- المستوى الدراسي: شملت الدراسة 50 فرد من ذوي المستوى الدراسي الجامعي منهم نسبة 26 بالمئة من أصحاب الشهادات العليا (ماجستير و دكتوراه) اما البقية و هم الاغلب فهم من حملت شهادات الليسانس و الماستر او ممن يزاولون دراستهم بهذه المستويات.

- كما انه نلاحظ انه من افراد العينة هناك نسبة 70 بالمئة الذين كانت لهم تجربة مع منصات التعلم الالكتروني بينهما فقط 30 بالمئة هم الذين لم تسبق لهم التعلم من خلالها.

- التحليل الوصفي لأجابات افراد العينة حول محاور الدراسة:

يتضمن الاستبيان ثلاث محاور أساسية استهدفت الثقافة المقاولاتية لافراد العينة ورأي افراد العينة في منصات التعلم الالكتروني كذلك تأثير هذه المنصات على الثقافة المقاولاتية لأفراد العينة .

حيث تمت الإجابة على المحور الأول من قبل كافة افراد العينة بينما المحور الثاني والثالث فقد تمت الإجابة عليهما من قبل 70 بالمئة فقط من افراد العينة (الذين كانت لهم تجربة مسبقة مع هذه المنصات) أي 35 مفردة، و كانت إجابات العينة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 06: تحليل إجابات الافراد حول فقرات الاستبيان:

المتوسط الحسابي	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المحور والعبارة
المحور الأول: الثقافة المقاولاتية			
3,9600	موافق	,85619	لدي القدرة على ترجمة الأفكار إلى مهام ونتائج
3,9800	موافق	,93656	لدي استعداد لتحمل التضحيات مقابل ما سأحصل عليه من عوائد على المدى الطويل
3,8000	موافق	1,03016	عندما كبرت أصبحت أكثر اتخاذا للمخاطرة مما تعلمته من حذر الطفولة
4,2200	موافق	,84007	أسعى إلى إيجاد الوسائل المناسبة لتحقيق مبتغاي.
3,7400	موافق	1,12141	أعرف كيف أتصرف في المواقف غير المتوقعة
المحور الثاني: التكوين في منصات التعلم الالكتروني			

3,5429	موافق	1,01003	التعلم في منصات التعلم الالكتروني خلق لديك فكرة حول مشروعك
3,4286	محايد	1,14496	يشمل التكوين في منصات التعلم الالكتروني مجالات حيه تسد الفجوة في سوق العمل
3,6000	موافق	,97619	هناك دورات كافية في هذه المنصات لتلم بالمجالات المرغوبة
3,9714	موافق	1,01419	حفزت لديك البرامج التكوينية لهذه المنصات روح الابداع والابتكار
3,8286	موافق	,95442	بامكاني تقديم شيء جديد من خلال ما اكتسبته من التعلم عبر منصات التعلم الالكتروني
المحور الثالث: منصات التعلم الالكتروني و الثقافة المقاولاتية			
3,7143	موافق	1,07297	شجعك التعلم في منصات التعلم الالكتروني على المبادرة
3,1714	محايد	1,09774	تدفع منصات التعلم الالكتروني طلابها لتحمل المخاطر
3,6000	موافق	1,14275	ترى ان تعاملك مع منصات التعلم الالكتروني ولد فيك رغبة انشاء مشروعك الخاص

من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS26

من خلال معطيات الجدول 06 يتضح لنا ما يلي:

- المحور الأول: الثقافة المقاولاتية: كانت المتوسطات الحسابية لاجابات الافراد على أسئلة المحور محصورة بين 3.74 الى 4.24 أي ان افراد العينة يتمتعون بثقافة مقاولاتية جيدة فمن خلال اجاباتهم يتبين أن:

- لديهم القدرة على ترجمة الأفكار إلى مهام ونتائج

- لديهم استعداد لتحمل التضحيات مقابل ما سيحصلون عليه من عوائد على المدى الطويل

- يسعون إلى إيجاد الوسائل المناسبة لتحقيق مبتغاهم.

- يعرفون كيف أتصرف في المواقف غير المتوقعة

بالإضافة الى ما سبق فإنه من الجدول نلاحظ أيضا ان الانحراف المعياري المتعلق بإجابات كل أسئلة المحور كان اقل من 2 مما يعني ان التشتت مقبول وهذا يدل على عدم وجود اختلاف في آراء العينة حول اجاباتهم في المحور الأول.

- **المحور الثاني: التكوين في منصات التعلم الإلكتروني:** كانت المتوسطات الحسابية لإجابات الافراد على أسئلة المحور محصورة بين 3.42 الى 3.97 أي ان افراد العينة يرون أن:

- التعلم في منصات التعلم الالكتروني خلق لديك فكرة حول مشروع معين.
 - هناك دورات كافية في هذه المنصات لتلم بالمجالات المرغوبة.
 - البرامج التكوينية لهذه المنصات حفزت لديهم روح الابداع والابتكار.
 - بإمكانهم تقديم شيء جديد من خلال ما اكتسبته من التعلم عبر منصات التعلم الإلكتروني.
- بينما هم محايدون فيما يخص فكرة ان التكوين في منصات التعلم الإلكتروني يضم مجالات حيه تسد الفجوة في سوق العمل.

بالإضافة الى ما سبق فإنه من الجدول نلاحظ أيضا ان الانحراف المعياري المتعلق بإجابات كل أسئلة المحور كان اقل من 2 مما يعني ان التشتت مقبول وهذا يدل على عدم وجود اختلاف في آراء العينة حول اجاباتهم في المحور الثاني.

- **المحور الثالث: منصات التعلم الإلكتروني والثقافة المقاولاتية:** كانت المتوسطات الحسابية لاجابات الافراد على أسئلة المحور محصورة بين 3.17 الى 3.71 أي ان افراد العينة يرون أن:

- التعلم في منصات التعلم الالكتروني شجعهم على المبادرة.
 - ان تعاملهم مع منصات التعلم الالكتروني ولد فيهم رغبة انشاء مشروعك الخاص.
 - أيضا فهم محايدون فيما يخص فكرة ان تدفع منصات التعلم الإلكتروني طلابها لتحمل المخاطر
- بالإضافة الى ما سبق فإنه من الجدول نلاحظ أيضا ان الانحراف المعياري المتعلق بإجابات كل أسئلة المحور كان اقل من 2 مما يعني ان التشتت مقبول و هذا يدل على عدم وجود اختلاف في آراء العينة حول اجاباتهم في المحور الثالث.

1- اختبار الفرضيات:

- الفرضية الأولى: تساهم منصات التعلم الإلكتروني في دعم الثقافة المقاولاتية لدى روادها.
- لدراسة هذه الفرضية سيتم استخدام اختبار T مجموعة واحدة (One Sample T Test) حيث ان هذا الاختبار يعتمد فط على فرضين هما:

الفرضية العدمية H_0 : لا تساهم منصات التعلم الإلكتروني في دعم الثقافة المقاولاتية لدى روادها.

الفرضية البديلة H1: تساهم منصات التعلم الإلكتروني في دعم الثقافة المقاولاتية لدى روادها.

جدول رقم 07: نتائج اختبار T لمجموعة واحدة (One Sample T Test)

المتغير	متوسط الاختبار = 3,4952				قيمة T الجدولية = 1.690
المحور الثالث	قيمة T	درجة	sig	الفرق بين	فترة ثقة الاختبار
	المحسوبة	الحرية		الوسطين	الحد الأدنى
	3.404	34	0.002	0.49524	0.1995
					0.7909

من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS26

تم استعمال اختبار T test بناء على قيمة متوسط حسابي للمحور الثالث و التي تساوي 3,4952 كما هو موضح في الجدول حيث خلال هذا الأخير نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان قيمة مستوى المعنوية (0.002) و هي اقل من 0.05 و القيمة المحسوبة ل T (3.404) اكبر من T الجدولية (1.690) و عليه يتم رفض الفرضية الصفرية و قبول الفرضية البديلة.

- وبالنسبة لدراسة العلاقة ما بين العمر هناك علاقة ارتباط بين العمر واستعمال منصات التعلم الإلكتروني.

لدراسة هذه الفرضية يتم استعمال معامل الارتباط لبيرسون بين العمر واستعمال الشاب لمنصات التعلم الإلكتروني حيث ان هذا الاختيار يعتمد على فرضيتين هما:

الفرضية العدمية H0: ليست هناك علاقة ارتباط بين العمر واستعمال منصات التعلم الإلكتروني.

الفرضية البديلة H1: هناك علاقة ارتباط بين العمر واستعمال منصات التعلم الإلكتروني.

جدول رقم 08 معامل بيرسون للارتباط بين العمر واستعمال منصات التعلم الإلكتروني:

المتغيرات	معامل بيرسون	sig	مستوى المعنوية
العمر وإستخدام منصات التعلم الإلكتروني	0.037	0.798	0.05

من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS26

من خلال الجدول نلاحظ ان معامل الارتباط (0.037) أي ان الارتباط بين المتغيرين ضعيف ونلاحظ أيضا ان sig = 0.798 أكبر من مستوى المعنوية 0.05 . وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

• **الفرضية الثالثة:** هناك علاقة ارتباط بين تحفيز المنصات لروح الابداع و الابتكار في الشاب ورغبته في انشاء مشروع خاص.

لدراسة هذه الفرضية يتم استعمال معامل الارتباط لبيرسون بين تحفيز المنصات لروح الابداع والابتكار والرغبة في انشاء مشروع خاص حيث ان هذا الاختيار يعتمد على فرضيتنا هما:

الفرضية العدمية H0: ليست هناك علاقة ارتباط بين تحفيز المنصات لروح الابداع والابتكار في الشاب ورغبته في انشاء مشروع خاص.

الفرضية البديلة H1: هناك علاقة ارتباط بين تحفيز المنصات لروح الابداع والابتكار في الشاب ورغبته في انشاء مشروع خاص.

جدول رقم 09 معامل بيرسون للارتباط بين تحفيز المنصات لروح الابداع والابتكار في الشاب ومنحه الرغبة في انشاء مشروع خاص

المتغيرات	معامل بيرسون	sig	مستوى المعنوية
تحفيز المنصات لروح الابداع والابتكار في الشاب ومنحه الرغبة في انشاء مشروع خاص.	0.472	0.004	0.01

من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS26

من خلال الجدول نلاحظ ان معامل الارتباط (0.472) أي ان الارتباط بين جيد و نلاحظ أيضا ان ($0.004 = sig$) اقل من مستوى المعنوية 0.01 . وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة.

5. خاتمة:

يعتبر غرس الثقافة المقاولاتية لدى الشباب من اهم المسببات التي ستمكنهم عاجلا او آجلا من اقتحام مجال المقاولاتية، وتجسيد أفكارهم على أرض الواقع من خلال انشائهم لمؤسسات صغيرة أو ناشئة والتي ستساعد لا محالة في بناء اقتصاد وطني قوي و النهوض به. وقد اصبح الاهتمام بهذا الموضوع في الآونة الأخيرة ذو أهمية بالغة سواء في أوساط الباحثين و صناع القرار في مختلف ارجاء العالم.

غير انه في بلادنا و للأسف لازال الاهتمام بمثل هذه المواضيع دون المستوى رغما ما نشهده من تطور في هذا المجال من دول الجوار. و حتى ان كانت هناك مبادرات فهي لا تزال ضئيلة جدا و تستعمل بسبل تقليدية اكل عليها الدهر وشرب .

ومن بين اهم أساليب التعلم و نشر الوعي في المجتمعات هي منصات التعلم الالكتروني التي صارت مؤخرا تضاهي اقوى جامعات العالم . و التي تمنح طلابها مهارات تمكنهم من ضمان مكانهم في سوق الشغل كما و تحفزهم على فتح مشاريع خاصة لتحسين وضعهم المالي علي عكس ما تمنحه الجامعات خاصة في بلادنا من برامج تعليمية اكل عليها الدهر و شرب.

من هذا المنطلق فقد قمنا بدراسة ميدانية على مجموعة من الشباب لتبيان أثر منصات التعلم الالكتروني على تحفيز الثقافة المقاولاتية للشباب. ومن بين اهم نتائج الدراسة ما يلي:

- يشمل التكوين في منصات التعلم الالكتروني مجالات حيه تسد الفجوة في سوق العمل.
 - هناك دورات كافية في هذه المنصات لتلم بالمجالات المرغوبة خاصة المجالات المتعلقة بالتكنولوجيا كالبرمجة والذكاء الصناعي
 - تحفز البرامج التكوينية لهذه المنصات روح الابداع والابتكار لدي الشباب مما يمنحهم القدرة على مواجهة المخاطر و اقتحام عليم ريادة الاعمال
 - يقبل على هذه المنصات العديد من الشباب بأعمال متفاوتة حيث تعد سهلة الاستخدام لهم و تمكنهم بالحصول على مادة علمية و تدريبية دسمة باقل التكاليف.
 - يولد التعامل مع منصات التعلم الالكتروني الرغبة لدى الافراد في الحصول على مزيد من المعرفة و محاولة تطبيق التجارب الحديثة للتكنولوجيا في الدول في البيئة المحلية .
- التحقق من فرضيات الدراسة:

من خلال دراستنا للدور الذي تلعبه منصات التعلم الالكتروني في نشر الوعي المقاولاتي لدى الشباب توصلنا الى اثبات او نفي الفرضيات الموضوعية من خلال مجمل الاختبارات السابقة و التي تحصلنا عليها من خلال برنامج spss كما يلي:

- **الفرضية الأولى صحيحة:** حيث اظهر اختبار ستودنت ان منصات التعلم الالكتروني في تساهم دعم الثقافة المقاولاتية لدى روادها.
- **الفرضية الثانية خاطئة:** ليست هناك علاقة ارتباط بين العمر واستعمال منصات التعلم الالكتروني.
- **الفرضية الثالثة صحيحة:** هناك علاقة ارتباط بين ما تولده مناصت التعلم الالكتروني من ابداع وابتكار و الرغبة التي تمنحها له في بداية مشروع خاص.

6. قائمة المراجع:

- Kumar Basak, S., Wotto, M., & Belanger, P. (2018). E-learning, M-learning and D-learning: Conceptual definition and comparative analysis. *E-learning and Digital Media*, 15(4), 191-216
- بوحجر رشيد، ش. ن. س. ط. (2019). تعليم المقاولاتية كأداة لإنعاش الثقافة المقاولاتية في المحيط الجامعي. *مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة*, 1(1), 70-85. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123647>
- عبدالقادر بويكر، ك. ع. (2021). دور الثقافة المقاولاتية في انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى الشباب الجامعي (دراسة حالة المقاولات الرياضية لولاية الشلف نموذجاً). *الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية*, 13(3), 270-279. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/144409>
- عبدالله محمد الغامدي، ه.، & هيفاء. (2019). فاعلية نمط الدعم الالكتروني الفوري عبر المنصات التعليمية الالكترونية في تنمية مهارات إنتاج عناصر التعلم الرقمي. *مجلة كلية التربية (أسبوط)*, 35(6.2), 220-241.
- عطيل لموالي، ع. (2019). مدخل سوسيولوجي حول ثقافة المقاولاتية. *مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية و الانسانية*, 1(1), 61-74. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/134344>
- غنيم، ا. ج. ا. غ.، & غنيم، ا. ج. ا. (2020). أثر اختلاف أداتي تقديم المحتوى (الفيديو التفاعلي/الانفوجرافيك التفاعلي) في منصة Easy Class على تنمية مهارات إنتاج الألعاب التعليمية والكفاءة الذاتية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. *تكنولوجيا التربية دراسات وبحوث*, 42(1), 157-223.

المنصات الافتراضية للتعليم والتدريب المقاولاتي - منصة UNISIM -
Virtual platforms for entrepreneurship education and training
- UNISIM platform-

هاجر مزغيش * د. عادل خالدي

* مخبر الابتكار والهندسة المالية، جامعة ام البواقي-الجزائر - hadjer.mezghiche@univ-oeb.dz

** مخبر الابتكار والهندسة المالية، جامعة ام البواقي-الجزائر - adel.khaldi@univ-oeb.dz

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أهمية المنصات الافتراضية في تنمية مستوى التعليم والتدريب المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، حيث تعتبر المنصات الافتراضية لألعاب محاكاة الأعمال من الطرق الحديثة والمبتكرة في التعليم المقاولاتي لطلاب الجامعات. ومن بين المنصات الحديثة في المجال والأكثر فعالية نجد UNISIM بمختلف إصداراتها المختلفة، حيث يقدم بيئة افتراضية للواقع الحقيقي ويوفر مجموعة من الأدوات تمكن من انشاء مؤسسة أعمال افتراضية والتعامل مع الوظائف الحقيقية للمؤسسة. أثبتت الدراسات أن المنصة الافتراضية لها تأثير كبير على تطور العديد من المهارات المقاولاتية للطلاب كالثقة بالنفس والتفكير النقدي والاستراتيجي.

الكلمات المفتاحية: المنصات الافتراضية، التعليم المقاولاتي، التدريب المقاولاتي، ألعاب محاكاة الأعمال

Abstract

This study aimed to explore the importance of virtual platforms in developing the level of entrepreneurial education and training among university students, the virtual platforms of business simulation games are one of the modern and innovative ways in entrepreneurship education for university students. Among the modern platforms in the field and the most effective, we find UNISIM with its various versions, it provides a virtual environment for the real reality and provides a set of tools that enable the creation of a virtual business organization and deal with the real functions of the organization. Studies have proven that the virtual platform has a significant impact on the development of many entrepreneurial skills of students, such as self-confidence, critical and strategic thinking.

Keywords: virtual platforms, entrepreneurial education, entrepreneurial training, business simulation games

11. المقدمة

تلعب تقنيات المعلومات دورا مهما في تصميم طرق جديدة لتدريس طلاب الجامعات في مجال التعليم المقاولاتي (Arias-Aranda, 2007, p. 279)، حيث تتشكل شخصيات الطلاب من خلال الاستجابات السريعة والتفاعل الاجتماعي والتعلم القائم على التجربة (Jääskä & Aaltonen, 2022)، كما يفضل الطلاب التعلم الأكثر إثارة من خلال المرح والتحفيز واكتساب خبرة أكثر مقارنة بطرق التعلم التقليدية، والتي تعتمد على استيعاب المعلومات بدلا من العمل مع المعرفة، ويقدر ما يتوقع من التعليم العالي إعداد طلاب لمهنة مقاولاتية ناجحة، فمن الضروري استخدام أساليب التدريس المبتكرة (Beranič & Heričko, 2022, p. 04; Hughes et al., 2008, p. 219). تنتمي ألعاب الكمبيوتر التعليمية التي يشار إليها باسم الألعاب الجادة serious games إلى الأدوات التعليمية القادرة على الاستجابة لمتطلبات واحتياجات الطلاب، وتزويدهم ببرامج تدريب مقاولاتي ومنصة افتراضية قوية لمحاكاة الانتقال من فكرة إلى مؤسسة ناشئة. يركز الآن المنظور المعرفي على الاستثمار النفسي للطلاب في التعلم، والذي يأخذ في الاعتبار التنظيم الذاتي، واستراتيجيات التعلم العميق، التحفيز والكفاءة الذاتية، لذا فالتعلم التجريبي هو النهج الأكثر فاعلية لإنشاء تعلم عالي المستوى. ومن هنا سعت الكثير من الجامعات حول العالم لتبني العديد من البرمجيات المختصة في تعزيز التعليم والتدريب المقاولاتي، ومن هنا هدفت هذه الورقة البحثية في استكشاف ما اذا كانت المنصات الافتراضية أداة تعليمية فعالة لتدريب الطلاب على تحويل الأفكار إلى مؤسسات ناشئة حقيقية، وكذا الإجابة على السؤال التالي:

كيف تساهم المنصات الافتراضية في تعزيز التعليم والتدريب المقاولاتي للطلبة الجامعيين؟ للإجابة عن هذا التساؤل سيتم التطرق إلى الأدبيات المتعلقة بألعاب محاكاة الأعمال وأهمية استخدامها في التعليم والتدريب المقاولاتي، كما سيتم التعرف على منصة معروفة للمحاكاة في هذا المجال وهي UNISIM واستكشاف تأثيراتها واستراتيجياتها وأهمية استخدامها في هذا الجانب.

2. الأدبيات النظرية لألعاب محاكاة الأعمال والتعليم والتدريب المقاولاتي

المنصات الافتراضية للتعليم والتدريب المقاولاتي أو ما يعرف بألعاب محاكاة الأعمال Business Simulation Games، أصبح منهج معتمد في الجامعات كونه يركز على التعلم من خلال التجربة والخطأ ومحاكاة مؤسسة افتراضية ضمن فريق عمل جماعي. هذا الذي يتم التفصيل فيه من خلال التطرق إلى: ألعاب محاكاة الأعمال، استخدام ألعاب محاكاة الأعمال في التعليم والتدريب المقاولاتي.

1.2. ألعاب محاكاة الأعمال

على مدار العقد الماضي حدثت تطورات هائلة في تكنولوجيا الحوسبة الترفيهية ونمت صناعة الألعاب بشكل كبير بدءاً من وحدة التحكم والكمبيوتر المحمول والألعاب المحمولة على الهاتف المحمول (Beranič & Heričko, 2022, p. 04). يمكن لرسومات الكمبيوتر في الوقت الفعلي أن تحقق شبه الواقعية وعادة ما يتم ملء عوالم الألعاب الافتراضية بكميات كبيرة من المحتوى عالي الجودة، فضلاً عن تقليل تكاليف التطوير بشكل كبير. نظراً لأن ألعاب الترفيه في وقت الفراغ تزيد من قبضتها على الأفراد، كذلك تبرز قوة الألعاب للأغراض الغير ترفيهية في لعب دور أكثر مركزية، وكأحد أفضل الأمثلة على التحفيز التي لها جانب جاد يستخدم في استهداف مجموعات عديدة وسياقات مختلفة (Michael & Chen, 2005, p. 25). كما أظهرت دراستان كبيرتان في المملكة المتحدة والولايات المتحدة نتائج إيجابية في مجموعات عينة كبيرة في دراسة واحدة أجريت على فعالية النهج القائم على الألعاب مقارنة بتقنيات التعلم التقليدي (Freitas & Liarokapis, 2011, p. 11)، ودراسة أخرى على التغيير السلوكي عند الأطفال فيما يتعلق بالالتزام بالأدوية في التجارب السريرية (Sera & Wheeler, 2017, p. 156). أصبح مفهوم "الانغماس" أداة تصميمي مركزية على نحو اعتبار التعلم ليس فقط بناء للمعرفة ولكن أيضاً تنشئة اجتماعية للتفاعل والتحفيز (Kapralos, 2021).

تعرف ألعاب محاكاة الأعمال أو الأعمال الجادة بأنها تدريب عقلي بمساعدة لعبة كمبيوتر ذات قواعد محددة، تقدم تجارب تحفيزية وجذابة وبيئة تعليمية تفاعلية وأنشطة تعليمية مشتركة (Kaufman & Sauv, 2010)، يوصف هذا النهج التربوي أنه ازدواج بين الترفيه التفاعلي والتعلم الجاد من خلال الألعاب الرقمية (O'Farrell et al., 2021, p. 141)، تتعامل الألعاب الجادة مع نماذج افتراضية لموارد المؤسسات وعمليات اتخاذ القرار (Schmuck, 2021, p. 557). العناصر الأساسية المشكلة للعبة هم الطلاب المشاركون ومجموعة البيانات التي توضح مسار العملية الحقيقية الافتراضية (Patino et al., 2016, p. 02).

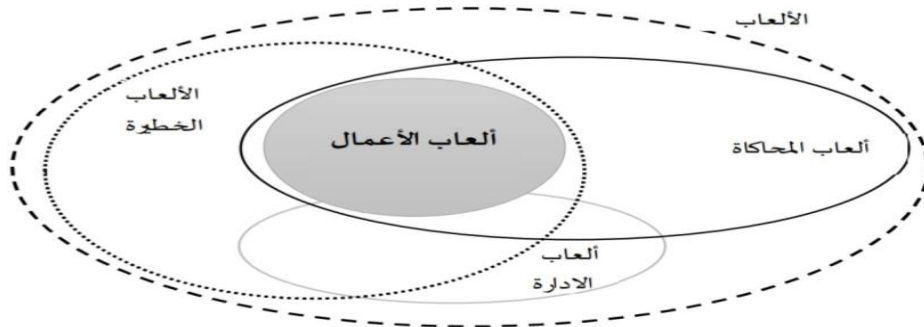
تعتبر ألعاب محاكاة الأعمال أداة فعالة لاكتساب الخبرة في التعليم إدارة الأعمال في الجامعات (Vij & Sharma, 2018, p. 25)، كما توفر بيئة تعليمية فعالة تسمح بالمراقبة الانعكاسية والتجريب من خلال اتخاذ القرار التفاعلي والتعلم عن طريق التجربة والخطأ، ضمن لعبة محاكاة الأعمال يواجه المشاركون مواقف اتخاذ القرار في بيئة حقيقية في الوقت نفسه يتغلب الطلاب على التحديات من خلال تطوير القدرة على اتخاذ قرارات سريعة وفعالة وتوقع العواقب والتطورات المستقبلية (Wolfe & Castroviovanni, 2006, p. 35)، عند تنفيذ اللعبة من قبل الطلاب يحاولون التنبؤ بقرارات الفرق المنافسة الأخرى من أجل الفوز باللعبة.

وحسب (Riivari et al., 2021, p. 1759) هناك سمتان رئيسيتان لمخرجات التعلم، أولاً عززت الألعاب الجادة من التفكير الذاتي لدى الطلاب وتقييم أدوارهم الجماعية والفردية، ثانياً تقييم نتائج الطلاب قائمة على كفاءة وأداء الفريق وعلى العمل الجماعي الجيد. كما أبرزت دراسة (Peterková et al., 2022, p. 04) أن الطلاب يستجيبون بشكل أفضل للتعلم باستخدام مؤسسة الممارسة (التعلم القائم على الألعاب) مقارنة بأساليب المحاضرات التقليدية (القراءة، التحدث والاستماع).

ألعاب محاكاة الأعمال لها طابع الفريق، عادة ما يعتمد على مشاركة عدد معين من الفرق ولكل فريق عدد معين من اللاعبين داخل كل فريق يجب تعيين قائم للفريق الذي يتحمل مسؤولية تنفيذ القرارات والتواصل داخل الفريق. تجري ألعاب المحاكاة على مراحل عددها يعتمد على نوع السيناريو في اللعبة تبدأ كل جولة بتقييم المعلومات حول المؤسسة ومنافسيها، أثناء تنفيذ لعبة المحاكاة هناك تفاعل ذو طابع مزدوج يحدث بين أعضاء كل فريق ضمن المستويات المختلفة لصنع القرار، وبين الفرق من خلال النقاط الناتجة الاقتصادية لكل فريق (Peterková et al., 2022, p. 03).

يتم استخدام الألعاب الجادة كمنهج مستحدث في العملية التعليمية، تختلف هذه الألعاب في مستوى الصعوبة بدءاً من ألعاب الإدارة التي تعبر عن محاكاة بسيطة وعامة تقدم عدداً صغيراً من المتغيرات وتمكن الطلبة من معالجة القضايا الرئيسية التي تنطوي عليها إدارة الأعمال، إلى الألعاب المتخصصة أو تلك المصممة لتطوير مجال معين لإدارة الشركات مثل التسويق أو المحاسبة، إلى ألعاب المحاكاة والألعاب الخطيرة التي يتلقى المشاركون فيها المزيد من المتغيرات لدمجها في بيئة معقدة لتمثيل الحياة الحقيقية للمؤسسة. هذه الألعاب تعتبر كتوليفة تستخدم في الجامعات لتطوير جودة العملية التعليمية، وذلك مثلما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل 1: ألعاب محاكاة الأعمال



المصدر: (Barišić & Prović, 2014, p. 99).

2.2. استخدام الألعاب الجادة في التعليم والتدريب المقاولاتي

لا شك أن تركيز العملية التعليمية على استخدام نماذج المحاكاة والألعاب الجادة سيجعل التعليم المقاولاتي يتجه نحو التدريب بدل التعليم، كونها تحاكي الواقع بنماذج مؤسسات وأعمال شبه حقيقية، فتجعل الطالب قريبا من الواقع وبعيدا عن الأطر النظرية التي لا تفيده كثيرا في تطوير مهاراته المقاولاتية.

تهدف الدورات التدريبية باستخدام الألعاب الجادة إلى خلق الوعي والتحفيز المقاولاتي لدى الطلاب نحو السلوك المقاولاتي، وكذا القدرة على عرض ومناقشة الأفكار المبتكرة والتفاعل الجماعي بالاضافة إلى التعرف على الفرص واتخاذ القرارات بسرعة، كما تقدم الألعاب الجادة الجوانب الرئيسية التالية (Dagnino et al., 2015, p. 147):

- التعريف الجيد بالمبادئ الأساسية للبيئة المقاولاتية، حيث يمكن للطلاب فتح مشروعه الخاص وإدارته واتخاذ أفضل القرارات من أجل النجاح قبل البدء في العمل؛
 - دمج المفاهيم النظرية التي تم تناولها (كيفية تمويل الأعمال التجارية، وجوانب التسويق وما إلى ذلك) بشكل جيد في طريقة اللعب؛
 - اختيار طريقة التمويل إما الحصول على قرض بنكي أو استخدام المال الخاص؛
 - توفر اللعبة ملاحظات خطوة بخطوة حول جوانب مختلفة من العمل (التسعير، رضا العملاء وما إلى ذلك) من خلال السماح للاعبين بفتح نوافذ لإدارة الأنشطة والتقارير الأسبوعية عن الأرباح والمدخرات ومطابقة الميزانية المستهدفة؛
 - تقدم تحديات أسبوعية تتعلق بموضوع معين مثل التسويق والمنافسة في السوق؛
 - تقدم مشاكل للحل وتقتصر استراتيجيات مختلفة عن طريق مساعدين آليين.
- تركز المحاكاة على تطوير مهارات طلاب التعليم العالي لاسيما تطوير مهارات العمل الجماعي التفاعلي واتخاذ القرارات الرشيدة بخصوص جميع وظائف المؤسسة، تطوير التفكير النقدي للطلبة من خلال النقاش الذي يدور بينهم أو ما يعرف بالعصف الذهني. تعتبر أيضا كنوع من التعلم التعاوني الذي يساعد على بناء الكفاءة الذاتية والإنجاز المتصور وبناء المهارات الشخصية. كما تساعد على تطوير مهارات الاندماج في فريق العمل وتطوير قدرات حل المشكلات للطلبة باستخدام مهارات التفكير في مستوى أعلى، تساعد المحاكاة أيضا على تطوير الصفات المقاولاتية الشخصية والمهارات المهنية كونها تعرض الطالب على نموذج واقعي (Levant et al., 2016, pp. 371-372).

تجدر الإشارة إلى أن مشاركة الطلاب وسمات الأستاذ وطرق تدريس مقياس المقاولاتية هي إطار العمل والوحدة الأساسية التي يجب على الجامعات التركيز عليها، وهذا الذي يتم التفصيل فيه مالياً.

1.2.2. مشاركة الطلاب

تعد مشاركة الطلاب والجهود المطلوبة للإشراكهم واحدة من أكثر الموضوعات التي تم البحث عنها في التعليم العالي على مدار العقود الأربعة الماضية، حيث تعرف المشاركة على أنها مقدار الوقت والجهد الذي يبذله الطلاب في دراساتهم والأنشطة الأخرى التي تؤدي إلى الخبرات والنتائج التي تشكل نجاح الطالب. فالمنظور السلوكي يركز على سلوكيات الطلاب المتعلقة برضاهم وانجازهم وتفاعلاتهم الاجتماعية، بينما يركز المنظور المعرفي على الاستثمار النفسي للطلاب في التعلم والذي يأخذ في الاعتبار التنظيم الذاتي واستراتيجيات التعلم العميق، التحفيز والكفاءة الذاتية، حيث كلا المنظورين لهما نظرة واسعة مفادها أن التعلم التجريبي هو النهج الأكثر فاعلية لإنشاء تعلم "عالي المستوى" حيث يتعلم الطلاب من أنفسهم بالإضافة إلى المعرفة الخاصة بالموضوع (Fredricks et al., 2004, p. 68; Kahu, 2013, p. 762).

2.2.2. سمات الأستاذ

ينبغي على الأستاذ ان يتمتع بخصائص وسمات المقاول الناجح والقدرة على التحكم في المهارات المهنية المطلوبة للعب الدور بنجاح في نماذج ألعاب محاكاة الأعمال لتدريس الطلبة في مقياس المقاولاتية، وتتمثل هذه السمات في (Adeyemo, 2009, p. 60):

- يجب أن يكون لديه المعرفة والخبرة الفنية المطلوبة؛
- التحكم الجيد في عملية العصف الذهني؛
- القدرة على التعلم من التجربة والخطأ؛
- الانضباط الذاتي؛
- القدرة على اتخاذ قرار الجودة؛
- القيام بالعمل والاستمتاع به؛
- التركيز على العمل؛
- القدرات التقنية والخبرة الواسعة في المنتجات والخدمات؛
- مهارات الاتصال من خلال القدرة على اثبات الذات والتعبير عن النفس وفهم الآخرين؛
- المهارات المالية؛
- مهارات الدعاية والتسويق؛
- مهارت القيادة المقاولاتية.

تعتبر هذه المهارات مهمة وضرورية جدا للتحكم فيها من قبل الأستاذ حيث لابد ان يكون على دراية تامة بأدوات التدريس المستخدمة في منهج المنصات الافتراضية والألعاب الجادة.

3.2.2. الأسس التعليمية لمنهج ألعاب محاكاة الأعمال

أكد العديد من الباحثين (Kapralos, 2021; Kaufman & Sauv, 2010; Levant et al., 2016) أن ألعاب محاكاة الأعمال تعتبر منهج مبتكر للتعليم المقاولاتي لأنها تمكن الطلبة من ممارسة أسس إدارة الأعمال. يوضح الجدول الموالي أهم المبادئ الأساسية لاستخدام المحاكاة كمنهج في التعليم المقاولاتي (Barišić & Prović, 2014):

الجدول 1: مبادئ استخدام ألعاب المحاكاة في التعليم والتدريب المقاولاتي

المبادئ	الوصف	التطبيق في المحاكاة
التفريد Individualization	تصميم مواقف التعلم من الاحتياجات الفردية	تتكيف الألعاب مع المستوى التعلم الفردي
ردود الفعل Feedback	الملاحظة وردود الفعل الفورية ترفع من مستوى التفكير النقدي	توفر ألعاب محاكاة الأعمال تعليقات فورية وسياقية
التعلم الفعال Active learning	التفاعل الفعال للتعلم في اكتشاف وبناء المعرفة الجديدة	توفر بيئة ألعاب المحاكاة تفاعل نشط يؤدي إلى الاكتشاف
التحفيز Motivation	تحفز الطلبة وتنشط الذكاء العاطفي لديهم	تجذب ألعاب محاكاة الأعمال الطلبة للساعات بهدف تحقيق الهدف
الجانب الاجتماعي Social	عملية تفاعلية تشاركية جماعية داخل الفريق الواحد	يمكن لعب ألعاب المحاكاة بين عدة لاعبين وإشراك البيئة الافتراضية
التدرج Scaffolding	يتم تحدي الطلبة بشكل مع مستويات تدريجية إلى المستوى الأكثر الصعوبة مما يسمح لهم بالاكتمال المهارات خطوة بخطوة	ألعاب المحاكاة مبرمجة بمستويات ينتقل فيها الطلبة من مستوى إلى آخر بعد اثبات وعرض الكفاءة
النقل Transfer	يطور اللاعبون القدرة على التعلم ونقل المهارات من موقف إلى آخر	تسمح ألعاب محاكاة الأعمال للمستخدمين بنقل المعلومات من سياق إلى آخر
التقدير Assessment	الطلبة لديهم قدرة على تقييم أنفسهم والمقارنة مع تعلم الآخرين	تسمح ألعاب المحاكاة للمستخدمين بتقييم مهاراتهم ومستوى تعلمهم

المصدر: (Barišić & Prović, 2014).

لفهم ذلك أكثر يتم مواليا في الجانب الميداني تقديم مثال عن منصة افتراضية رائدة في استخدام المحاكاة وألعاب محاكاة الأعمال لتطوير مستوى التعليم والتدريب المقاولاتي للطلبة.

3. المنصة الافتراضية لألعاب محاكاة الأعمال UNISIM

تعتبر من بين المنصات الافتراضية الأكثر استخداما في الجامعات خاصة في مجال ادارة الأعمال والتدريب المقاولاتي، توجد لعبة محاكاة الأعمال UNISIM في نسختين يعتمد تنفيذ اللعبة على العمل الجماعي للطلاب، حيث يتكون كل فريق من لاعب إلى ثمانية لاعبين، قبل بدء اللعبة يقوم الطلاب بإنشاء مؤسسة افتراضية وإنشاء هيكل إداري وتحديد أدوار أعضاء الفريق، هدف الفريق هو إدارة المؤسسة الافتراضية وتحقيق أعلى قيمة ممكنة لمعامل القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) (Peterková et al., 2022, p. 7).

1.3. إصدارات لعبة المحاكاة UNISIM

تتوفر لعبة المحاكاة UNISIM على خيارات تلامس المؤسسات الافتراضية في مجال الإنتاج والخدمات وهي كالآتي:

1.1.3. سوق الإلكترونيات الاستهلاكية

الشركات هي تجار تجزئة للإلكترونيات الاستهلاكية يختارون مجموعة مناسبة من المنتجات ومعاييرها، على سبيل المثال الهواتف، التلفزيونات أو الغسالات. تباع المنتجات من خلال القنوات المباشرة مثل المتاجر أو المتاجر الإلكترونية وفي متاجر البيع بالتجزئة.

2.1.3. سوق السياحة

مؤسسات وكالات السفر توفر أنواع مختلفة من الجولات- يقومون بتحسين معاييرهم للعملاء المستهدفين بما في ذلك الإقامة أو النقل أو الخدمات الإضافية.

2.3. إدارة منصة UNISIM

عند إدارة مؤسسة افتراضية تتخذ فرق الطلاب قرارات ضمن المعايير التالية (Peterková et al., 2022, p. 8):

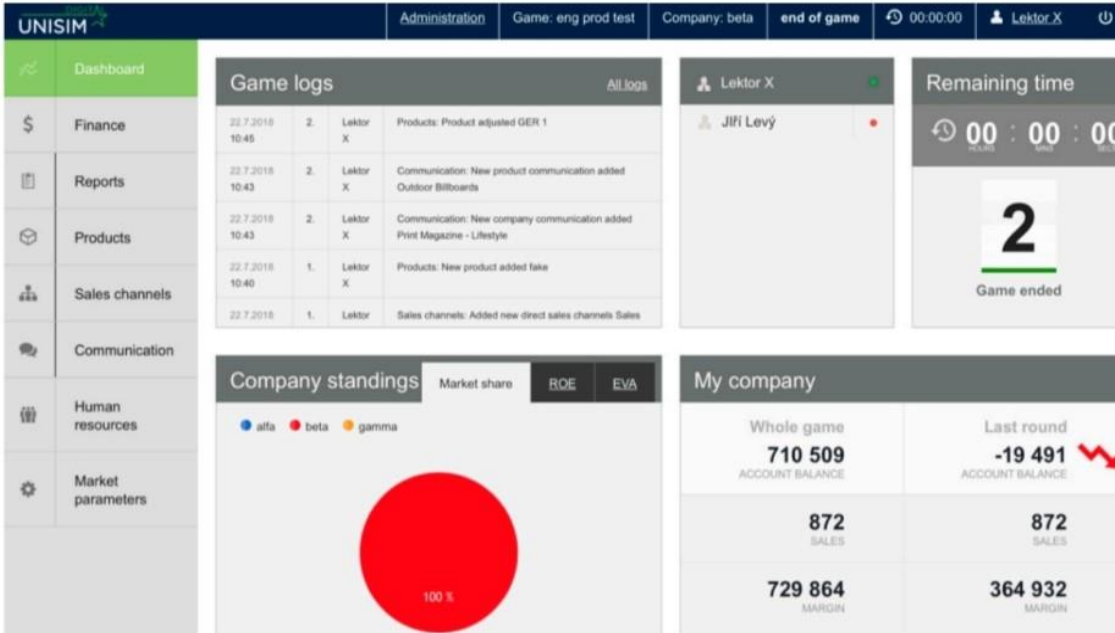
- أنواع المنتجات ومعاييرها وأسعارها وكمياتها المعروضة؛
 - أنواع الاتصال والخطة الإعلامية وتواتر الاتصال؛
 - أنواع قنوات الأعمال ومبيعاتها وأعدادها في المناطق؛
 - تمويل الشركة من المصادر الداخلية وكطا الاستعانة بالمصادر الخارجية؛
 - مكافأة الموظفين وتدريبهم؛
 - إدراج المعلومات المراد تحديدها في الشاشة الأولية.
- يتم تقييم القرارات التي تتخذها الفرق الفردية تلقائيا بعد كل جولة، مع الإشارة إلى ترتيب الفرق المتنافسة وفقا لمعايير القيمة الاقتصادية المضافة المحققة (EVA). يتم تحديد عدد

الجولات من قبل وسيط اللعبة والعدد الموصى به للجولات التي يتم لعبها هو 12 جولة، وهو مايمثل سنة من عمر المؤسسة الافتراضية.

أساس اتخاذ القرار الصحيح للفريق هو تقرير المؤسسة، الذي يوفر معلومات أساسية حول الوضع الاقتصادي في المؤسسة، وتقرير الصناعة والذي يوفر نظرة عامة على حالة الصناعة بأكملها ويقارن أداء الفريق كل طالب على حدى. يحتوي تقرير المؤسسة على بيان الدخل المختصر والميزانية العمومية وبيانات التدفقات النقدية وتقارير الإنتاج والاستثمار.

يتضمن الشكل المقابل خريطة مختصرة تتضمن كل جوانب المشروع أو المؤسسة أو لوحة التحكم الاجمالية، حيث تتضمن أهم خصائص البرمجية.

الشكل 2: النافذة الرئيسية لمنصة UNISIM



المصدر: <https://www.linkedin.com/company/unisim---business-simulation->

[/game/about](#)

يواجه الطلبة أثناء استخدام المنصة كل الحالات المرتبطة بإدارة المؤسسة حيث يكونون مطالبين باتخاذ القرارات والتعامل مع تأثيراتها وتحليل تدفق المعلومات المختلفة وتحمل المخاطر وتجربة الفشل والنجاح والتعلم من الخطأ، كما يمكن العمل الجماعي مناقشة القضايا المختلفة أثناء اللعبة وتعديل الأولويات والتفاوض على الاستراتيجيات مما يظهر تحديات جديدة كل مرة (Patino et al., 2016).

يمكن تعديل اللعبة من قبل المسؤول من حيث تغيير مدة الجولة، إضافة أو إزالة لاعبين، كما يمكن أيضا إنهاء اللعبة حتى قبل الوصول إلى العدد المحدد مسبقا من الجولات أو استيفاء

معيار الفوز. وبمجرد انتهاء اللعبة يتم انشاء تقرير نهائي عن المشاركين، كل هذا يعزز ديناميكية اللعبة وارتباطها بالواقع الحقيقي.

الشكل 3: نافذة إدارة اللعبة ومختلف التقارير لمنصة UNISIM

Game name	Enter game	View reports	Termination mode	Value	Current round	Number of players	Round time	Game setting	Start	Terminate round	Terminate game	Repeat calculations	Delete	Created
Cestovní kancelář 2.1 - soutěžící	-	📄	Počet kol	5	Finished	4	00:00:00	🔘	▶	⏸	🔘		🗑	8. 3. 2016 09:30
Travel agency demo game	-	📄	Manual	-	1	2	00:23:24	🔘	▶	⏸	🔘			15. 7. 2016 10:55
Game for Tuesday - April 26, 2016	-	📄	Manual	-	8	52	00:30:00	🔘	▶	⏸	🔘			25. 4. 2016 16:40
Game for Monday - April 25, 2016	-	📄	Manual	-	5	52	00:30:00	🔘	▶	⏸	🔘			24. 4. 2016 19:48

المصدر: <https://www.linkedin.com/company/unisim---business-simulation->

[/game/about](#)

3.3. استراتيجية منصة UNISIM للتدريب المقاولاتي

1.3.3. الاستراتيجيات العامة لبورتر

استراتيجيات بورتر العامة هي دليل جيد للمشاركين في المحاكاة لتحديد استراتيجيتهم العامة للشركة، فمن المهم دائما أن يكون لدر الفريق استراتيجية محددة بوضوح ومدروسة جيدا.

الشكل 4: الاستراتيجية العامة لبورتر

BROAD	COST LEADERSHIP	DIFFERENTIATION
COMPETITIVE SCOPE	COST FOCUS	DIFFERENTIATION FOCUS
NARROW	LOWER COST	DIFFERENTIATION
	COMPETITIVE ADVANTAGE	

المصدر: (Peterková et al., 2022, p. 9)

- تطبق استراتيجية بورتر في UNISIM وفق ما يلي (Peterková et al., 2022):
- التركيز على تمايز إعداد المنتجات بأفضل المعايير لقطاع معين، بالإضافة إلى تمييز الذات خلال علامة تجارية ممتازة و/أو جودة المنتجات المدركة بشكل كبير؛
 - التركيز على التكلفة المنخفضة يعني الحد من الاستثمارات في المجالات غير ذات الصلة بشريحة معينة (الباحثون عن القيمة)، وبالتالي يمكن لاقتصاد الشركة أن يعمل بشكل جيد حتى في الأسعار والهوامش المنخفضة نسبياً؛
 - التركيز على السوق بأكمله (النطاق الواسع) يعني إنشاء منتج متعدد الاستخدامات بما يكفي لإرضاء مختلف القطاعات، أو إنشاء المزيد من المنتجات التي تستهدف الشرائح هذا النهج يكون له فرصة أفضل للنجاح خاصة في المراحل اللاحقة للعبة، عندما يكون السوق أكثر تنافسية لأن المنتج الذي يتطابق بدقة مع احتياجات القطاع يتمتع بجاذبية أعلى؛
 - التركيز على جزء محدد (نطاق ضيق) يعني التركيز على إنشاء منتج يستهدف هذا القطاع بدقة يمكن أن تكون هذه أيضاً استراتيجية فعالة، خاصة في المراحل الأولى من اللعبة، لأن مجموعة واسعة من المنتجات تتطلب دعماً كبيراً مثل الاتصال؛
 - يمكن أن تكون قيادة التكلفة والتميز استراتيجيات رابحة داخل UNISIM ومع ذلك فمن الفعال أن يكون لدى الفريق استراتيجية واحدة للشركة، وليس استراتيجية منفصلة لكل منتج على سبيل المثال لن يكون من المفيد استثمار الكثير من المال في بناء علامة تجارية لبعض المنتجات فقط، فمن الناحية المثالية أختار بين استراتيجية منخفضة التكلفة أو التمايز، إما من خلال العلامة التجارية أو من خلال الجودة المتصورة؛
 - في بداية اللعبة يمكن اختيار نطاق ضيق منتج مستهدف بدقة، بالإضافة إلى نطاق واسع منتج متقاطع ولكن أثناء اللعبة إذا كان الفريق يرغب بتحقيق نطاق واسع فعال فيجب استبدال المنتج المتقاطع بالعديد من المنتجات المستهدفة بشكل ضيق.

2.3.3. مصفوفة BCG

يمكن استخدام في لعبة محاكاة UNISIM استراتيجية ممارسة مصفوفة بوسطن، بالنسبة لمصفوفة بوسطن من المهم رؤية الديناميكيات أي تطوير وضع المنتج بمرور الوقت لذلك ينصح بتكرار تشكيل مصفوفة BCG بعد الجولات الفردية، حيث يتم تمثيل الأسواق الفردية بأنواع المنتجات وبالاعتماد على إصدار المحاكاة على سبيل المثال يتم عرض برامج الرحلات أو الأجهزة الإلكترونية الاستهلاكية في المصفوفة، ومع ذلك ووفقاً لمخيلة العميل من الممكن تحديد مستويات السوق الأخرى وتقسيم الأسواق المذكورة مسبقاً في مجموعات فردية أكثر (Peterková et al., 2022).

3.3.3. مصفوفة Ansoff

تعتبر Ansoff Matrix مناسبة تماما للعبة التي يشرف عليها مدرب الفريق، مما يسمح بفرض شروط تقييدية واستخدامها لإظهار استراتيجيات تطوير المنتجات والسوق الفردية يسمح هذا بتركيز أكبر للاعبين على منتج أو سوق محدد خاصة في بداية اللعبة (Peterková et al., 2022).

الشكل 5: مصفوفة Ansoff



المصدر: (Peterková et al., 2022, p. 10)

وفقا لمصفوفة Ansoff يتم تحديد الإجراءات كالاتي (Peterková et al., 2022):

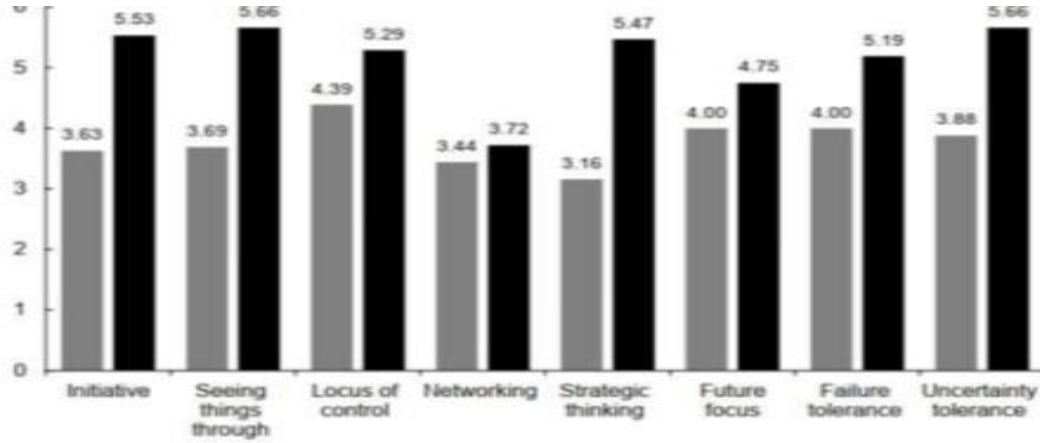
- اختراق السوق : يسمح للاعبين بإنشاء منتج واحد فقط من نوع معين ومن الممكن أيضا فرض قيود إقليمية (على سبيل المثال البيع فقط في منطقة الشمال)؛
- تطوير المنتج: حيث يمكن للاعبين إضافة منتج جديد ولكن فقط مع قيود إقليمية؛
- تطوير السوق: إمكانية إضافة مناطق ولكن فقط مع منتج محدد؛
- التنوع: إمكانية تقديم نوع منتج جديد في جميع المناطق.

4. تأثير استخدام منصة UNISIM على تنمية مستوى التعليم والتدريب المقاولاتي

في دراسة قام بها (Peterková et al., 2022) لتحديد أفضل منصة محاكاة لطلاب إدارة الأعمال اعتمادا على معيارين أساسيين: استكشاف البرامج وتعزيز خبرة المتعلم، حيث أظهرت النتائج أن منصتي UNISIM و TITAN أظهرتا إمكانات قوية من حيث اكتساب الطلبة خبرة عملية في إدارة الشركة الافتراضية.

لمعرفة الدور الذي من الممكن أن تؤديه المنصات الافتراضية لمحاكاة الأعمال في تطوير خبرات وقدرات تنظيم المشاريع لدى الطلبة الجامعيين، حيث توصلت النتائج إلى أن الطلاب يحققون قدرات أعلى عندما يتعرضون للتعليم التجريبي الموجه نحو العمل والذي يشجع على حل المشكلات حيث أدى استخدام لعبة محاكاة الأعمال UNISIM لتطوير الأعمال والمهارات الإدارية للطلاب وقدراتهم المقاولاتية ومساعدة الطلبة لمواجهة القيود المختلفة واحراز تقدم كبير في تعلمهم ومواجهة تحديات رواد الأعمال في مجال إدارة الأعمال (Peterková et al., 2022, p. 13)، يظهر الشكل المقابل القيم المختلفة للتأثير قبل وبعد استخدام البرمجية في مجالات عديدة مثل المبادرة، التحكم، التفكير النقدي، التفكير الاستراتيجي، التفكير المستقبلي، وغيرها حيث يلاحظ تقدم كبير للطلبة وبدرجات مختلفة لكل جوانب مخرجات التدريب المقاولاتي.

الشكل 6: تأثير المنصة على المهارات المقاولاتية



المصدر: (Williams, 2015, p. 387)

على سبيل المثال، احتياج الطلاب إلى اتخاذ قرار بشأن استراتيجية التسويق الأكثر فعالية للجمهور المستهدف كان لديهم الاختيار بين العديد من البدائل المعروفة في الأدبيات من التسويق المباشر إلى التغطية الإعلامية وغيرها، حيث يتم تزويد الطلبة بمعلومات كافية عن فعالية قنوات التسويق المختلفة لقطاعات السوق المحددة. فكانت القرارات متباينة بين القرارات الحذرة والقرارات المخاطرة (Williams, 2015, p. 391)، حيث يظهر هذا تفاعل وتأثير شخصية الطالب في التفاعل مع الأحداث المختلفة.

ومن فوائد منصة UNISIM على مهارات الطلبة حسب دراسة (Peterková et al., 2022) على 117 طالبا جامعيًا يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- **الخبرة الإدارية:** يرى الطلبة ألعاب محاكاة الأعمال فرصة لممارسة كيف يمكن أن تتصرف الشركة في السوق وكيفية الاستجابة للمنافسة، وخبرة في إدارة الشركة الحقيقية والمنافسة اللاحقة مع الشركات المنافسة ؛
- **فهم التبعية بين المتغيرات الاقتصادية:** أي معرفة أوثق بالمتغيرات الاقتصادية ومعرفة العلاقات المتبادلة بينهم وتأثيرها على النتيجة النهائية، على سبيل المثال ربط العلاقات بين المفاهيم مثل السعر والتكلفة والاستثمار ؛
- **العمل والتفاعل الجماعي:** حيث تمكن ألعاب محاكاة الأعمال القدرة على تعلم التواصل في فريق، وفرض وجهات نظرهم على القرارات التي يتم اتخاذها في عمليات المحاكاة، واتخاذ القرارات بناء على تبادل الأفكار ؛
- **الإلهام المقاولاتي:** إن فرصة تجربة المواقف والأنشطة المتعلقة بالأعمال، تمكن من خلق ذكاء عاطفي في ذهنية الطلاب وبالتالي التحفيز والتفكير بشكل واقعي أكثر في مفاهيم السلوك المقاولاتي الحقيقي؛
- **ربط النظرية بالممارسة:** تظهر الفوائد في التعلم من خلال اللعب وفي القدرة على ربط النظرية بالممارسة من خلال اللعب، وهو أمر ممتع ومفيد للطلاب؛
- **المهارات التحليلية والتوجيه في البيانات المالية:** دعم المهارات التحليلية والتي تعتبر مهمة ليس فقط في تنفيذ القرارات في شركة وهمية في المحاكاة، ولكن بشكل خاص في ممارسة الأعمال الحقيقية وفي الوقت نفسه تمكن عمليات المحاكاة من توجيه أنفسهم إلى البيانات والتقارير المالية، أنشطة التسويق والإنتاج وأبحاث السوق وبالتالي فهم المؤشرات الاقتصادية.

5.الاستنتاجات

تلعب ألعاب محاكاة الأعمال دورا مهما في التعليم الرقمي وفي العملية التعليمية المقاولاتية النشطة لطلاب الجامعات الذين يركزون على الأعمال التجارية. تنتمي المنصات الافتراضية لألعاب محاكاة الأعمال إلى أساليب التعلم التجريبي وتمثل جزءا من الألعاب التعليمية الرقمية التي تتيح التعلم الرقمي. تتيح ألعاب محاكاة الأعمال للطلاب التعرف على القوانين الاقتصادية للشركة والسوق من خلال اللعبة، وهذا ما تؤكدته نتائج العديد من الدراسات التي تظهر أن عمليات التدريس والتعلم في دورات الإدارة باستخدام ألعاب محاكاة الأعمال تعتمد على عناصر مبتكرة. كما أن في السنوات الأخيرة تم تعيين المحاكاة والألعاب للتركيز المواضيعي على البيئة والاقتصاد والاستدامة الاجتماعية، حيث يتم استخدامها بشكل أساسي في البيئة الجامعية.

6. الخاتمة

من خلال ما تم تناوله، يظهر أن تطبيق المنصات الافتراضية لتطبيق المحاكاة في مجال التعليم والتدريب المقاولاتي نتائج واعدة، خاصة بعد المبادرات الناجحة للعديد من الجامعات العالمية في تبني البرمجيات والتدريب عليها، حيث تعتبر الألعاب الرقمية بيئات تعلم فعالة، لأنها تخلق سياقات تشبه الواقع تتاح فيها للاعبين أو أصحاب المؤسسات الفرصة لتطبيق وتطوير المهارات المعرفية خاصة ما تعلق بالتفكير النقدي والتفكير الاستراتيجي، التخطيط، الاتصال، التفاوض، التفاعل الجماعي وصنع القرار وحل المشكلات وغيرها، وعلى الرغم من ذلك لا تزال العديد من الجامعات في العالم العربي بعيدة عن هذا المجال ولا تزال تعتمد الطرق التقليدية في التدريس رغم الانتقادات الموجهة إليها ومن هنا يجب اعتبار الخصوصية المتعلقة بالتعليم والتدريب المقاولاتي وتبني تطبيق طرق مثل ألعاب محاكاة الأعمال كمنصات افتراضية للواقع الحقيقي من أجل تنمية وتعزيز المهارات المختلفة كالتحفيز والمبادرة وخلق روح المقاولاتية من خلال تحفيز الذكاء العاطفي لدى الطلاب التي تسهم بشكل فعال في انشاء مؤسسات ناشئة وناجحة ومساعدة ومرافقة المقاول للتعرف على كل جوانب المشروع.

7. قائمة المراجع

1. Adeyemo, S. A. (2009). *Understanding and Acquisition of Entrepreneurial Skills: A Pedagogical Re-Oriented for Classroom Teacher in Science Education. Journal of Turkish Science Education (TUSED)*, 6 .(3)
2. Arias-Aranda, D. (2007). *Simulating reality for teaching strategic management. Innovations in Education and Teaching International*, 44(3), 273-286 .
3. Barišić, A. F., & Prović, M. (2014). *Business simulation as a tool for entrepreneurial learning The role of business simulation in entrepreneurship education. Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 4(2), 97-107 .
4. Beranič, T., & Heričko, M. (2022). *The Impact of Serious Games in Economic and Business Education: A Case of ERP Business Simulation. Sustainability*, 14(2), 683 .
5. Dagnino, F. M., Antonaci, A., Ott, M., Lavagnino, E., Bellotti, F., Berta, R., & De Gloria, A. (2015). *The eSG Project: A Blended Learning Model for Teaching Entrepreneurship Through Serious Games. European Conference on Innovation and Entrepreneurship* ,

6. Fredricks, J. A., Blumenfeld, P. C., & Paris, A. H. (2004). *School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. Review of educational research*, 74(1), 59-109 .
7. Freitas, S. d., & Liarokapis, F. (2011). *Serious games: a new paradigm for education? In Serious games and edutainment applications (pp. 9-23). Springer .*
8. Hughes, T., O'Regan, N., & Wornham, D. (2008). *The credibility issue: Closing the academic/practitioner gap. Strategic Change*, 17(7-8), 215-233 .
9. Jääskä, E & ,Aaltonen, K. (2022). *Teachers' experiences of using game-based learning methods in project management higher education. Project Leadership and Society*, 3, 100041 .
- 10.Kahu, E. R. (2013). *Framing student engagement in higher education. Studies in higher education*, 38(5), 758-773 .
- 11.Kapralos, B. (2021). *Learning about serious game design and development at the K-12 level. The International Journal of Information and Learning Technology .*
- 12.Kaufman, D., & Sauv, L. (2010). *Educational gameplay and simulation environments: case studies and lessons learned: Case studies and lessons learned. IGI Global .*
- 13.Levant, Y., Coulmont, M., & Sandu, R. (2016). *Business simulation as an active learning activity for developing soft skills. Accounting Education*, 25(4), 368-395 .
- 14.Michael, D. R., & Chen, S. L. (2005). *Serious games: Games that educate, train, and inform. Muska & Lipman/Premier-Trade .*
- 15.O'Farrell, E., Yilmaz, M., Gulec, U., & Clarke, P. (2021). *Playsafe: Results from a virtual reality study using digital game-based learning for safe agile software development. European Conference on Software Process Improvement ,*
- 16.Patino, A., Romero, M., & Proulx, J.-N. (2016). *Analysis of game and learning mechanics according to the learning theories. 2016 8th International conference on games and virtual worlds for serious applications (VS-GAMES) ,*
- 17.Peterková, J., Repaská, Z., & Prachařová, L. (2022). *Best Practice of Using Digital Business Simulation Games in Business Education. Sustainability*, 14(15), 8987 .
- 18.Riivari, E., Kivijärvi ,M., & Lämsä, A.-M. (2021). *Learning teamwork through a computer game: for the sake of performance or collaborative learning? Educational Technology Research and Development*, 69(3), 1753-1771 .

19. Schmuck, R. (2021). *Education and training of manufacturing and supply chain processes using business simulation games. Procedia Manufacturing, 55, 555-562 .*
20. Sera, L., & Wheeler, E. (2017). *Game on: The gamification of the pharmacy classroom. Currents in Pharmacy Teaching and Learning, 9(1), 155-159 .*
21. Vij, S., & Sharma, R. (2018). *Experiential Learning Through Business Simulation Game in Strategic Management. 20th Annual Convention of Strategic Management Forum, "Strategy, Innovation and Entrepreneurship Curriculum in the Era of Disruption ,*
22. Williams, D. (2015). *The impact of SimVenture on the development of entrepreneurial skills in management students. Industry and Higher Education, 29(5), 379-395 .*
23. Wolfe, J., & Castroviovanni, G. (2006). *Business games as strategic management laboratories. Developments in Business Simulation and Experiential Learning: Proceedings of the Annual ABSEL conference ,*
24. <https://www.linkedin.com/company/unisim---business-simulation-game/about/>

واقع المرافقة والدعم المقاولاتي بالجزائر دراسة وكالة ANGEM تبسة

بعلول نوفل* و الوافي حمزة**

*:جامعة أم البواقي، newfelbaaloul_eco@yahoo.com؛

** :المركز الجامعي ميله،louafi.hamza@centr-univ-mila.dz

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المرافقة المقاولاتية للمؤسسات الصغيرة والتي اتخذتها الحكومة الجزائرية من أجل إنشاء ومتابعة المؤسسات الصغيرة في جميع القطاعات الاقتصادية والحيوية، واتخاذها لوسائل وإجراءات أقل تعقيدا أقل بيروقراطية، واتباع نظام جذب استثماري يعتمد على الاعفاءات الضريبية وتقليص الرسوم ويرتكز على الإعانات المادية.

الكلمات الدالة: المرافقة المقاولاتية، المؤسسات الصغيرة، أجهزة المرافقة، هيئات المرافقة، ANGEM

ABSTRACT

This study aims to identify the small business associations that the Algerian government has taken to establish and follow up small enterprises in all economic and vital sectors, adopt less complex bureaucratic procedures and procedures, and adopt an investment-attracting system based on tax exemptions and reduction of fees based on subsidies.

Keyword: Business Accompaniment, Small Enterprises, Accompanying Bodies, Accompanying Bodies, ANGEM.

1. المقدمة

المقاولاتية مفهوم واسع الانتشار في المجال الاقتصادي، غير أنه كثيرا ما يحصر مفهومها في إنشاء مشاريع تجارية جديدة أو عمل بعض الأفراد لحسابهم الخاص، في حين أن هذه الأنشطة تمثل السلوك المقاولاتي بشكل محدود.

لذا فهي شكل من أشكال، وسمة من سمات السلوك البشري المتوقع وغير المتوقع. وربط العديد من الباحثين التوجه المقاولاتي بنمو الدول، ومن ثمة ألفة العديد من الدول الضوء على أهمية بعث روح المقاولاتية لدى أفرادها من أجل تطوير الاقتصاد وتنميته والنهوض به. ومن هنا اعتمدت الجزائر على مجموعة من الهيئات والأجهزة الحكومية والخاصة من أجل دعم الروح المقاولاتية ومرافقة الأفراد في إنشاء مشاريعهم الخاصة وتسييرها وتمويلها، ومن بين هذه الأجهزة الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة.

وبناءً على ما سبق، يمكن طرح إشكالية هذه الدراسة في تساؤل رئيسي مفاده:

ما هي المرافقة المقاولاتية للمؤسسات الصغيرة والمصغرة؟ وما واقعها في الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة لولاية تبسة؟

ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية، تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

- ✓ المحور الأول: الإطار المفاهيمي حول المرافقة المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمصغرة؛
- ✓ المحور الثاني: واقع المرافقة المقاولاتية في الجزائر؛
- ✓ المحور الثالث: الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة ANGEM (الدراسة الميدانية وكالة تبسة).

2. الإطار المفاهيمي حول المرافقة المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمصغرة.

بغية تنمية وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بادرت العديد من الدول خاصة المتطورة منها إلى اتخاذ عدة إجراءات لدعم وحماية هذه المؤسسات، وهذا لتعزيز قدراتها التنافسية ورفع كفاءتها الإنتاجية.

وبالتالي جعلها قادرة على الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل وجلب الثروة، ومن بين هذه الإجراءات نجد مرافقة حاملي المشاريع في إنشاء مؤسساتهم أو ما يعرف بالمرافقة المقاولاتية.

1.1. مفهوم عملية المرافقة.

تعرف المرافقة على أنها: عملية ديناميكية لتنمية وتطوير مشروعات الأعمال خاصة مشروعات أو منشآت الأعمال الصغيرة التي تمر بمرحلة التأسيس أو الإنشاء وبداية النشاط حتى تتمكن من

البقاء والنمو بصفة خاصة في مرحلة بداية النشاط start-up period، وذلك من خلال العديد من المساعدات المالية والفنية وغيرها من التسهيلات الأخرى اللازمة أو المساعدة.¹

ويعرف مصطلح المرافقة لغة على أنه: وضع مجموعة من الإجراءات تهدف إلى التخفيف من الآثار السلبية التي يعاني منها شخص ما (بغرض المساعدة).² تعرف أيضا بأنها مجموع الخدمات المقدمة للمقاول من طرف هيئة المرافقة (بغض النظر عما إذا كان قد أنشأ مؤسسته أو ليس بعد)، هذه الخدمات تشمل مجالات عدة: المادية، الاستثمارية، التكوينية، الخ...

هذا من جهة ومن جهة أخرى فان المرافقة تدل كذلك على تلك العلامة الشخصية التي تربط لمدة معينة من الزمن حامل المشروع مع شخص من هيئة المرافقة، والذي تتمثل مهمته في متابعة المقاول ومساعدته خاصة خلال مرحلة نمو مشروعه وتطوره.³

2.2. مفهوم المقاول.

يعرف جوزيف شومبيتر (J. Shumpeter) المقاول على انه الشخص الذي يملك صفة الابداع والابتكار، وهو فرد نادر ذو موهبة يستطيع جذب أرباح كثيرة، وأنه محرك التطور الاقتصادي، وهو شخص صاحب فكرة.

وتتوفر لديه الارادة نحو النجاح، ولديه مرونة في التعامل وتتوفر فيه الرغبة في المخاطرة بشكل معقول حيث يمتلك المهارة في التنظيم.⁶

3.2. مفهوم المؤسسات الصغيرة والمصغرة.

اثار تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمصغرة كثيرا من الجدل بين الاوساط الاقتصادية الدولية والمحلية، رغم وجودها وانتشارها في دول العالم النامي والمتقدم كافة على حد سواء، ولعل الأسباب المؤدية الى اختلاف التعاريف بين المفكرين وبين الدول وبين الهيئات الاقتصادية يمكن حصرها في الأسباب الآتية:

✓ إختلاف درجة النمو الاقتصادي؛

✓ إختلاف طبيعة النشاط الاقتصادي وفروعه؛

✓ إختلاف العوامل التقنية والعوامل السياسية.

ولصعوبة تحديد تعريف دقيق للمؤسسات الصغيرة والمصغرة تم الاعتماد على جملة من المعايير يمكن الاستناد عليها في محاولة تحديد ماهية هذه المؤسسات، فهي تشمل على سبيل المثال لا الحصر معيار عدد العمال، راس المال، كمية الانتاج او قيمته وحجم المبيعات...الخ، وقد يستخدم أي من هذه المعايير منفردا كما قد يحتاج الامر الى استخدام اكثر من معيار واحد في نفس الوقت.

فيصنف البنك الدولي المؤسسات التي يعمل فيها أقل من 10 عمال في المؤسسات المصغرة، والتي يعمل بها ما بين 10 الى 50 عامل في المؤسسات الصغيرة، والتي يعمل بها ما بين 50 و100 عامل في المؤسسات المتوسطة.

وفي الجزائر تعرف المؤسسات الصغيرة و المصغرة في القانون رقم 01-18 المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي اعتمدت فيه الجزائر على المعايير الآتية: عدد العمال، رقم الأعمال السنوي، الحصيلة السنوية.

فالمؤسسة المصغرة هي مؤسسة انتاج للسلع والخدمات، تشغل ما بين 01 و 09 عمال وتحقق رقم أعمال سنوي أقل من 20 مليون دينار جزائري.

والمؤسسة الصغيرة: تعرف بانها مؤسسة انتاج السلع والخدمات تشغل ما بين 10 و 49 عامل و لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 200 مليون دينار جزائري، ولا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 100 مليون دينار جزائري.⁷

وتأتي الحدود الفاصلة بين المؤسسات المصغرة والصغيرة في نص هذا القانون على النحو المحدد في الجدول الآتي:

الجدول 1: ملخص عن تعريف المؤسسات المصغرة والصغيرة حسب القانون 01-18.

نوع المؤسسة	عدد العمال	رقم الأعمال	الحصيلة السنوية
مؤسسة مصغرة	01-09	أقل من 20 مليون دج	أقل من 10 ملايين دج
مؤسسة صغيرة	10-49	أقل من 200 مليون دج	أقل من 100 مليون دج

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على القانون 01-18.

3. واقع المرافقة المقاولاتية في الجزائر.

لم تأخذ المقاولاتية حقتها في الجزائر الا بعد تخليها عن نظام الاقتصاد الموجه وانتقالها الى نظام اقتصاد السوق بهدف ايجاد حل للخروج من الازمة التي عرفها الاقتصاد الوطني ومؤسساته العمومية انطلاقا من منتصف الثمانينات نتيجة ضعف مردودية هذه المؤسسات من جهة والانخفاض الحاد في أسعار المحروقات من جهة ثانية، ولأن نجاح المؤسسات الصغيرة والمصغرة ليس بالأمر الهين، قامت الجزائر بتطبيق مجموعة من الإصلاحات على المستوى التشريعي من أجل تهيئة الأرضية القانونية الملائمة لنشاط المقاولين ومؤسساتهم، أيضا انشاء

وزارة خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والعديد من الأجهزة التي تعمل على المرافقة المقاولاتية.

1.3. أجهزة وهيئات المرافقة المقاولاتية.

توجد في كل دولة مجموعة من الهيئات أوكلت لها مهمة مرافقة المؤسسات، والنهوض بها من جانب الانشاء والتطوير لتمكينها من كسب أسس متينة، وتختلف هذه الاجهزة والهيئات من حيث المصدر والطبيعة ومستوى التدخل ومدته والقطاع الذي تهتم به، ومن أهمها الآتي:

1.1.3. أجهزة مرافقة المؤسسات الصغيرة المطورة على مستوى الوزارة.

1.1.1.3. مراكز التسهيل:

حددت الطبيعة القانونية لمراكز تسهيل المؤسسات حسب المرسوم التنفيذي الصادر في شهر فيفري 2003، وهي عبارة عن مؤسسات عمومية ذات طابع اداري لها شخصية معنوية وتتمتع بالاستقلالية المالية كما تتوخى تحقيق الاهداف الآتية:

- ✓ تطوير ثقافة المبادرة، ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعمها؛
- ✓ تقليص آجال انشاء المؤسسات وتوسيعها واستردادها؛
- ✓ تشجيع تطوير التكنولوجيات الجديدة لدى حاملي المشاريع؛
- ✓ خلق مكان يلتقي فيه عالم الاعمال والادارة المركزية والمحلية؛
- ✓ محاولة تثمين البحث من خلال توفير جو للتبادل بين حاملي المشاريع ومختلف مراكز البحث والشركات الاستشارية ومؤسسات التكوين والاقطاب التكنولوجية والصناعية؛
- ✓ انشاء قاعدة بيانات حول الكثافة المكانية لنسيج المؤسسات.⁸

1.1.3.2. مشاتل المؤسسات:

تضمن المرسوم التنفيذي ذو الرقم 03-78 المؤرخ في 25 فيفري 2003 القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات وتحديد دورها.

حيث تعرف مشاتل المؤسسات على انها: مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية وتكون في احد الأشكال الآتية:

- ✓ الحاضنة: وهي عبارة عن هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع في قطاع الخدمات.
- ✓ ورشة الربط: تتمثل فلي هيكل دعم يتكفل بأصحاب المشاريع في قطاع الصناعات الصغيرة والمهن الحرفية.
- ✓ نزل المؤسسات: يتكفل هذا النزل بحاملي المشاريع ذوي النشاطات التي تهتم بميدان البحث وتتكفل بمايلي:

✓ استقبال واستضافة ومرافقة المؤسسات حديثة النشأة لمدة معينة وكذلك أصحاب المشاريع؛

✓ تسيير وإيجار المحلات وتقديم الخدمات الملحقه؛

✓ تقديم ارشادات خاصة بمجال النشاط.

2.1.3. هياات المرافقة المقاولاتية.

2.1.3.1. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)

هي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت كاستبدال لوكالة ترقية ودعم ومتابعة الاستثمار (APSI) بموجب قانون الاستثمار لسنة 2001 في شكل شباك وحيد غير مركز موزع عبر 48 ولاية عبر مستوى الوطن، وتخول الوكالة القيام بجميع الإجراءات التأسيسية للمؤسسات وتسهيل تنفيذ مشاريع الاستثمار التي قد تكون في شكل إنشاء مؤسسات جديدة، أو توسيع قدرات الإنتاج، أو إعادة تأهيل وهيكله المؤسسات الجديدة، أو توسيع قدرات الانتاج⁹، حيث تهدف إلى:

✓ تشجيع وتطوير الاستثمارات في مختلف القطاعات من خلال الخدمات التي تقدمها؛

✓ تحقيق وتبسيط إجراءات المؤسسات والمشاريع؛

✓ كما تمنح هذه الوكالة مجموعة من التحفيزات تتمثل في:¹⁰

✓ تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية للتجهيزات المستوردة التي تدخل في انجاز المشروع؛

✓ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة بالنسبة للاستثمارات التي تدخل مباشرة في انجاز المشروع؛

✓ التكفل بتكاليف الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية بالنسبة للمناطق الخاصة؛

✓ الإعفاء من الضريبة على الدخل الإجمالي، الضريبة على ارباح الشركات، الدفع الجزافي والرسم على النشاط المهني لمدة تتراوح من 03 الى 10 سنوات من انطلاق المشروع حسب المناطق وحجم المشروع.

2.1.3.2. الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ):

هي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، انشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996، وقد وضعت تحت سلطة رئيس الحكومة و يتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة العملية لجميع نشاطاتها حيث تسعى لتشجيع كل الصيغ المؤدية لإنعاش قطاع التشغيل الشبابي من خلال انشاء مؤسسات مصغرة لإنتاج السلع والخدمات.¹¹

بالإضافة الى ترقية ونشر الفكر المقاولاتي ومنح اعانات مالية وامتيازات جبائية خلال كل مراحل المشروع وتوفر الوكالة صيغتين من التمويل وهما: تمويل ثلاثي و تمويل ثنائي.

الجدول 2: الهيكل المالي للتمويل الثلاثي (ANSEJ).

المستوى الأول: قيمة الاستثمار أقل من أو يساوي 5000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة	القرض المصرفي
01%	29%	70%
المستوى الثاني: قيمة الاستثمار ما بين 5000.001 دج و 10.000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة	القرض المصرفي
02%	28%	70%

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على منشورات الوكالة.

الجدول 3: الهيكل المالي للتمويل الثنائي (ANSEJ).

المستوى الأول: قيمة الاستثمار أقل من أو يساوي 5000.000 دج	
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة
71%	29%
المستوى الثاني: قيمة الاستثمار ما بين 5000.001 دج و 10.000.000 دج	
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة
72%	28%

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على منشورات الوكالة

3.2.1.3. الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC):

مؤسسة عمومية للضمان الإجتماعي يتمتع بالإستقلالية المالية والشخصية المعنوية، أنشأ بمقتضى المرسوم التشريعي رقم 94-11 المؤرخ في 26 ماي سنة 1994، والذي كلف بمهمة تقديم التعويضات للعمّال المسرّحين لأسباب إقتصادية المنصوص عليها في نظام للتأمين عن البطالة، بالإضافة إلى مساعدتهم من أجل إعادة الإدماج في الحياة المهنية ومن مهامه:

- تحصيل الإشتراكات المخصصة لتمويل آداءات التأمين عن البطالة، وضبط ملفات المنخرطين فيه ومن ثم صرف التعويضات المستحقة للبطالين المعنيين بخدماته.¹²

ولم يكن لهذا الجهاز مساهمة كبيرة في دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة حيث كانت المساهمة جزئية وليست هادفة، فجاءت تعديلات جديدة في جانفي 2004، عملت الجهات المعنية من

خلالها على ترقية أكبر لهذا الجهاز فيما يخص إنشاء المؤسسات لفائدة العاطلين عن العمل ذوي المشاريع البالغين من العمر بين 35 سنة و 40 سنة.¹³ ويستفيد المقاول من إعانات مالية وتخفيضات في معدل الفائدة المطبقة على القروض كما هو موضح في الشكل الموالي:

جدول رقم (04): الهيكل المالي للتمويل الثلاثي (CNAC)

المستوى الأول: قيمة الاستثمار أقل من أو يساوي 5000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة من الصندوق	القرض المصرفي
5%	70%	25%
5%	70%	25%
المستوى الثاني: قيمة الاستثمار ما بين 5000.001 دج و 10.000.000 دج		
المساهمة الشخصية للمقاول	القرض بدون فائدة من الصندوق	القرض المصرفي
10%	70%	20%
8%	70%	22%

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على منشورات الوكالة.

2.3. أسباب لجوء المؤسسات الصغيرة والمصغرة إلى المرافقة المقاولاتية.

من أهم أسباب لجوء المؤسسات إلى خدمات هيئات المرافقة، خاصة في السنوات الأولى من النشأة، هو تعقد سيرورة إنشاء المؤسسة من عدة جوانب أهمها ما يلي:¹⁴

✓ **التعقد الفني:** وينتج عن قلة خبرة حامل المشروع وضعف كفاءاته التسييرية، هذا ما يستوجب منه التحكم في عنصرين أساسيين هما: المعرفة الفنية الجيدة بالمشروع، والروح المقاولاتية العالية.

فالمعرفة تهدف إلى تقوية ما يسمى برأس مال الكفاءات (Capital Competences) لمنشئي المؤسسة، عن طريق تحويل المعارف، التكوين الفردي والجماعي... إلخ.

✓ **تعقد المحيط الخارجي:** تتميز البيئة الخارجية عادة بتغير وعدم الثبات، وبالكثير من التعقيدات فتاتي المرافقة في هذا الإطار بمجموعة من الأدوات التي تهدف الى ضبط هذا التعقيد وتوضيح الخيارات الممكنة للمقاول (عن طريق دراسة السوق، نصائح استراتيجية... إلخ)

✓ **التعقد الإداري:** ويتمثل في الصعوبات الإدارية التي يواجهها المقاولون عند انشاء مؤسستهم، والخاصة بالمعاملات مع مصالح الضرائب والتأمينات، ومصالح العمل والضمان الاجتماعي وغيرها، والذي ينجر عنه تأخر انطلاق النشاط، وهو ما قد يؤدي أحيانا إلى التخلي عن إنجاز المشروع.

بالإضافة إلى العوامل السابقة، توجد مشاكل أخرى تواجهها المؤسسات في مراحل نشأتها الأولى، والتي تعقد بشكل كبير عملية نموها، ومن أهمها:

- **معدلات الوفاة والفشل العالية:** فالدراسة التي أجريت على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول المتقدمة تبين بأن 50% من كل 1000 مؤسسة صغيرة، لا تبقى لأكثر من سنة ونصف، وأن 20% منها فقط تبقى لأكثر من 10 سنوات.

- **الضعف المالي:** وتتمثل أسباب هذا الضعف في:

✓ **تكاليف الإنتاج العالية:** تستفيد المؤسسات الكبيرة من الاقتصاديات السلمية أو اقتصاد الحجم، هذا ما يمكنها من تخفيض تكاليف الإنتاج الثابتة، على عكس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات إمكانات إنتاج محدودة.

✓ **تكاليف إدارية عالية:** وتتمثل في تكاليف المراسلات الإدارية وتنفيذ القوانين والتعليمات الرسمية حسب طبيعة عمل المؤسسة.

✓ **تكاليف تمويل عالية:** تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من صعوبة الحصول على تمويل، وإذا حصلت عليه فغالبا يكون بتكلفة أعلى من تكلفته للشركات الكبرى.

✓ **قدرة محدودة على امتصاص أثار المخاطر المالية:** وهي قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تحمل أثار المخاطر المالية التي قد تتعرض لها، كخسارة صفقة مثلا، والتي قد تترك أثار سلبية كبيرة على المؤسسة.

✓ **الضعف القانوني والسياسي للمؤسسات الصغيرة:** حيث أنها تشكو من:

✓ **ضعف القدرة على التأثير في التشريعات:** ومنها قوانين الضرائب التي لا تراعي الحاجات الخاصة للمؤسسات الصغيرة، حيث لا يمكن لهذه الأخيرة ممارسة الضغط لجعل القوانين تراعيها، وذلك بسبب تشتتها وعدم قيام أصحاب هذه المؤسسات بمتابعة مشاريع القوانين المستقبلية.

✓ **ضعف القدرة على استرجاع الحقوق:** في الكثير من الأحيان تملك المؤسسة حقوقا واضحة، ولكنه لا تستطيع وبسبب محدودية إمكاناتها المالية توظيف من يتابعون الدفاع عن تلك الحقوق واسترجاعها.

✓ **ضعف سياسي:** يعود الضعف القانوني للمؤسسات الصغيرة إلى ضعفها سياسيا، فليس لأصحابها نقابات وجمعيات مهنية خاصة بهم تحدد حاجاتهم الخاصة وتمارس الضغط السياسي للتأثير في التشريعات بما يحمي مصالحهم، حيث نجد الجمعيات المهنية وغرف التجارة والصناعة والنقابات العمالية وغيرها، والتي يهيمن عليها أصحاب المؤسسات الكبيرة، حيث يقومون بتوجيه أنشطتها لخدمة حاجاتهم.

4. الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة ANGEM (الدراسة الميدانية وكالة تبسة).

ظهر القرض المصغر لأول مرة في الجزائر سنة 1999، حيث سمح آنذاك بإنشاء أكثر من 15 ألف مشروع مصغر في مختلف القطاعات إلا أنه لم يحقق النجاح الذي كان مرجو منه، بسبب ضعف عملية مرافقة المشاريع أثناء مراحل نضج ومتابعة إنجازها.

1.4. نشأة الوكالة ومهامها: 15

لمحة عن الوكالة: من خلال الملتقى الذي نظم في شهر ديسمبر 2002 حول موضوع تجربة القرض المصغر في الجزائر وبناء على التوصيات المقدمة خلال هذا التجمع الذي ضمّ عددا معتبرا من الخبراء في مجال التمويل المصغر، تم إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004، وهي هيئة ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي توضع تحت سلطة رئيس الحكومة ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل متابعة العملية بمجمل نشاطاتها ومن أجل تنفيذ المهام المسندة للوكالة تم إنشاء 49 وكالة ولائية تغطي كافة ولايات الوطن وهذه الأخيرة مدعّمة بخلايا للمرافقة على مستوى الدوائر وتقوم بالاتصال مع المؤسسات والهيئات المعنية لإنجاز المهام الآتية:

- ✓ تسيير جهاز القرض المصغر وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما؛
 - ✓ تدعيم المستفيدين وتقديم لهم الاستشارة وترافقهم في تنفيذ أنشطتهم؛
 - ✓ تمنح قروض بدون فائدة؛
 - ✓ تبلغ المستفيدين أصحاب المشاريع المؤهلة للجهاز بمختلف الإعانات التي تمنح لهم؛
 - ✓ تضمن متابعة الأنشطة التي ينجزها المستفيدون مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريعهم.
- وتكّلف الوكالة بما يأتي:
- ✓ إنشاء قاعدة للمعطيات حول الأنشطة والمستفيدين من الجهاز؛
 - ✓ تقدم الإستشارة والمساعدة للمستفيدين من جهاز القرض المصغر في مسار التركيب المالي ورصد القروض؛

- ✓ تقديم علاقات متواصلة مع المصارف والمؤسسات المالية في إطار التركيب المالي للمشاريع وتنفيذ خطة التمويل ومتابعة إنجاز المشاريع واستغلالها والمشاركة في تحصيل الديون غير المسددة في آجالها؛
- ✓ تبرم إتفاقيات مع كل هيئة أو مؤسسة أو منظمة يكون هدفها تحقيق عمليات التحسيس ومرافقة المستفيدين من جهاز القرض المصغر في إطار إنجاز أنشطتهم وذلك لحساب الوكالة.

2.4. مرافقة وكالة ANGEM تبسة لحاملي المشاريع:

تكون مرافقة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لحاملي المشاريع من خلال تسيير صيغتين من التمويل، تسمحان باقتناء عتاد صغير ومواد أولية لممارسة نشاط ما أو تجسيد مشروع معين، وهما:

- ✓ تمويل شراء المواد الأولية: ويتمثل في قرض بدون فوائد بقيمة 100.000 دج والذي يمكن أن تصل قيمته إلى 250.000 دج على مستوى ولايات الجنوب موجه لشراء المادة الأولية، يتم تسديده على مدى 24 إلى 36 شهرا.
 - ✓ التمويل الثلاثي: يتمثل في قرض بقيمة لا تتعدى 1.000.000 دج من أجل اقتناء عتاد صغير ومادة أولية لإنشاء مؤسسة، ويتم تسديده على مدى 12 إلى 60 شهرا (من سنة إلى 05 سنوات) والجدول الموالي يوضح أنماط التمويل المذكورة سابقا:
- جدول 5: الصيغ التمويلية التي تعتمدها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.**

قيمة المشروع	المساهمة الشخصية	القرض البنكي	مساهمة الوكالة	نسبة الفائدة
لا تتجاوز 100.000 دج	0%	-	100%	-
لا تتجاوز 250.000 دج	0%	-	100%	-
لا تتجاوز 1.000.000 دج	1%	70%	29%	-

المصدر: منشورات خاصة بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

وتمر عملية المرافقة لوكالة القرض المصغر من خلال ثلاث مراحل:

1. **مرحلة الإستقبال:** تبدأ هذه المرحلة منذ تقدم المقاول (المستفيد) إلى المرافق بالدائرة التي تعنيه (علما أنه في كل دائرة مرافق على الأقل فمثل دائرة الوزن للوكالة مرافقين) ومن ثم يقوم حامل المشروع بعرض فكرته وأسباب اختيارها مع توجيه المرافق له يتم جمع وتصميم المعلومات

الضرورية لفكرة المشروع وصولاً إلى طبعة المرافقة الواجب اتباعها وهذا على أساس احتياجات المقال.

2. **مرحلة المرافقة في تركيب المشروع والمرافقة المالية:** يقصد بالمرافقة في تركيب المشروع مرافقة المقال في كل مرحلة من مراحل نضج المشروع، من خلال تكوينه في الجانب التقني والجانب التسييري، حيث تقوم الوكالة الوطنية بتكوين الأشخاص المستفيدين من برنامجها لتزويدهم بمختلف المعارف التي تمكنهم من تسيير مؤسساتهم ومن هذه البرامج¹⁶:

❖ **برنامج تكوين في التربية المالية PEFG:** يوجه هذا البرنامج التكويني للمستفيدين من التمويل الموجه لشراء المواد الأولية ذوي المستوى التعليمي المتواضع ويهدف إلى تلقينهم المبادئ الأساسية التي تمكنهم من التسيير المالي الحسن لمؤسساتهم المصغرة ويرتكز هذا البرنامج على المحاور الآتية:

- رفع الثقة بالنفس؛
- الإستعمال الأمثل للموارد المالية؛
- خفض التكاليف والإدخار المستمر؛
- تسيير مديونية المؤسسة ورفع حجم المبيعات؛
- استهداف رفع حجم المؤسسة من مؤسسة مصغرة إلى مؤسسة أكبر.

❖ **برنامج التكوين في إنشاء وتسيير المؤسسات المصغرة GTPE:** يوجه هذا البرنامج للمستفيدين من التمويل الثلاثي ويهدف إلى تزويدهم بمختلف المعارف المتعلقة بإنشاء وتسيير المؤسسات المصغرة، ويرتكز هذا التكوين على منهجية تشاركية تسمح بتبادل التجارب والخبراء بين المكونين، والمقاييس التي يتضمنها هذا البرنامج هي: المؤسسة والعائلة، تسيير المخزون، حساب التكاليف، المحاسبة، التخطيط المالي، التسويق، المستخدمين والإنتاجية.¹⁷

أما المرافقة المالية فتتمثل في مرافقة المصرف لحامل المشروع من جانب التقييم المالي للمشروع وهذا لاتخاذ قرار أولي لتمويل المشروع من قبل الهيئة المرافقة.

3. **مرحلة المتابعة بعد الإنشاء:** تشمل هذه المرحلة كل أشكال الدعم للمقاول من خلال إقحام مؤسسته في بيئة الأعمال ويتم تقديم في هذه المرحلة عدّة امتيازات مساعدة منها:

- تسويق منتجات المؤسسة المصغرة من خلال تنظيم معارض وصالونات تسمح لهم بالتعريف بمنتجاتهم وتنشيط ورشات عمل لتبادل الخبرات بين المؤسسات الناشئة ونظيرتها التي تملك خبرة في السوق.

- الإمتيازات الجبائية المقدّمة من طرف الوكالة والمتمثلة فيما يلي:¹⁸

✓ إعفاء كلي من الضريبة على الدخل الإجمالي والضريبة على أرباح الشركات لمدة 03 سنوات؛

✓ إعفاء من الرسم العقاري على البيانات المستعملة في النشاطات التي تمارس لمدة 03 سنوات؛

✓ إعفاء من رسم نقل الملكية على الإقتناءات العقارية التي يقوم بها المقاولون قصد إنشاء نشاطات صناعية؛

✓ إعفاء من جميع حقوق التسجيل على عقود تأسيس الشركات التي ينشئها المقاولون؛

✓ تخفيض من الضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات وكذا الرسم على النشاط المهني المستحق عند نهاية فترة الإعفاءات وذلك خلال ثلاث سنوات الأولى من الإخضاع الضريبي ويكون هذا التخفيض كما يلي:

- السنة الأولى من الإخضاع الضريبي تخفيض قدره 70%.

- السنة الثانية من الإخضاع الضريبي تخفيض قدره 50%.

- السنة الثالثة من الإخضاع الضريبي تخفيض قدره 25%.

✓ تحدد الرسوم الجمركية المتعلقة بالتجهيزات المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار بتطبيق معدل 5%.

- ضمان القروض البنكية: تم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 16-04 المؤرخ في 2004/01/22 إنشاء صندوق الضمان المشترك للقروض المصغرة، والذي تتمثل مهمته الأساسية في ضمان القروض المصغرة التي تمنحها البنوك والمؤسسات المالية المنخرطة فيه لصالح المقاولين الذين تلقوا اشعارا بإعانات الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.¹⁹

3.4. حصيلة الإنجازات المقدمة من طرف الوكالة بعد تطبيق أسلوب المرافقة المقاولاتية:

حققت الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر منذ نشأتها إلى غاية 30 ديسمبر 2017 مجموعة من الإنجازات والتمثلة في عدد القروض المصغرة الممنوحة ومناصب الشغل المستحدثة والتي يمكن توضيحها فيما يلي:

الجدول 6: يمثل التمويل دون فائدة لشراء المواد الأولية.

عدد الوظائف التي تم إنشاؤها	مبلغ المشاريع الممولة	عدد الملفات الممولة			عدد الملفات المؤهلة			طلب		قطاع النشاط
		المجموع	أنثى	ذكر	المجموع	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
3024	113070430,68	2016	695	1321	2126	708	1418	709	1434	زراعة
5003	230831965,80	3335	3225	110	3542	3427	115	3452	116	صناعات صغيرة
1529	85382626,64	1019	0	1019	1062	0	1062	0	1067	BTPH
2922	102827869,46	1948	993	955	1974	1005	969	1005	970	الخدمات
7931	373731076,67	5287	5129	158	5583	5416	167	5434	168	الحرف
0	-	0	0	00	2	0	2	00	02	تجارة
0	-	0	0	0	0	0	0	00	00	الصيد البحري
20408	905843969,25	13605	10042	3563	14289	10556	3733	10600	3757	المجموع
			13605			14289		14357		المجموع الكلي

الجدول 7: يوضح تمويل دون فائدة لإنشاء مشروع.

عدد الوظائف التي تم إنشاؤها	مبلغ المشاريع الممولة	عدد الملفات الممولة			عدد الملفات المؤهلة			طلب		قطاع النشاط
		المجموع	أنثى	ذكر	المجموع	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
17	1514375,10	11	0	11	184	10	174	17	357	زراعة
129	17507432,50	86	68	18	429	152	277	168	382	صناعات صغيرة
92	14894919,52	61	0	61	177	1	176	1	257	BTPH
1284	175133159,60	856	91	765	3559	738	2821	987	3594	الخدمات
120	8754128,70	80	67	13	823	641	182	878	247	الحرف
26	4691920,08	17	3	14	52	8	44	10	58	تجارة
1667	222495935,50	1111	229	882	5224	1550	3674	2061	4895	المجموع
			1111			5224		6956		المجموع الكلي

يمثل الجدول رقم (06) تمويل دون فائدة لشراء المواد الأولية حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن العدد الإجمالي لطلبات التمويل لشراء مواد أولية خلال سنة 2017 بلغ 14357 طلب، تم تأهيل 14289 ملف، في حين تم تمويل 13605 ملف بمبلغ إجمالي قدره 905843969.25 دج لشراء المواد الأولية، حيث تصدر الحرف المرتبة الأولى ب 5287 ملف ومبلغ مالي قدره 373731076.76 دج تليها الصناعات الصغيرة والزراعة والبناء والأشغال العمومية والخدمات، ونلاحظ أيضا إنعدام التمويل لشراء مواد أولية في قطاعي التجارة والصيد البحري، وهذا راجع إلى طبيعة المنطقة الجغرافية والاقتصادية التي تتجه نحو قطاعات الحرف والخدمات.

ومن جهة أخرى ومن خلال الجدول رقم (07) يتبين أن طلبات تمويل دون فائدة لإنشاء المشاريع لووكالة ANGEM تبسة وصل إلى 6956 طلب خلال نهاية 2017 حيث تم تأهيل 5224 ملف، منها 1111 ملف تم تمويله أي بنسبة 21.27% بمبلغ إجمالي قدره 222495935.50 دج، من خلاله تم استحداث 1667 وظيفة. وفي نفس السياق نلاحظ أن أغلب المقاولات الممولة تتجه نحو قطاع الخدمات بنسبة 71.05% التي أخذت حصة الأسد وهذا راجع إلى توجه المقاولين إلى قطاع الخدمات بسبب نقص الابداع والابتكار وانعدام الفكرة واعتمادهم أحيانا على نفس المشاريع في حين تتقاسم القطاعات الأخرى بمبلغ التمويل بنسب تتراوح بين 7.74% و 01%.

5. خاتمة

تقدم المقاولاتية دورا هاما في مجال التشغيل وزيادة حجم الإنتاج وتنمية الاقتصاد، لكن في الجزائر تكافح الثقافة المقاولاتية لإيجاد مكانة لها في المجتمع، لذا اعتمدت الحكومة على أجهزة ووسائل لدعمها، في هذا البحث تم التطرق إلى أهم أجهزة المرافقة المقاولاتية والمتمثلة في مراكز التسهيل ومشاتل المؤسسات، كذلك تم التطرق إلى هيئات المرافقة المقاولاتية مثل الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC)، وتم التركيز على الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة ANGEM. حيث تمت عملية المرافقة على مستوى وكالة تبسة.

نتائج الدراسة:

من خلال التعمق في موضوع المرافقة المقاولاتية وواقعها على مستوى الوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغرة تم استخلاص النتائج التالية:

✓ المرافقة هي مجموع الخدمات المقدمة للمقاول من طرف هيئة المرافقة.

- ✓ المقاول على انه الشخص الذي يملك صفة الابداع والابتكار، وهو فرد نادر ذو موهبة يستطيع جذب أرباح كثيرة.
- ✓ أنشأت الحكومة الجزائرية عدة أجهزة وهيئات لمرافقة المقاولاتية وذلك خلال إدراكها لضرورة الاهتمام بتدعيم روح المقاولاتية لما لها من فائدة سواء على المستوى الاجتماعي أو الاقتصادي.
- ✓ تضمن متابعة الأنشطة التي ينجزها المستفيدون مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريعهم.
- ✓ تقوم الوكالة الوطنية بتكوين الأشخاص المستفيدين من برنامجها لتزويدهم بمختلف المعارف التي تمكنهم من تسيير مؤسساتهم.

التوصيات:

- ✓ ضرورة معرفة مصير المؤسسات المنشأة وديمومتها.
- ✓ تخفيف العراقيل التي تقف في وجه المؤسسات الصغيرة والمصغرة.
- ✓ التوجه نحو استراتيجية تدريب في مجال المقاولاتية وإنشاء المؤسسات.
- ✓ ربط حاضنات الأعمال ومثائل المؤسسات بالجامعات ومراكز البحث والمخابر، من أجل الابتكار والتخلي عن التقليد.
- ✓ التركيز على جانب الإعلام والتوجيه الذي يعتبر أول عناصر المرافقة.

6. المراجع

1. محمد قوجيل، محمد حافظ بوغابة، المرافقة في إنشاء المشاريع الصغيرة: تحليل نظري وإسقاط على الواقع الجزائري، مداخلة في الملتقى الوطني حول: استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المنعقد يومي 18 و19 أبريل 2011، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص. 04.
2. Dictionnaire le petit Larousse Illustre 2009.
3. دباح نادية، دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها 2000 - 2009، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 62 - 63.
4. بوشنافة أحمد وآخرون، متطلبات تأهيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي 17 - 18 أبريل 2006، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص. 03.

5. دباح نادية، مرجع سابق، ص 23.
6. مناد لطيفة، المرأة المفاوضة والمشاركة الاقتصادية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإحصاء الوصفي، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، ص 50.
7. كمال زيتوني، كريم جايز، المرافقة المقاولاتية كأسلوب فعال للنهوض بالمشروعات المصغرة في الجزائر، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول: استراتيجية الحكومة للقضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، أيام 15 - 16 نوفمبر 2011، جامعة المسيلة، ص 04.
8. عبد الفتاح بوخمم، صندرة سايبني، دور المرافقة في دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة: واقع التجربة الجزائرية، المؤتمر الثاني القضايا الملحة للإقتصاديات الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة، كلية الأعمال، الجامعة الأردنية، 14 - 15 أبريل 2009، عمان، ص 06.
9. عبد الفتاح بوخمم، صندرة سايبني، مرجع سابق، ص 05.
10. الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار: www.andi.dz
11. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، الصادر يوم 11 سبتمبر 1996، المتضمن المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، ص 12.
12. دباح نادية، مرجع سابق، ص 78.
13. عبد الفتاح بوخمم، صندرة سايبني، مرجع سابق، ص 06.
14. قوجيل محمد، (2008): تقييم أداء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في إنشاء ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 67.
15. منشورات خاصة بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.
16. معلومات مقدمة من مدير الوكالة.
17. خالد رجم وآخرون، (جوان 2017): تقييم برامج دعم المشاريع المقاولاتية للوكالة الجهوية لتسيير القرض المصغر، ولاية ورقلة، الفترة 2005 - 2014، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 06، الجزائر، ص 80.
18. منشورات للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.
19. خالد رجم وآخرون، مرجع سابق، ص 81.

La formation entrepreneuriale au sein de l'université algérienne : Enjeux et perspectives

LAZREG Mohammed^a

^a *Université de Sidi bel abbes (Algérie), m.lazreg222@yahoo.fr*

Résumé

La culture entrepreneuriale est à intégrer rapidement dans l'ensemble des institutions en Algérie, notamment dans les universités algériennes afin que l'entreprise algérienne puisse survivre, s'adapter aux changements, à l'environnement et à la compétitivité. L'objectif central de notre communication est le suivant: La formation de l'entrepreneuriat au sein de l'université doit viser à développer une culture entrepreneuriale au niveau des étudiants. Dans ce cadre, Il est impératif ; que les pouvoirs publics mettent en œuvre une politique dans ce sens et ce, à travers des formations accrues dans ce domaine.

Mots clés: Entrepreneuriat; Relations université-entreprise; Ressources humaines; Economie fondée sur la connaissance ; Formation entrepreneuriale.

Keyword: Startups, factors, success, failure.

Abstract

The entrepreneurial culture is to be quickly integrated into all institutions in Algeria, especially in Algerian universities so that the Algerian company can survive, adapt to change, the environment and competitiveness. The central objective of our communication is the following: The training of entrepreneurship within the university must aim to develop an entrepreneurial culture at the level of the students. In this context, it is imperative; that the public authorities implement a policy in this direction and this, through increased training in this area.

Keywords: Entrepreneurship; University-business relations; Human resources; Knowledge-based economy; Entrepreneurial training..

1. Introduction:

L'entrepreneuriat a suscité ces vingt dernières années un intérêt croissant dans les milieux politiques que dans les milieux académiques. Une des principales raisons de cet engouement réside notamment dans la redécouverte que l'entrepreneuriat représente une force vitale pour les économies des pays développés dans la mesure où il stimulerait et favoriserait la croissance souligne (Capron ,2009)¹. L'importance de l'entrepreneuriat pour le développement et la croissance d'un pays a poussé la

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

majorité des pays à intégrer l'initiation et la formation à l'esprit de création d'entreprise dans le système éducatif (**Lakhlef, 2014**)².

La culture entrepreneuriale et managériale est à intégrer rapidement dans l'ensemble des institutions en Algérie, notamment dans les institutions de formations afin que l'entreprise algérienne puisse survivre, s'adapter aux changements, à l'environnement et à la compétitivité. Pour sa part (**Lamiri, 2013**)³ note que les scientifiques sont formels sur un aspect : une variable clé du développement réside dans la qualité et la quantité des entrepreneurs au sein d'un pays. C'est par exemple, la thèse centrale de l'économiste britannique Lewis, prix Nobel d'économie. C'est aussi la position clé d'un des économistes les plus illustres du siècle dernier : l'austro- américain Joseph Schumpeter.

Aucun pays ne s'est développé avec un secteur universitaire sous-développé. Les vraies réformes commencent par là. C'est par ce secteur que doit commencer toute réforme économique. Ceux qui ont d'abord modernisé les cerveaux: Chine, Inde, Malaisie avant d'injecter massivement des ressources dans l'économie ont formidablement réussi leur pari de devenir un pays émergent; Pour prétendre disposer d'un secteur économique diversifié et compétitif, il faut ériger un système universitaire de classe mondiale. L'université du nouveau siècle est une entreprise du savoir. Aucun pays au monde ne peut avancer technologiquement s'il ne forme pas d'ingénieurs et de techniciens. L'Algérie a autant besoin d'ouvriers, de techniciens, de maçons que d'ingénieurs ou de médecins. L'intelligence humaine est la première source d'émergence de développement des nations, c'est grâce aux capacités intellectuelles des américains que les USA sont devenus la première puissance du monde. souligne (**Lamiri, 2013**)⁴.

La culture entrepreneuriale est à intégrer rapidement dans l'ensemble des institutions en Algérie, notamment dans les institutions de formations afin que l'entreprise algérienne puisse survivre, s'adapter aux changements, à l'environnement et à la compétitivité.

Problématique

La construction de l'économie de marché et la mutation de l'économie capitaliste dans laquelle s'insère l'économie algérienne dictent aux pouvoirs publics de faire prévaloir la culture entrepreneuriale en Algérie qui revêt une importance d'autant plus grande. Aussi, la formation entrepreneuriale et le développement de la culture entrepreneuriale demeure une nécessité vitale.

- **Quels sont les principales mesures à mettre en œuvre pour repenser le partenariat entre l'université et l'entreprise en Algérie?**
- En quoi la formation entrepreneuriale est- elle l'une des clés de réussite pour le développement d'un Pays?
- Quels sont les différents aspects sur le contenu de la formation dans le domaine de l'entrepreneuriat au sein de l'université ?

C'est donc un triple questionnement qui va structurer notre modeste contribution à travers cette communication :

Pour résoudre cette problématique, nous avons émis les hypothèses suivantes :

Nos hypothèses :

Plusieurs leviers fondamentaux doivent être mis en œuvre pour repenser le partenariat entre l'université et l'entreprise :

- Le développement économique et social de notre Pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux. La création d'activité et la création d'entreprise participent pleinement à ce processus. Aussi, l'entrepreneuriat peut faire l'objet d'un enseignement académique en Algérie. De tels enseignements existent de par le monde. La création d'entreprise ne s'improvise pas, elle nécessite une formation adéquate.
- La formation de l'entrepreneuriat au sein de l'université doit viser à développer une culture entrepreneuriale au niveau des étudiants. La formation en question devrait aborder plusieurs thèmes théoriques en plus d'une formation pratique qui doit tenir compte du processus de

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

création d'entreprise, à sa gestion, son développement et l'amélioration permanente de ses performances.

Les objectifs de notre papier :

- Le premier objectif est de mettre en lumière que l'entrepreneuriat représente une force vitale pour l'économie d'un pays.
- Le deuxième objectif est de mettre en exergue que la formation entrepreneuriale est à intégrer rapidement dans l'ensemble des institutions en Algérie, notamment au sein de l'université algérienne afin que l'entreprise algérienne puisse survivre, s'adapter aux changements, à l'environnement et à la compétitivité. La culture entrepreneuriale fait la fierté des entreprises des pays industrialisés, où se sont conçues développées et épanouies les techniques managériales.

Méthodologie :

Nous avons eu recours à la technique documentaire qui nous a permis d'exploiter différents ouvrages pour faciliter notre recherche ayant trait au thème de notre communication. La recherche bibliographique va nous permettre dans le cadre de notre communication d'alimenter notre problématique. Nous tenterons en fait, dans notre partie méthodologique de développer certains apports personnels quant à la concrétisation effective de l'entrepreneuriat tout en contribuant modestement à l'amélioration et à l'approfondissement des connaissances à travers de nouveaux éclairages dans le domaine de l'entrepreneuriat d'une part, et d'autre part, nous tenterons également de formuler des recommandations pour une amélioration des rapports entre l'entreprise et l'université concernant la formation entrepreneuriale.

Nous avons structuré notre communication en plusieurs axes fondamentaux cités ci-dessous.

2. Revue de la littérature sur l'entrepreneuriat: un aperçu général

L'entrepreneurship est né dans les universités américaines dans les années soixante, considéré comme un nouveau concept pédagogique et qui consiste à promouvoir sous différentes formes, en particulier dans l'enseignement la démarche à créer sa propre entreprise et surtout créer son propre emploi.

L'entrepreneur occupe une place quasi mythique dans le modèle anglo-saxon. De nombreuses universités américaines ont une chaire d'entrepreneuriat, des revues académiques sont exclusivement consacrées au domaine.

(Blais et Toulouse ,1990)⁵ dans ce cadre, citent que des chercheurs ont mené une étude sur 2278 fondateurs d'entreprises dans 14 pays ayant trait à leurs motivations. Il ressort de cette enquête les résultats suivants :

- facteur 1 : désir de reconnaissance sociale ;
- facteur 2: désir d'accomplissement personnel ;
- facteur 3 : nécessité d'avoir de l'argent ;
- facteur 4: besoin de pouvoir, d'autonomie et de désir de liberté ;
- facteur 5 : altruisme communautaire ;
- facteur 6 : besoin d'évasion ;
- facteur 7 : opportunisme.

2.1. The trait approach

(Hernandez ,1999)⁶ explique également que des chercheurs ont mené des recherches sur l'entrepreneuriat notamment la recherche du profil du créateur qui réussit est caractéristique de cette démarche. Les chercheurs ont essayé de répondre aux questions suivantes :-Quels sont les créateurs qui réussissent, et ceux qui ne réussissent pas ? Quels sont les critères de réussites ?

Les premières recherches ont porté sur le créateur lui-même et en particulier sur ses caractéristiques psychologiques. Elles correspondent à ce que les américains appellent : the trait approach. La personnalité du créateur, ses origines, sa formation etc. ont suscité un grand intérêt et donné lieu à des multiples recherches. (Belley ,1989)⁷ a recensé les travaux réalisés et en a fait une présentation synthétique :-

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

- Le besoin d'accomplissement : ce besoin est un des critères essentiels de la création d'entreprise ;
- La propension à la prise de risque : créer une entreprise, c'est accepter de prendre des risques. Le premier risque est financier ;
- Le second est professionnel : quitter son emploi pour créer, c'est renoncer à certaines certitudes sans savoir de quoi exactement demain sera fait, c'est affronter l'inconnu.

1.1.1.1.1 Aussi, l'étude de l'entrepreneuriat constitue un domaine très vaste qui n'a été que partiellement exploré par les divers chercheurs. Aujourd'hui, le chercheur en entrepreneuriat étudie un phénomène complexe ou apparaît du nouveau dans un processus de changement que la science classique ne peut très souvent appréhender correctement.

2.2. Quelques définitions du concept entrepreneur selon les écoles de pensée :

(Hammouda et Lassassi ,2011)⁸ indiquent que pour la plupart des économistes libéraux actuels, l'entrepreneur reste la pierre angulaire de l'innovation, de la croissance des firmes et de la croissance économique ; Ils mettent en évidence quelques définitions au concept d'entrepreneur en fonction des écoles de pensée que nous reproduisons ci-dessous :

- Appellations des écoles : l'école économique

Courants de recherche : approche comportementale

Définition de l'entrepreneur : un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décision réfléchie relatives à la coordination des ressources

Auteur de référence : **Casson (1991)**

- Appellations des écoles : l'école comportementale

Courants de recherche : approche comportementale

Définition de l'entrepreneur : L'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation

Auteur de référence : **Gartner (1988)**

- Appellations des écoles : l'école psychologique avec les courants personalistes et cognitifs

Courants de recherche : approche déterministe

Définition de l'entrepreneur : L'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité que par les processus cognitifs activés pour la circonstance

Auteur de référence : **Shaver et Scott (1991)**

- Appellations des écoles : l'école des processus

Courants de recherche : approche comportementale

Définition de l'entrepreneur : L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter

Auteur de référence : **Bygrave et Hofer (1991)**

2.3. L'influence de l'environnement sur le développement de comportement entrepreneurial :

(Janssen et Surlemont ,2009)⁹ mettent en évidence que certains facteurs exogènes peuvent favoriser l'apparition et le développement de comportements entrepreneuriaux, notamment : l'environnement socioculturel, le contexte familial, l'expérience ou le milieu professionnel; le système éducatif. L'environnement socioculturel joue un rôle primordial dans l'émergence de comportements entrepreneuriaux. Dès 1930; Max Weber considérait que le système de valeur en place dans une société était fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs. Par ailleurs; les relations sociales; l'évolution politique sont autant de facteurs qui conditionnent la démarche entrepreneuriale ; Le niveau d'éducation et l'expérience constituent ce que l'on pourrait appeler l'expertise de l'entrepreneur

3. L'enseignement de l'entrepreneuriat : Un impératif majeur pour une émergence économique en Algérie

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

3.1. La nouvelle vision des pouvoirs publics :

Le Quotidien national El Watan souligne dans son édition du 30 octobre 2017 que lors de l'ouverture de la conférence nationale des universités organisée au niveau du centre de recherche en anthropologie culturelle (Crasc) : Le Ministre de l'Enseignement Supérieur a déclaré, nous citons: « toutes les universités au niveau national seront dans l'obligation de signer des conventions avec l'agence nationale d'aide à l'emploi des jeunes (**I'ANSEJ**), ainsi que les autres organismes de soutien à l'emploi et à la création d'entreprises. Le but est de préparer l'étudiant au monde professionnel en l'assistant dès sa première année à élaborer des projets ; il y aura des postes de coordinateurs au niveau de chaque université pour faciliter la coopération avec les autres organismes et services. Les universités devront compter des incubateurs d'entreprises ou seront développés les projets dits innovants dont les start-up. En effet, ces orientations s'inscrivent dans le cadre d'une stratégie nationale... ».

2.2. L'entrepreneuriat : Levier d'action pour un développement économique

(**Benachenhou, 2015**)¹⁰ note que la plupart des diplômés de l'enseignement supérieur n'ont tout simplement pas les profils recherchés par les employeurs. La relation formation-emploi est très insuffisante. L'architecture globale du système d'éducation-formation et son mode de gouvernance doivent être revus dans cette perspective. Pour l'Algérie, cet enjeu est essentiel car il permettra ou non de faire émerger un entrepreneuriat compétitif de biens et de richesses marchande au lieu d'un secteur ayant un comportement essentiellement de recherches de rentes diverses..

3.3. Enseignement-emploi : une nécessité vitale

Le système éducatif fournit les cadres dont à besoin une économie, mais il s'adapte aux mutations économiques et sociales tant au niveau national qu'international. Force est de constater que notre système éducatif actuel est aux antipodes de ces préoccupations, pourtant majeures admet (**Mouhoubi, 1998**)¹¹.

Ce qui est nécessaire aujourd'hui, c'est une réforme basée sur deux orientations principales. La mise en relation des cursus scolaires avec les besoins des secteurs d'activité et la formation de créateurs d'emploi plutôt que de chercheurs d'emploi. S'agissant de la première orientation l'adéquation cursus-besoins, il ya lieu d'institutionnaliser un dialogue permanent entre les institutions d'enseignement à tous les niveaux des secteurs d'activité.

Dans ce cadre, il y a lieu de:

- Développer l'esprit d'entreprendre et la culture entrepreneuriale dans l'ensemble des instituts de formation en Algérie; Impliquer les étudiants, les chefs d'entreprises et les consultants en la matière;
- La recherche des partenaires actifs sur les programmes d'enseignements avec d'autres universités étrangères et le partage et l'échange d'expériences;
- L'organisation de séminaires et colloques sur la création d'entreprise....

3.4. Quelques aspects sur l'entrepreneuriat en France :

L'organisation patronale française (**Le MEDEF**), l'agence pour la création d'emploi (**APCE**) associés aux universités et d'autres organismes de formation spécialisés ont validé un accord cadre pour l'introduction d'un module sur l'entrepreneuriat dans les universités et proposé un contenu à atteindre :

- La phase prise de conscience et révélations : ayant pour but de faire prendre conscience aux étudiants qu'ils sont les acteurs de leur propre avenir et leur montrer les différentes perspectives ; connaître les qualités nécessaires, révélera en eux les motivations et qualités favorables à l'acte d'entreprendre ;
- La phase d'apprentissage par l'expérimentation et prise de recul : le but recherché est de donner aux étudiants les outils qui favorisent : la prise de risque, la responsabilisation, la confiance en soit, la gestion des projetés, des contraintes. Ils doivent apprendre à saisir les

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

opportunités ; à négocier ; déléguera, diriger, communiquer, ...En fait leur inculquer les qualités ; attitudes et aptitudes d'un entrepreneur et d'un manager.

4. La formation entrepreneuriale au sein de l'université : Vecteur pour une émergence de l'entreprise algérienne

4.1. La culture de l'entrepreneuriat et le système éducatif :

La culture de l'entrepreneuriat vise à développer une culture entrepreneuriale au niveau de la population des étudiants et techniciens supérieurs au niveau de nos différentes institutions de formations.

4.1.1. La culture de l'entrepreneuriat et l'école :

En somme, on observe qu'entreprendre à l'école permet :

- D'augmenter la persévérance scolaire ;
- De diminuer les troubles de langage et d'apprentissage ;
- D'atténuer les troubles de comportement et l'inattention ;
- De renforcer le sentiment d'appartenance à l'école ;
- De renforcer la motivation des enseignants ;
- D'augmenter le sentiment de fierté des directions ;
- De positionner positivement l'école dans la communauté ;
- De favoriser l'arrimage entre l'école et son milieu ;
- De favoriser l'enracinement des jeunes dans leur collectivité.

4.1.2. Nécessité de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les instituts de formation en Algérie :

Le développement économique et social de notre Pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux. La création d'activité et la création d'entreprise participent pleinement à ce processus. Aussi, l'entrepreneuriat peut faire l'objet d'un enseignement académique en Algérie.

4.2. Les nouvelles missions de l'université:

La formation supérieure est une responsabilité partagée entre l'université, les collectivités locales et les entreprises. Cette dynamique est la condition nécessaire à la création des pôles d'excellence et de compétitivité. C'est l'élément essentiel et le socle indispensable à un développement économique durable dans un environnement concurrentiel. Les pôles de compétitivité nécessitent un certain nombre d'acteurs qui participent à un développement.

Il y a l'entreprise, l'université avec ses centres de recherches et les collectivités locales. La locomotive est l'université, qui peut accompagner le développement et ériger un mode de gestion. L'université possède les moyens humains, mais les financements, c'est aux entreprises et aux collectivités locales de les apporter puisque les retombées de ces financements les toucheront directement. Dans les pôles de compétitivité, Il ya un certain rayon d'action dans lequel gravitent des centres d'intérêts et ces derniers sont en dynamique permanente de compétitivité.

4.3. Relation entre entreprise-université : Élément clé pour l'émergence d'une culture entrepreneuriale

3.3.1. Apports de l'université au profit de l'entreprise :

L'université de son côté est potentiellement capable de fournir, en matière de formation, deux types de service :

- Perfectionnement et recyclage des cadres et autres personnels de l'entreprise ;
- Formation à la carte des cadres et autres personnels de l'entreprise.

Du fait de l'absence dans le système administrée d'une régulation par le marché et donc de sanction du marché, l'entreprise algérienne ne s'est jamais sentie concernée par les problèmes de stratégie. Les questions d'innovation, de lancement, de nouveaux produits, d'amélioration des techniques n'apparaissent pas comme des critères de performances indispensables pour le maintien en vie de ces

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

entreprises. Ceci s'est produit par une insuffisance des moyens mis en œuvre par les entreprises dans la recherche-développement.

Les entreprises, pour supporter une concurrence future et implacable, investiront davantage dans une recherche scientifique et technologique, susceptible de les doter des outils théoriques et pratiques indispensables à leur croissance. L'université se présente alors comme le partenaire incontournable pour optimiser les ressources investies en cette matière par l'entreprise.

4.3.2. Les apports de l'entreprise en matière de formation au profit de l'université

Ces apports peuvent se situer à deux niveaux :

- D'abord à travers les stages que les étudiants sont appelés à effectuer en entreprise ;
- Ensuite, par le biais de l'intervention des cadres d'entreprise dans la formation à l'université.

Pour Ancrer correctement la formation pour l'emploi, il est urgent de lancer des enquêtes approfondies sur le fonctionnement du marché du travail. Les pouvoirs publics doivent mettre sur pied des passerelles entre le système de formation et le monde de l'entreprise de sorte à mieux intégrer les préoccupations des entreprises et orienter les politiques de formation en général vers les besoins spécifiques des entreprises.

4.4. Création d'un département entrepreneuriat au sein de l'université : Levier d'action pour une culture entrepreneuriale

Nous considérons que la création d'un département dans le domaine de l'entrepreneuriat s'avère indispensable au sein des universités algériennes et ce, pour ancrer la culture entrepreneuriale et permettre également de développer une synergie entre l'université et l'entreprise. Aussi ; une présence significative des employeurs au sein des comités pédagogiques et des conseils scientifiques renforcerait les liens et les échanges entre les deux secteurs et aiderait à améliorer l'adaptation des profils et des qualifications aux besoins des entreprises.

4.4.1. Nécessité d'une adéquation entre les offres de formation et les exigences du marché de l'emploi :

Selon le Quotidien national d'information El Watan du 14 novembre 2018 : Les experts présents au séminaire international sur la formation universitaire et l'environnement socio-économique, organisé par le laboratoire Architecture, ville, métiers et formation (AVMF) de l'université Salmah Bounider (Constantine³) en collaboration avec le centre international de recherches fondamentales et appliquées (CIRFA) de Paris (France) à la question : La formation académique est elle suffisante pour l'essor de la vie socio-économique ? La réponse est non. Réponse formulée à l'unanimité.

Autrement dit, il faut dispenser un enseignement de qualité et former utile pour influencer la courbe de l'emploi. A ce sujet, (Boudmagh)¹² directrice du laboratoire AVM F, met en évidence ce qui suit « On ne peut pas peaufiner et contextualité des CV s'il n'y a pas collaboration avec le secteur socio-économique. On a polarisé et crée de l'attractivité grâce à l'immersion des professionnels dans le domaine économique. D'ailleurs, la formation exige un pourcentage d'encadreurs professionnels pour faire partie du jury et évaluer les projets de fin de cycle. L'interactivité entre les deux pôles université-entreprise est à opérer »

Aussi, l'insertion professionnelle peut se réaliser via l'entrepreneuriat.

Pour (Lakhlef, 2014)¹³ à la base de l'entrepreneuriat, il y a toujours un entrepreneur, défini comme un réalisateur de projets et, dans un sens plus strict, comme une personne capable de transformer un rêve, une idée, un problème ou une occasion en une entreprise. De ce fait, l'ensemble des changements et contraintes induits par les nouveaux défis : économie de marché, mondialisation ; baisse drastique des revenus pétroliers plaident pour plus de réflexion stratégique au niveau des entreprises algériennes, et de nos institutions. Aussi, l'entrepreneuriat constitue un chantier important pour le développement et la croissance des entreprises algériennes

4.5. Quelques aspects sur le contenu de la formation dans le domaine de l'entrepreneuriat

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

Cette formation vise à développer une culture entrepreneuriale au niveau de la population des étudiants et techniciens supérieurs au niveau de nos différentes institutions de formations. La formation en entrepreneuriat doit à notre humble avis aborder les thèmes suivants :

- L'entreprise dans une économie de marché ; L'étude de marché -Les outils pour bâtir un business plan ;
- Le Marketing ; La stratégie pour la création d'entreprise
- Les qualités d'un entrepreneur et d'un manager dans une économie concurrentielle ;
- Le coaching-Stratégie d'entreprise ;
- Technique et financement bancaire ;
- Le droit des affaires
- La gestion des ressources humaines en économie de marché ;
- La communication interne et externe au niveau de l'entreprise ;
- L'évaluation de projet ;
- Comptabilité et analyse financière ;
- Techniques de négociation et commerce international...

A ce titre les modules en questions doivent être enseignés par des académiciens et des praticiens.

4.6. Le rôle de L'organisation internationale du travail (OIT) dans le développement de l'entrepreneuriat :

Selon (**Lakhlef, 2014**)¹⁴ l'organisation Internationale du travail (OIT) utilise un programme intitulé: Gérer mieux votre entreprise (le programme Germe) qui est actuellement appliqué dans plusieurs pays. Ce programme a pour but d'aider les petites entreprises à se maintenir sur le marché, à se développer, à mieux gérer les différentes fonctions de l'entreprise. Trois modules principaux sont proposés:

- Trouver votre idée d'entreprise: analyse et option (TRIE), module destiné à ceux qui sont dans une phase de réflexion, de prospection, d'hésitation, de choix pour créer une activité;
- Créer votre entreprise (CREE): Module pour ceux qui ont un projet, ils sont à la phase concrétisation. Ce module permet aux initiateurs de projets la maîtrise de quelques outils indispensables dans la phase création: notamment l'élaboration d'un plan d'affaires...
- Gérer mieux votre entreprise: Ce module concerne les dirigeants des petites entreprises en activité, le but recherché est de leur permettre une maîtrise des outils de gestion et de suivi des principales fonctions de l'entreprise: la production, les finances, les stocks, la gestion des coûts du personnel, des approvisionnements...

Dans ce cadre, l'université algérienne peut s'imprégner de la formation initiée par l'OIT dans ce sens.

5. L'esprit entrepreneurial : facteur de modernisation de l'enseignement supérieur

5.1. L'enseignement supérieur et sa relation avec la sphère des activités économiques :

L'examen des stratégies adoptées par les Pays émergents à croissance durable révèle que ces dernières ont réservé une place importante à l'intelligence économique et aux médias dont la forte implication a été à l'origine de nouvelles formes de stratégies et de pratiques industrielles et commerciales (anticipation sur les produits ou services et de conquêtes de marchés extérieurs). La situation qui prévaut en Algérie, tous secteurs confondus, révèle que l'économie fondée sur la connaissance (EFC) évolue dans un contexte qui accorde encore peu d'importance à l'analyse et au traitement des causes profondes de son retard. La réflexion sur ce sujet devrait commencer par l'identification et le traitement des inerties qui font que les composantes productives d'une part, scientifiques et technologiques d'autre part se côtoient sans passerelles consolidées et donc sans véritable synergie (**Rouadjia, 2012**)¹⁵. La promotion compétitive du secteur productif ne saurait être assurée en l'absence d'un plan d'actions à moyen et long terme conçu par les entreprises, dûment validé par les pouvoirs publics et la communauté scientifique et universitaire aux fins de soutien financier public d'une part et d'accompagnement scientifique d'autre part.

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

5.2. L'EFC un défi politique et social : nécessité d'une prise en charge commune de l'EFC par les systèmes d'éducation et de formation et les acteurs économiques et sociaux

L'économie de la connaissance comprend des pans entiers des activités d'un pays: la formation de longue durée et de recyclage, les technologies de l'information et de la communication, la recherche et développement, l'innovation, la communication, les industries de l'expertise et du conseil etc.

Ce sont des activités transversales qui influent sur l'ensemble des autres secteurs: agriculture, mécanique, tourisme, électronique et le reste; L'économie de la connaissance est comme le sang qui irrigue le corps humain; Elle contribue à améliorer la productivité de tous les autres secteurs. Elle constitue de nos jours un facteur clé de succès incontournable pour les nations qui souhaitent accéder à l'émergence puis au développement (**Lamiri, 2013**)¹⁶.

Les pouvoirs publics et les opérateurs économiques en Algérie doivent prendre en considération la combinaison et l'articulation des capitaux, du savoir et du capital humain que dépend, désormais la construction des avantages compétitifs progressivement substitués ou ajoutés aux avantages comparatifs naturels.

Djefflat (2014)¹⁷ note que La méconnaissance de l'importance de l'immatériel de l'entreprise constitue à la fois un handicap, mais également un gisement de création d'emplois inexploité. Une enquête auprès d'un échantillon de PME en Algérie montre que près de la moitié (44%) n'ont aucun investissement dans l'immatériel. La plupart des entreprises et notamment les PME ne disposant pas de services de R-D (Recherche et développement).

A titre comparatif, les PME Françaises consacrent entre 3% et 4% de leur chiffre d'affaires à la dépense en R-D et participent entre 10% 20% au PIB., la Finlande (58%), La Suède (37%), les USA (30%) ; l'Allemagne (30%) et le Japon (22%)^o La maîtrise de la science et de la technologie est une des aspirations majeures et vitales de notre pays, dans la mesure où elle constitue la principale clé d'entrée dans le monde du développement économique et social Une économie qui investit beaucoup dans la recherche a plus de chances d'obtenir une forte croissance économique que celle qui y investit fort peu, les ressources humaines constituent à cet effet, un trésor inépuisable.

5.3. La mise en place d'un réseau de liaisons interactives entre la recherche et l'entreprise :

(Rouadjia)¹⁸ dans une contribution au quotidien national d'information El Watan du mois de mars 2018 explique dans ce cadre que l'université et l'entreprise algérienne se méconnaissent et s'ignorent au prétexte infondé qu'elles se suffisent elles-mêmes ; qu'elles n'ont nullement besoin l'une de l'autre. Cette attitude est négative et s'inscrit en faux contre la logique de l'échange mutuellement bénéfique et de la complémentarité que postulent les lois qui régissent l'économie de marché. L'obstacle majeur qui fait que ces deux institutions se tournent le dos tient donc au fait que les gestionnaires de ces deux entités se considèrent comme des fonctionnaires de l'Etat et dont le seul souci n'est pas toujours l'efficacité ou la rentabilité de l'entreprise qui les emploie; mais bel et bien leur fin de mois.

Pendant longtemps l'économie algérienne même si des objectifs nobles lui ont été assignés, a fonctionné sur des bases irrationnelles qui n'ont pas favorisé la recherche et l'intégration impérieuse de connaissances scientifiques et techniques dans les processus de production et les méthodes d'organisation et de gestion. L'organisation du système de production autour de l'objectif de « satisfaction des besoins sociaux » a relégué au second plan les impératifs de qualité, de fiabilité, d'efficacité, de rationalité, de rentabilité, de productivité. C'est la libéralisation de l'économie qui se poursuit progressivement depuis plus d'une décennie qui a révélé les insuffisances du système économique et son retard par rapport aux grandes avancées scientifiques et technologiques dans le monde. En effet, on peut se rendre compte à présent que les technologies et procédés industriels sont dépassés, les méthodes de gestion et d'organisation ne sont pas au diapason des exigences universelles.

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

D'autres impératifs deviennent primordiaux pour le bon fonctionnement de l'économie. Ils s'inscrivent dans la logique du système économique libéral reposant sur la production et l'application de connaissances scientifiques et techniques.

5.4. Les conditions de base pour un développement de la culture entrepreneuriale :

L'une des conditions de base reste la mise en place localement d'un réseau de liaisons interactives entre la recherche et l'entreprise. Il faut à cet effet:

- Créer des centres de recherches mixtes entreprise-université et institutions de formations pour intensifier les échanges entre les deux secteurs et déterminer les facteurs d'incitations suffisants à leur impulsion ;
- Coordonner la science et la technologie pour éviter l'erreur qui consisterait à dissocier ces deux notions : ce qui reviendrait à admettre l'aberration qu'on pourrait agir sans connaître ou bien inversement de connaître sans agir. Alors qu'en réalité, la science doit servir de base à la technologie (toute technologie a pour fondement une science), la technologie en retour doit fournir à la science l'équipement nécessaire à sa démarche (toute science a pour support des moyens techniques) ;
- Le premier rôle de la recherche est d'étudier pour chaque branche, les technologies existantes et d'opérer le choix qui présente le meilleur rapport coûts/avantages, compte tenu des conditions socio-économiques du pays ;
- Participer à l'adaptation permanente de ces technologies importées, par des techniques propres, ce qui devra conduire à moyen terme, à en créer de nouvelles localement ;
- Prévenir les innovations technologiques par une intervention en terme de "veille", c'est-à-dire en termes de prévision des modifications importantes, susceptibles de se produire à court ou moyen terme, compte tenu de l'évolution observée des connaissances et des techniques ;
- Elaborer de nouvelles connaissances : force est de constater, à travers les changements que vit le monde actuellement, que seule la production de connaissances appropriées, par les pays eux-mêmes, est capable de leur donner l'autonomie nécessaire à leur survie. Aussi, est-il impératif de penser maintenant à inventer en Algérie, tout ce qui peut y être fabriqué et d'opter pour la fabrication de tout ce qui est inventé.

5.5. La recherche et développement : Un atout majeur dans le cadre de l'entrepreneuriat

C'est au travers de cette activité que se diffuse le progrès technique, source de développement et de progrès de sociétés contemporaines. La rupture technologique qui vient d'intervenir sous l'effet de la révolution du numérique et de celle de la biotechnologie est née de la recherche et développement (R-D) mais influence profondément son avenir. La recherche et développement est le processus rationnel qui assure le passage de la connaissance à la réalisation technique. L'aboutissement du processus de recherche et développement modifie profondément l'orientation de l'entreprise, sa position dans un environnement concurrentiel, c'est-à-dire sa stratégie. Selon les chiffres publiés par les institutions comme l'OCDE, le FMI, la banque mondiale, le total des investissements consacrés en matière de recherche et développement dans le monde se situe pour 2012 autour de 1402 milliards de dollars : les USA se prévalent de la première place avec 436 milliards de dollars, dont 280 milliards de dollars injectés par le secteur privé. La Chine a réussi à se placer à la deuxième place, avec 199 milliards de dollars note dans ce sens **Bensalhi (2012)**¹⁹. L'innovation est une source de compétitivité pour l'entreprise. Mais, pour que le savoir soit diffusé librement, l'Etat doit assumer la responsabilité de financer sa production. C'est pourquoi il joue un rôle fondamental dans la promotion de la connaissance et de l'innovation. Certains des plus grands succès des Etats-Unis d'internet à la biotechnologie moderne sont issus de recherches financées par l'Etat, en général dans les universités publiques ou à but non lucratif note également **Stiglitz (2010)**²⁰.

5.6. Les formes d'accompagnement d'un porteur de projet :

Un initiateur de projet ne peut maîtriser à la fois les conditions techniques d'une activité et les outils de gestion et de direction d'une entreprise. En fait, chaque métier, fonction ou projet exige un savoir,

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

un savoir-faire. Un promoteur ou un manager ne peut sauf des cas exceptionnels, réunir des compétences dans tous les domaines aussi bien sur le plan technique que sur le plan managérial. Il a besoin d'un soutien, de conseils, d'un complément de formation, d'un accompagnement durant tout le processus de création d'une activité et de lancement et de gestion d'une entreprise. Aussi, l'accompagnement d'un porteur de projet est primordial. Dans ce cadre, il existe différentes formes d'accompagnement.

5.6.1. Le coaching: le coaching est une forme d'accompagnement spécifique. C'est une démarche qui vise à compléter les aptitudes de chaque porteur de projet, à corriger ces défaillances.

5.6.2. Les pépinières d'entreprises

Cette formule d'accompagnement met à la disposition des créateurs d'entreprises un hébergement (locaux, différents services partagés liés à différentes activités : communication, téléphone, internet, salle de réunions...). Le promoteur bénéficie d'un suivi permanent pour l'aider à dépasser les difficultés, à évaluer son activité, à apporter les corrections nécessaires....

5.6.3. L'incubateur

Ce type d'accompagnement est orienté essentiellement vers les jeunes promoteurs. L'objectif recherché est de les assister dans les premières étapes de création et de lancement d'une entreprise. L'incubateur apporte au jeune initiateur de projet une aide qui peut être matérielle: hébergement dans un site commun aux créateurs d'entreprises pour bénéficier des avantages liés aux charges et de pouvoirs s'intégrer plus facilement dans un réseau. L'action d'un incubateur peut également concerner la mise en place d'une action de formation en gestion,

5.6.4. Le business Angel :

Il est très développé en Occident (Investisseur providentiel) est une forme d'accompagnement orientée plutôt vers des projets innovants à fort potentiel de développement notamment dans les activités liées aux TIC

5.7. Valorisation des ressources humaines : Levier d'action pour inculquer la culture entrepreneurial en Algérie

Le capital humain est un moteur fondamental de la croissance économique. L'investissement dans le capital humain s'est en effet avéré déterminant pour la création de conditions favorables à la promotion d'une croissance économique durable et de l'emploi indique pour sa part (**Rezig ,2006**)²¹. Le développement des ressources humaines en Algérie constitue un chantier vital pour l'émergence de la culture stratégique et entrepreneuriale et mettre ainsi l'économie algérienne sur le chemin de la croissance ; l'entreprise et les institutions algériennes ont besoin d'un nouveau système de management.

La qualité des ressources humaines représente un atout considérable pour une économie et son insertion dans le marché mondial. La gestion des ressources humaines doit permettre à l'organisation de disposer d'individus compétents et qualifiés au bon poste. Cela s'appuie sur l'identification des besoins, sur des actions de recrutement et sur une politique de formation. Dans toute structure; l'individu tient une place prépondérante car il est le sujet de la connaissance, il est porteur d'une partie d'un ensemble que l'on entrevoit à travers le groupe. Il représente, l'intelligence dans son affirmation sociale en particulier par son comportement vis-à-vis du savoir, de ses aptitudes qui touchent aux capacités relationnelles et à la coopération. L'attitude de l'individu est source de connaissance par le fait qu'il la crée et la transmet dans son environnement professionnel. A ce titre, les dépenses de recherche d'aujourd'hui sont les investissements de demain et la valeur produite d'après-demain avec les emplois qui vont avec (**Mekidèche, 2008**)²².

6. Conclusion :

Pour une dynamique économique capable de faire sortir notre pays de la rente pétrolière et permettre une diversification économique. Il est impératif ; que les pouvoirs publics mettent en œuvre une politique de développement de la culture entrepreneuriale et ce, à travers des formations accrues dans

2 et 3 Novembre 2022, Université Oum El Bouaghi

ce sens. D'où la nécessité pour L'Algérie de prendre en compte ce nouveau défi qui consiste à adopter des stratégies entre l'entreprise et l'université.

Afin de s'adapter à l'évolution de l'environnement économique, les universités et les entreprises algériennes doivent entreprendre beaucoup d'actions pour un partenariat bénéfique entre les deux entités, entre autres la formation entrepreneuriale. L'entreprise constitue une source de création de richesses et doit se trouver toujours au centre des préoccupations des décideurs et des politiques économiques de croissance et de développement. Il est donc nécessaire de stimuler l'esprit d'entreprise et de réhabiliter l'action d'entreprendre en Algérie. Aussi, la formation entrepreneuriale constitue un vecteur important pour l'émergence de l'économie algérienne. Dans ce cadre, l'université, l'entreprise et les pouvoirs publics doivent créer une dynamique de création d'entreprises basé sur le savoir et le savoir faire dans l'intérêt des jeunes diplômés et de l'économie du pays.

La formation entrepreneuriale au sein de l'université algérienne renferme des enjeux importants pour l'avenir économique de l'Algérie d'une part et d'autre part elle augure des perspectives prometteuses pour le développement de notre pays.

Enfin, quels qu'aient pu être nos efforts pour circonscrire la question ayant trait au thème de notre intervention. Notre communication ne saurait épuiser le domaine autant vaste et passionnant, qu'inépuisable.

7. Références bibliographiques :

- ¹Capron H (2009) : Entrepreneuriat et création d'entreprises. Editions de boeck. Bruxelles.
- ²Lakhlef B (2014) : Créateur d'entreprise. Dirigeant d'entreprise. Editions Alger-Livres, Alger.
- ³Lamiri A (2013) : La décennie de la dernière chance. Emergence ou déchéance de l'économie algérienne ? Editions Casbah, Alger.
- ⁴Lamiri A (2013) : op cit,
- ⁵Blais R, Toulouse JM (1990) : Les motivations des entrepreneurs : une étude empirique. Revue internationale. Université du Québec (Canada).
- ⁶Hernandez EM (1999) : Le processus entrepreneurial. Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat. Editions L'Harmattan, Paris.
- ⁷Balley A (1989) : cité par Hernandez, op cit.
- ⁸Hamouda NE et lassassi M (2009) : Entrepreneurs Maghrbins. Article : Essai statistique. sur le potentiel entrepreneurial en Algérie. Editions IRMC Tunis et Karthala Paris ;
- ⁹Janssen F et Surlemont B (2009) : Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat. Editions de boeck, Bruxelles.
- ¹⁰Benachenhou A (2015) : L'Algérie : sortir de la crise. ; El diwan, Alger.
- ¹¹Mouhoubi. S (1998): L'Algérie à l'épreuve des réformes économiques, Alger, Editions OPU.
- ¹²Boudmagh : Revue El Watan du 14/11/2018
- ¹³Lakhlef B (2014)
- ¹⁴Lakhlef B (2014)
- ¹⁵Rouadjia A : Revue El Watan 2012
- ¹⁶Lamiri A (2013) :op cit,
- ¹⁷Djeflat A (2014) : L'intégration économique maghrébine : un destin obligé. Ouvrage collectif sous la direction d'A. Mebtoul et Camille Sari. Editions Anwar El Maarifa.
- ¹⁸Rouadjia A : Revue El Watan mars 2018
- ¹⁹Bensalhi M (2012) : Le monde en crise. Les dérives de la finance. Casbah Editions,
- ²⁰Stiglitz E.J ,2010 : Le triomphe de la cupidité. Traduit de l'anglais (américain) par Paul Chemla. France ; Editions LLL.
- ²¹Rezig A (2006) : Algérie-Bresil - Corée du Sud. Trois expériences de développement. Editions OPU, Alger
- ²²Mekideche M, (2008) : L'économie algérienne à la croisée des chemins, Alger, Editions Dahlab.

Factors of startups success: To do not fail, what should startups do?

Bouredja Sara^a and Bourouaha Abdelhammid^b

^a Abderrahmane Mira University. Bejaia, bouredjasara@gmail.com

^b Abderrahmane Mira University. Bejaia, abdelhammid.bourouaha@univ-bejaia.dz

ABSTRACT

With the technological development, the appearance of the fourth technological revolution, digitalization in all sectors, and integration of artificial intelligence in different sectors. Startups appear in different sectors with the aim of growing fast and resolving the actual problems in addition to following the fast-technological development. Therefore, startups have an important role in the economies of developed countries because they play an important role in generating new and innovative ideas with the aim of developing technological tools, innovative solutions to problems, and generating a wealth of economies. Following the complex environment, some startups face different obstacles and fail, however others succeed. In this paper, we try to present a theoretical overview of startups, their points of weakness, and what are the main factors of the success of a startup.

Keyword: Startups, factors, success, failure.

المخلص

مع التطور التكنولوجي وظهور الثورة التكنولوجية الرابعة والرقمنة في جميع القطاعات وتكامل الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات. تظهر الشركات الناشئة في قطاعات مختلفة بهدف النمو السريع وحل المشكلات الفعلية بالإضافة إلى متابعة التطور التكنولوجي السريع. لذلك، تلعب الشركات الناشئة دورًا مهمًا في اقتصادات الدول المتقدمة لأن هناك دورًا مهمًا في توليد أفكار جديدة ومبتكرة بهدف تطوير الأدوات التكنولوجية والحلول المبتكرة للمشكلات وتوليد ثروة من الاقتصادات. بعد البيئة المعقدة، تواجه بعض الشركات الناشئة عقبات مختلفة وتفشل، ولكن البعض الآخر ينجح. في هذه الورقة، نحاول تقديم نظرة عامة نظرية عن الشركات الناشئة، ونقاط ضعفها، وما هي العوامل الرئيسية لنجاح الشركة الناشئة.

الكلمات الدالة: الشركات الناشئة، عوامل، النجاح، الفشل.

JEL Code: M13, Q01, Q56.

INTRODUCTION

Since November 2019, COVID-19 pandemic caused a tragic period for the whole world, that has negative effect on different sides. During the Covid-19 pandemic, different changes were happened in the world, start from losing members among our families, closure of the majority of the firms in the worlds, ...etc., these reasons and others push the firms in the world to generate new methods of work in the way of sustain in the actual situation such as: creation of the online activities; application of remote work (Bourouaha, 2021). This matter touch also the educational institutes, however, it pushes the professors to follow new ways of teaching such as online teaching using new technological tools(Bourouaha, 2020).

Generation of employment one of the great issues that face individual, family, firm managers, and the state. Even the female contributes in generating employment (Bourouaha & Maliki, 2014a), female entrepreneurs using CNAC dispositive contribute in the creation of employment in Tlemcen region. Also, different studies turn around the determinants of employment especially in innovative firms, according to (Bourouaha et al., In press) characteristics of both manager and firm affect the employment generation.

From another side, according to Tom Byers¹, “Training our young engineers to be entrepreneurs is an imperative for the future”(Aulet, 2013). The new and young businesses are the dominant creators of new jobs. For example, in the United States, the startups create a net amount of 2.9 million jobs per year .(Sedláček & Sterk, 2020). Following this interest about new and small entrepreneurs, and to curve the unemployment and enhance entrepreneurship, the Algerian government launch different dispositive such as CNAC and ANSEJ. According to the study of (Bourouaha & Maliki, 2014b), the CNAC dispositive help many unemployed to be entrepreneurs.

From the new key success of economies development in addition to the entrepreneurship, the level of innovation and technological development that generate also employment and wealth is the startups.

Different governments give a special interest to this category. For example, in the end of 2017, the Korean government supports 76 projects and contributes education, facilities, mentoring, consulting R&D, and policy funds through more than 800 startup support programs administered by the central and local governments (D. P. Shin et al., 2018). Following the many positive results of startups in the short and long run, different underdeveloped countries follow developed countries to achieve their goals and generate both of employment, wealth and sustainability (Bourouaha & Maliki, 2018). In this paper, we will give a quick overview about the startups. Therefore, the aim of this paper is to give a theoretical review about startups and main factors that determine success of startups.

¹ Tom Byers, Entrepreneurship Professorship Endowed Chair in the Stanford School of Engineering; Faculty Director, Stanford Technology Ventures Program

1. THEORETICAL REVIEW ABOUT STARTUPS:

1.1 Definition of startups:

Until now, there no single, universally accepted definition of the term “startup”(Eisenmann et al., 2012; Paternoster et al., 2014).

According to the well-known definition by (Steve, 2010) “a startup is a company, a partnership or temporary organization designed to search for a repeatable and scalable business model”.

According to (Eisenmann et al., 2012), startups are ventures created to launch new products in the market. Also, the Startups is defined according to (Ries, 2011) as ventures designed to create a new product or service under market conditions of great uncertainty.

1.2 Types of startups following Angelucci:

According to (Angelucci, 2021), there are five types of startups as follows:

1.2.1 Small business startups:

Majority of the Startups are small firm, with small team members, these startups are happy staying startup as they sell products and services. And while they’re interested in growth, they grow at their own pace. Such startups are often bootstrapped or self-funded, meaning that there’s less pressure to scale as soon as possible or be beholden to the immediate needs of investors.

1.2.2 Buyable startups: Businesses built to be bought out

The concept here is that small teams build a business from scratch and sell it to a bigger player in their industry. These types of startups are usually associated with software and tech. Chances are you’ve seen headlines about giants like Amazon or Uber buying out smaller startups. Mergers and acquisitions like this happen all the time.

1.2.3 Scalable startups: Companies that seek capital (or scale themselves)

The common thread between all types of startups is the need to scale. Some startups are easier to scale than others. Most consumer and business apps are examples of scalable startups: once they’ve built buzz and a user-base, it becomes easier to acquire new customers. It’s a sort of snowball effect.

Scalable startups do this by raising capital from outside investors (think: angel investors, venture capitalists, business partners, friends, family). With newfound cash, they can support growth initiatives to score more customers and eventually grab the attention of folks willing to buy them out.

1.2.4 Offshoot startups: Companies that branch off from bigger corporations

Not all types of startups are built from the ground up. An offshoot startup is fairly self-explanatory. Simply put, they are startups that branch off from larger parent companies to become their own entities. For example, an offshoot business might be established in an effort for a bigger company to enter a new market or disrupt a smaller competitor. Because these startups act independently of their parent

companies, they have freedom to do business and experiment without drawing as much attention or scrutiny.

1.2.5 Social startups: Nonprofits and charitable companies

Startups are sometimes stereotyped as being growth-obsessed and money-hungry. That said, some startups are specifically designed to do good. Social startups, which include charities and nonprofits, scale for the sake of philanthropy. They operate similarly to any other startup, but do so with the help of grants and donors. A shining example of a social startup is Code.org, an organization that's managed to raise nearly \$60 million (from the likes of Google and Facebook) to help give students opportunities in the field of computer science.

1.3 Types of startups following Lim et al:

According to other definitions (Lim et al., 2015), there are:

1.3.1 Student's startups:

University plays an important role in the society and economy of the state. Following the technological development, advancement in a student startup is a startup set up by university or college students

1.3.2 Venture startups:

The venture startup refers to a technology-based startup that gets funding from venture capital or the Technology Guarantee Fund, or it originates from research and development in colleges or government research laboratories.

1.3.3 Youth startups:

in Korea youth startups, youth startups are startups run by under-39 year-old persons(Ko & An, 2019).

1.4 Characteristics of the startups:

From different studies, the types of startups are divided by demographics and by business characteristics:

1.4.1 Demographic characteristics:

Ko (2011) classified the types of startups by:

Adventure startups: are startups created by persons in the 20s years old

Professional startups: are startups created by persons in the 40s years old

Safety startups: are startups created by persons in the 50s years old.

This may be the old style of Korean startups, but in the current style, even the startups of the 50s and 60s are an adventure.

1.4.2 Business characteristics:

startups are classified according to business characteristics such as organization and business model

1.4.2.1 Startup as organization:

Under this type of the startups, startups are divided into:

- One-person startups,
- Co-startups
- Team startups

1.4.2.2 Technological characteristics:

According to (Kim et al., 2015), the startups could be divided into:

General startup

Technology startup

1.4.2.3 Technology utilization perspective:

According to (Chang et al., 2000), the startups could be divided into:

Small-scale startups

Venture startups: in Korea for example, venture startups refer in most cases to startups based on technology(Ko & An, 2019, p. 99).

1.5 The objectives of startups:

The primary goal of startup is to find a viable business model that can generate value for its customers while being effectively captured by the startup itself (Bortolini et al. 2018).

Also, blank mentions that the main objective of a startup should be to find repeatable and scalable business model (Blank 2013).

Startups play a key role in innovation processes (Colombo and Piva, 2008; Davila et al., 2003; Mustar et al., 2008).

Startup companies represent a powerful engine of open innovation (OI) processes (Spender et al. 2017)

The youth startups began with the intention of reducing the high unemployment rate of young people

2. How to change today's student to tomorrows startups:

According to different studies, the universities or colleagues is the main targets of the startup policies of the government(Ko & An, 2019).

Give more interest to the student startups. For example, presenting the new startups in the media encourage the students to create their startups. For example, Korean startups were mentioned less than 300 times in the media before 2007, however there were presented more than 2600 time in 2016(Ko & An, 2019, p. 98).

The creation of the environment that enhance the students or the individual in general to be idea generator and startups.

3. Why startups fail:

The creation of a new startups of new business venture is recognized as a difficult, complex and risky process (Chrisman et al. 2005; Trimi & Berbegal-Mirabent 2012).

the startup usually has less capital, fewer scientists and engineers, less legitimacy or brand presence, fewer strategic alliances, evolving organizational structures, and incomplete or even non-existent business processes. At a more abstract level, young firms have liabilities of newness and smallness, so they fail at higher rates than do their larger and older competitors(Cyert & March, 1992; Hannan & Freeman, 1993).

3.1 Risk:

Different risks face the new startups such as:

- The first risk that face the startups is the unknown fixed definition, the type of this organization and what are the main composition of this organization to look for its management and to arrive to a solution if there is a problem (Stinchcombe 1965; Chang 2004).
- The startups need to deal with uncertainty in different perspective market, product, competitiveness, people and finance (Paternoster et al. 2014; Sull 2004; Chang 2004).
- From the greatest risks that face the startups in the side of the market is that an entrepreneur offers a product that no one wants or need in the market Eisenmann et al. (2011)
- The uncertainty to have a place in the market make the other components of the market (investors, potential employees, suppliers and buyers) hesitate to contribute in it (Chang 2004).
- startups suffer a structural lack of tangible and intangible resources (Wymer and Regan, 2005).

3.2 The lack of experience:

According to (Blank, 2013), comparing with marge firms, startups find difficulties to use traditional business planning whose premise is that future results can be extrapolated based on the analysis of paste experience(McGrath, 2010) , because there no past experience in a startup besides the uncertainty of its essential innovative nature.

3.3 Rational utilization of resources:

From the main problems face the startups and cause their failure is using expensive tools or recruiting skilled employees with high wages, the suitable method is using the appropriate tools to reduce the costs in the beginning.

3.4 Lack of structured process:

major cause of failure in startups is the lack of a structured process to discover and understand their markets, identify their customers and validate their hypotheses in the early stages of design.

3.5 Lack of fixed plan:

According to (Ries, 2011), The first problem is the allure of a good plan, a solid strategy, and thorough market research. In earlier areas, these things were indicators of likely success. The overwhelming temptation is to apply them to startups too, but this does not work, because startups operate with too much uncertainty. startups do not yet know who their customer is or what their product should be. as the world becomes more uncertain, it gets harder and harder to predict the future. the old management methods are not up to the task. Planning and forecasting are only accurate when based on a long, stable operating history and a relatively static environment. Startups have neither.

3.6 Avoiding management:

According to (Ries, 2011), The second problem is that after seeing traditional management fail to solve this problem, some entrepreneurs and investors have thrown up their hands and adopted the "just do it" school of startups. This school believes that if management is the problem, chaos is the answer.

It may seem counterintuitive to think that something as disruptive, innovative, and chaotic as a startup can be managed or to be accurate, must be managed.

most people think of process and management as boring and dull, whereas startups are dynamic and exciting. but what is actually exciting is to see startups succeed and change the world. the passion, energy, and vision that people bring to these new ventures are resources too precious to waste

3.7 Ineffective funding:

Jeon (2012) pointed out that youth startups face ineffective funding does not cause an important growth in the rate of innovative startups (just 0.5%).

- The lack of marketability of business model derives the failure of startups Cho (2018)

4. Startups success factors:

The concept startup success is defined at first as the successful market entry (S. H. Lee & Noh, 2014). Also, others define startup success as sales after three years of operations(Ko & An, 2019). This concept refers to real successes in the market, such as generating earnings and securing sustainability.

From the main important factors of startups success:

- Customer orientation: It is the critical one for the startup success.
- Technology differentiation strategy: Technology differentiation is also an important factor

for the startup success

- Funding

4.1 Founder:

Different factors are related with the founder such as founder's motivation, attitudes and capabilities.

4.1.1 Venture startup:

Demographic and personal characteristics:

For the venture startups, demographic factors such as gender and age are suggested as startup success factor (S. H. Lee & Noh, 2014). From another side, the academic background of the startup founder is also pointed to as a success factor (J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014; Robinson & Sexton, 1994). In addition to that, motivation is presented as success factors such as achievement desire (J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014; Yun et al., 2008). Also, the vision of the startup founder has is a success factor of startup (Baum & Locke, 2004; S. Kim & Jo, 2006; J.-W. Lee & Chang, 1998; Sim et al., 2015). The fixed goal of startups is selected also as a startup success factor (Baum & Locke, 2004; J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014). In addition to that, attitudes are pointed out as success factors in addition to internal and external trust (S. Kim & Jo, 2006; J.-W. Lee & Chang, 2001) and risk-taking tendency (J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014), and perseverance (Baum & Locke, 2004; S. H. Lee & Noh, 2014). Also, positive thinking (J.-W. Lee & Chang, 2001) in addition to aggressive business promotion attitude (Baum & Locke, 2004; J.-W. Lee & Chang, 2001) are characterized as startup success factors.

Experience:

The main success factors of startups is the experience of the startup founder (J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014). From another side, working experience in related industry (Kwon & Jeong, 2012; J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014; Robinson & Sexton, 1994)

Management

The management abilities are characterized are important startup success factors. Starting from the ability to recognize opportunities in the market, it is recognized as a startup success factor (Baum et al., 2001; Chandler & Jansen, 1992). Also, business management is a startup success factor (Chandler & Jansen, 1992; Go et al., 2003; J.-W. Lee & Chang, 2001) and organizational management also (Baum et al., 2001).

Knowledge and technology:

From the knowledge and technology factors, Major study of the startup founder play an important role in the success of startups (S. Kim & Jo, 2006). Also, industry knowledge and technology related to startup business model are indicated as success factors (Baum et al., 2001; Chandler & Jansen, 1992; Cheon et al., 2014; Go et al., 2003; J.-W. Lee & Chang, 1998; Song & Lee, 2012)

4.1.2 youth startups:

For the youth startups also, the gender and age of the startup founder has a bearing on the success factors of startups (Jeon, 2012). Also, Desire for achievement is characterized an important success factor of youth startups (Song & Lee, 2012). In addition, Independence is an important success factor of youth startups(Douglas & Shepherd, 2002). For the attitude of the startup founder, Risk-taking tendency is also an important startup success factors(Douglas & Shepherd, 2002). For the capabilities of the founder, the pre-startup experience is an important success factor for the startup (H. C. Kim et al., 2016), followed by abilities of opportunities recognition in the market (H. C. Kim et al., 2016), Management capabilities (Lim et al., 2015), and the industrial technology knowledge (H. C. Kim et al., 2016; Lim et al., 2014).

4.1.3 Student startups:

In addition to venture and youth startups, different studies discuss about the main success factors of the student startups. From the demographic factors, Gender of the startup founder is an important success factor (Blanchflower, 2000; Cho & Lee, 2016; Huh, 2016). Also, the age is characterized a success factor of the student startups (Cho & Lee, 2016). Without forgetting the academic ability that it is also an important success factor for the student startups (Blanchflower, 2000; Cho & Lee, 2016; H. Kim, 2012).

The motivation categories of the founder is characterized also as a success factors of student startups, desire for achievement (Chang & Lee, 2013) and economic level of the founder (Huh, 2016) are two important success factors of the student startups . Following the both types of the startups, the attitudes of the startup founder such as risk-taking tendency is an success factor for student startups also (Chang & Lee, 2013; Segal et al., 2005). In addition to that, the capabilities of the student such as startup experience and knowledge of industrial technology(Cho & Lee, 2016; Lim et al., 2014).

4.2 Business model

business model includes many facets of startups, the characteristics of business model are divided into technical factors and market factors among others. Whereas technology factors include product planning, development, production, and improvement, success factors are as follows.

4.2.1 Technology factors:

Technology factors are organized into three sub groups that are product planning, new product development and product improvement.

4.2.1.1 product planning

Starting with product planning, the components of this latest are success factors just for venture startup such as competitive advantage (S. Kim & Jo, 2006; Y. B. Kim & Ha, 2000; Oh et al., 2002; Sim et al., 2015), Discrimination capability (S. Kim & Jo, 2006; J.-W. Lee & Chang, 1998, 2001) and cost leadership(J.-W. Lee & Chang, 1998).

4.2.1.2 New product development:

New Product Development (NPD) refers to the complete process of bringing a new product to market. This can apply to developing an entirely new product, improving an existing one to keep it attractive and competitive, or introducing an old product to a new market. It is considered as a success factor for both of venture and youth startups as follows:

4.2.2 Market factors:

The market is organized in three subgroups that are market size, market growth rate and market structure.

4.2.2.1 Market size:

Market size is a critical factor when individual set up a new business. It's a measure of the potential value in the chosen market, and so it gives the individual an idea of exactly how much money he can make from your innovation. In general, market size is simply the total amount of money customers spend on goods and services that fall within the definition of the relevant market (Brex, 2020). Following the literature studies, market size is a success factor for both venture startup (Go et al., 2003) and student startup (Cho & Lee, 2016)

4.2.2.2 Market growth rate:

Market Growth rate is defined as the rise in sales or market size within a given customer base over a specific period of time. When a business analyses its market, it requires interpreting its market growth rate. The sales growth is compared with the market growth rate. According to (J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014; Yun et al., 2008), market growth rate is a success factor just of venture startup;

4.2.2.3 Market structure:

Market structure, in economics, refers to how different industries are classified and differentiated based on their degree and nature of competition for goods and services. It is based on the characteristics that influence the behavior and outcomes of companies working in a specific market. Marketing structure is a success factor just of venture startup (J.-W. Lee & Chang, 1998; S. H. Lee & Noh, 2014; Y.-S. Shin & Choi, 2010; Yun et al., 2008). There are four types of market structure:

1- Perfect Competition: Perfect competition occurs when there is a large number of small companies competing against each other. They sell similar products (homogeneous), lack price influence over the commodities, and are free to enter or exit the market.

2- Monopolistic Competition: Monopolistic competition refers to an imperfectly competitive market with the traits of both the monopoly and competitive market. Sellers compete among themselves and can differentiate their goods in terms of quality and branding to look different. In this type of competition,

sellers consider the price charged by their competitors and ignore the impact of their own prices on their competition.

3- Oligopoly : An oligopoly market consists of a small number of large companies that sell differentiated or identical products. Since there are few players in the market, their competitive strategies are dependent on each other.

4- Monopoly : In a monopoly market, a single company represents the whole industry. It has no competitor, and it is the sole seller of products in the entire market. This type of market is characterized by factors such as the sole claim to ownership of resources, patent and copyright, licenses issued by the government, or high initial setup costs.

4.3 Resources:

Resources of startups are classified into four categories that are:

4.3.1 Core manpower:

The category core manpower is organized into two categories that are:

4.3.1.1 Startup team:

The startup team are persons who are working in the same team for the same goal. It is considered as one of the important success factors for both of venture startups(J.-W. Lee & Chang, 2001; S. H. Lee & Noh, 2014; Sim et al., 2015); and youth startups (Bang et al., 2014) due to importance of working in a group or in a team.

4.3.1.2 Securing a talented person:

Securing a talented person is the processes of satisfying the needs and desired of a talented person to do not forgetting him or her due to its importance for the team and for the startup. Therefore, all the team play a role of working together for the same goals and securing themselves and the others for the aim of succeeding together. For that, Securing a talented person is a sub-category of core manpower that represent a success factor of venture startups (J.-W. Lee & Chang, 2001; Yun et al., 2008)

4.3.2 Sales:

According to different theoretical studies, having your part in the market is one of the main goals of a startup. Therefore, having a customer that use your product or your service mention that you have your parts, this latest will presented by the number of sales , therefore Sales ire success factors for youth startups (Bang et al., 2014), and for venture startups as follows:

4.3.2.1 Marketing strategy:

A marketing strategy is a long-term plan for achieving a company's goals by understanding the needs of customers and creating a distinct and sustainable competitive advantage. It encompasses everything

from determining who your customers are to deciding what channels you use to reach those customers.

Therefore, Marketing strategy is success factor for venture startup (S. H. Lee & Noh, 2014)

4.3.2.2 Sales process:

The startups sales process is a template that guides the startup towards achieving sales objectives. It also helps the startup founder in creating the benchmark of performance that it desired from his sales team members. Creating a sales process is important as it allows the startups founder to develop a repeatable series of steps that the members of the sales team need for successful conversation. Therefore, sales activity or sales process is a success factor for venture startup (Y. B. Kim & Ha, 2000). In general, there are seven characteristics of sales process(Das, 2020):

a) Customer-centric: Modern buyers are resourceful, well-informed and array of options. The startup must align the sales processes accordingly.

b) Clearly defined: the startup should make sure that everyone involved in the business completely understands each of the stages and elements of the sales process.

c) Replicable: the startup sales reps must be so well-versed with the sales process that they can easily replicate each of its steps.

d) Predictable: There needs to be a certain amount of predictability in the flow and the expected outcomes of startup sales process.

e) Goal-oriented: startup sales process must be planned for improving the achievement of certain activities, e.g, drive your company's revenue growth, achieve better sales efficiencies, etc).

f) Measurable: The activities in startup sales process must be measurable for gauging the success and scope of improvement.

g) Adaptable: Startup owners must create a flexible sales process for accommodating the dynamic market, tech innovations, or the changes in your own way of operations.

4.3.3 Funds:

Funding refers to the money required to start and run a business. It is a financial investment in a company for product development, manufacturing, expansion, sales and marketing, office spaces, and inventory. Many startups choose to not raise funding from third parties and are funded by their founders only (to prevent debts and equity dilution). However, most startups do raise funding, especially as they grow larger and scale their operations. This page shall be your virtual guide to Startup funding (Government of india, 2022).

There are five types of startups finding:

Table 1: types of startups finding

Working Capital	Equity Financing	Debt Financing	Grants
Brief	Equity financing involves selling a portion of a company's equity in return for capital.	Debt financing involves the borrowing of money and paying it back with interest.	A grant is an award, usually financial, given by an entity to a company to facilitate a goal or incentivize performance.
Nature	There is no component of repayment of the invested funds.	Invested Funds to be repaid within a stipulated time frame with interest	There is no component of repayment of the invested funds
Risk	Financer: There is no guarantee against his investment. Startup: Startups need to give up a portion of their ownership to shareholders.	Financer: The lender has no control over the business's operations. Startup: You may need to provide a business asset as collateral.	Financer: There is a risk of the startup not meeting the goal or objective for which the grant has been provided. Startup: There is a risk of the startup not receiving a portion of the grant due to several reasons.
Threshold of Commitment	While startups are under lesser pressure to adhere to a repayment timeline, investors are constantly trying to achieve growth targets	Startups need to constantly adhere to repayment timeline which results in more efforts to generate cash flows to meet interest repayments	Grants are distributed in different tranches w.r.t the fulfilment of the corresponding milestone. Thus, a status is constantly working to achieve the milestones laid down.
Return to Investor	Capital growth for investors	Interest payments	No Return
Involvement in Decisions	Equity Investors usually prefer to involve themselves in	Debt Fund has very less involvement in decision-making	No direct involvement in decision making

	the decision-making process		
Sources	Angel Investors Self-financing Family and Friends Venture Capitalists Crowd Funding Incubators/Accelerators	Banks Non-Banking Financial Institutions Government Loan Schemes	Central Government State Governments Corporate Challenges Grant Programs of Private Entities

Source: (Government of india, 2022)

4.3.3.1 Funding capability:

Financial capability is the ability to manage money well – both day-to-day and through significant life events and to fund different activities of the startups. Being financially capable means the startup have the resilience to handle times when life is financially difficult – like when it loses the source of financial sources. Therefore, Funding capability is a success factor for venture startups(Go et al., 2003; Y. B. Kim & Ha, 2000; Sim et al., 2015)

4.3.3.2 securing required funds:

the startups with great business ideas but don't have the funds that they need to make it a reality. Therefore, securing required funds is success factor of venture startups (Cheon et al., 2014; S. Kim & Jo, 2006). The startup founder firstly needs to have a solid business plan to help decide how it will fund his business. In general, there are eight important steps to help the startups founder to secure the funding he need(Gill, 2022):

- a- Work out how much funding the startup will need;
- b- Review the brand identity;
- c- Determine whether self-funding is viable;
- d- Secure venture capital from investors;
- e- Look into crowdfunding;
- f- Consider a business loan;
- g- Research government grants and loans;
- h- Hire in a business coach.

4.3.4 Network:

Following theoretical studies, network sub-category is success factor of venture startup as follows:

4.3.4.1 Network strategy:

A network strategy consists of your plan for building and managing a network of partners in a way best suited to meet your shared goals. It focuses on the considerations of how the startup founder will build his network, in terms of what he will do, and won't do, to align the work with the fixed goals. Therefore, Network strategy is the is a success factor of the venture startups(J.-W. Lee & Chang, 1998; Sim et al., 2015)

4.3.4.2 Network activity:

Network activity is the activities related with the internet, communication, telecommunication. These activities facilitate the ways of presenting your product or service in the market without making big efforts. therefore, it is considered as a success factor of venture startups (S. Kim & Jo, 2006; Y. B. Kim & Ha, 2000; Kwun & Jeong, 2012)

4.4 Support system:

The support system of the startups is divided into four categories that are: government, society and university.

4.4.1 Government:

According to the different literature review, the government has an important role in the success of the different types of startups due to the offered supports.

4.4.1.1 Support policy:

Government Support for startups has become the need of the day. However, during the period of covid 19, all different types of firms look for support to face the effects of the pandemic. Therefore, different governments launch different support for different types of startups. These supports are differed from a types to another, different studies have discussed the support policy for the three types of startups such as Venture startup(Go et al., 2003), Youth startup (Jeon, 2012; Song & Lee, 2012) and for Student startup (B. J. Kim & Cho, 2014).

4.4.1.2 Public sector support:

Supporting a firm has a great impact on the effectiveness and efficiency of the firms. Moreover, some researchers find that support is considered from the needs of the SMEs (North et al., 2001). Also, it is considered as an important success factor for startups because it help them in the first days of operation (Ham & Ko, 2016).

4.4.2 Society:

4.4.2.1 Surrounding network:

Starting a business is always going to be a difficult endeavor that requires a large number of factors to go in your favor. Building the network is a key component to the ongoing success of your startup.

Surrounding network is a success factor for both youth startups(H. C. Kim et al., 2016) , and for student startups(Chang & Lee, 2013). In general, eleven reasons why networking is essential for the startup:

1. Finding New Business & Referrals
2. Partnership Opportunities
3. Find Mentorship & Support
4. A Strong Network Gives Startup More Leverage with Investors
5. Gaining Feedback & Ideas
6. Increased Access to Business Resources
7. Grow startup Team with Top Talent
8. Accelerate Learning
9. Build Business Confidence
10. Enhance startup Communication Skills
11. Help Others Succeed

4.4.3 University:

4.4.3.1 Entrepreneurship education

entrepreneurship education is held up as the model for changing attitudes and motives. Also, Entrepreneurship education seeks to propose people, especially young people, to be responsible, as well as enterprising individuals who became entrepreneurs or entrepreneurial thinkers who contribute to economic development and sustainable communities (Raposo, 2011). Therefore, different studies mention that entrepreneurship education is a success factor of student startup (Chang & Lee, 2013; Peterman & Kennedy, 2003; Souitaris et al., 2007; Walter et al., 2013)

4.4.3.2 Startup support activities

Supporting activities are actions taken by organizations. Supporting activities typically include fundraising activities, management and general activities, and membership development activities (Bragg, 2022). Due to the importance of these activities, Startup support activities is a success factor of student startup(Cho & Lee, 2016)

4.4.3.3 Startup mentoring

A startup mentor is someone who caters specifically to the needs of startup employees. They offer guidance and support, helping startup workers to develop their skills, grow their networks, and achieve their professional goals (Nick Saraev, 2022). Also, Having a business mentor can help you turn your good idea into a viable business proposition, and can make all the difference in getting your dreams off the ground (Baragwanath, 2018). Therefore, Startup mentoring is success factor of student startup (Chang & Lee, 2013)

5. Conclusion:

Starting with the technological development that it causes different results such as the appearance of new unsatisfied needs and desires, and the scarce of the raw materials, all these factors and others push the firms to follow the technological development to innovate and sustain. Moreover, for the others, many individuals or teams start by creating something to satisfying the needs of individuals or of enterprises. This is by creation of small firms that are called startups. Their first goal is to generate wealth and satisfy new needs and desirous. These startups could be created in different fields such as economics, business, agriculture, industries ...etc. Following different studies, different startups face great problems that push them to the failure. Therefore, and following different literature review, we try in this paper to make an abstract about the main failure points of the startups to avoid them where we find that from the major point of startup failure is financial point, management. However, for the next part of the paper, we present the main factors of startup success, majority of the studies find that success factors related with three pillars that are founder, business model, resources and support system. Therefore, it is necessary for the startups to succeed to avoid all factors of failure, and to take all success factors. As a result, to survive:

1. Startups must fix plans to overcome numerous transition hurdles during their growth and maturation (Picken, 2017)
2. Startups must continue its constant experimentations and learning because it is the essence of evolving their business model (Sarasvathy, 2001; Baker & Nelson, 2005; Fisher, 2012; Kerr et al., 2014; Picken, 2017)
3. forming relationships with external partners (Teece, 2010; Pangarkar and Wu, 2012; Kask and Linton, 2013).

References :

Angelucci, T. (2021, February 1). *5 of the most common types of startups (and how they scale)*.

RingCentral. <https://www.ringcentral.com/us/en/blog/types-of-startups/>

Aulet, B. (2013). *Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup* (1 edition). Wiley.

Bang, J., Park, S., & Shin, J. (2014). Exploratory study on perceived critical success factors for young entrepreneurs in the early startup stage. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(5), 247–254.

Baragwanath, T. (2018, September 25). *Entrepreneur stories: Why every startup needs a mentor*.

Spendesk. <https://www.spendesk.com/blog/startup-mentor/>

- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
- Blanchflower, D. G. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour Economics*, 7(5), 471–505.
[https://doi.org/10.1016/S0927-5371\(00\)00011-7](https://doi.org/10.1016/S0927-5371(00)00011-7)
- Blank, S. (2013). *The Four Steps to the Epiphany: Successful strategies for products that win* (2nd edition). K&S Ranch. <https://www.pdfdrive.com/the-four-steps-to-the-epiphany-d196828332.html>
- Bourouaha, A. (2020, October 15). Technological training in higher education: Lessons and recommendations. *The role of technological means in academic learning and research*. The role of technological means in academic learning and research, Germany.
<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.20219982.v2>
- Bourouaha, A. (2021). Investigation about the main effects of the COVID-19 pandemic on the performance of MOLDOVA firms. *Les Cahiers Du Mecas*, 17(4), 49–67.
<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.20219961.v1>
- Bourouaha, A., Azkak, T., & Bouredja, S. (In press). Qualitative determinants of employment in innovative firms: Effect of ownership, gender and education level of top manager and types of innovation on employment in a sample of Egyptian firms. *International Journal of Business Innovation and Research*, In press. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2022.10047829>
- Bourouaha, A., & Maliki, S. B. E. (2014a, May). *تجربة المرأة في المقاوالاتية: دراسة للصندوق الوطني*. بتلمسان، المقاولاتية النسوية، الاهمية، الفرص و العقبات CNAC للتأمين عن البطالة Biskra, Algeria.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2514.0889>

- Bourouaha, A., & Maliki, S. B. E. (2014b). The CNAC mechanism as a policy to foster and creating employment: Evidence from Tlemcen region in the period 2005-2012. *Les Cahiers de MECAS*, 10(1), 23–30.
- Bourouaha, A., & Maliki, S. B. E. (2018). From Underdeveloped to Innovation Learners: Case of sub-Saharan African countries and lesson for MENA countries. *Les cahiers de MECAS*, 14(01), 186–200.
- Bragg, S. (2022, April 21). *Supporting activities definition*. AccountingTools.
<https://www.accountingtools.com/articles/supporting-activities>
- brex. (2020, May 5). *How to determine market size as a startup | Brex*.
<https://www.brex.com/blog/how-to-calculate-market-size/>
- Chandler, G. N., & Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 223–236.
- Chang, S., & Lee, Z. H. (2013). A Study on the Influencing Effects of University Students' E-Business Start-up Intention. *The E-Business Studies*, 14(3), 37–53.
<https://doi.org/10.15719/geba.14.3.201308.37>
- Cheon, P. U., Chung, D. S., & Ock, Y. S. (2014). An empirical study on successful factor of local mobile app one-person creating company: The moderating effects of social capital. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(2), 201–219.
- Cho, Y. J., & Lee, B. Y. (2016). A study on social environmental factors affecting university students' entrepreneurial intention. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(4), 17–25.
- Cyert, R. M., & March, J. G. (1992). *Behavioral Theory of the Firm* (2nd edition). Wiley-Blackwell.
- Das, S. (2020, March 16). The Winning Sales Process for Your Startup in 2022. *Blog*.
<https://www.salemate.io/blog/sales-process-for-startup/>

- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81–90.
- Eisenmann, T. R., Ries, E., & Dillard, S. (2012). *Hypothesis-Driven Entrepreneurship: The Lean Startup* (SSRN Scholarly Paper No. 2037237). <https://papers.ssrn.com/abstract=2037237>
- Gill, C. (2022, March 21). *8 Steps to Securing Funding for Your New Business*. Digital Glue. <https://digitalglue.agency/insights/8-steps-to-securing-funding-for-your-new-business/>
- Go, B. S., Yong, S. J., & Lee, S. C. (2003). An empirical study on the determinants of new venture performance. *The Journal of Small Business Innovation*, 6(2), 3–33.
- Government of india. (2022). *Funding Guide*. <https://www.startupindia.gov.in/content/sih/en/funding.html>
- Ham, H.-U., & Ko, C.-R. (2016). The Technology Licensing Office as Factor of Success for Spin-off: Case Study of a Research Lab Startup of Korea. *Asian Journal of Innovation and Policy*, 5(2), 129–145. <https://doi.org/10.7545/ajip.2016.5.2.129>
- Hannan, M. T., & Freeman, J. (1993). *Organizational Ecology* (Reprint edition). Harvard University Press.
- Huh, K. O. (2016). Analysis of factors influencing preference of founding on the attitude of university student's spinoff regulation, company, and business restriction. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 11, 41–66.
- Jeon, I.-O. (2012). Established business start-up support Impact on The youth of business performance. *Journal of Digital Convergence*, 10(11), 103–114.
- Kim, B. J., & Cho, S. E. (2014). Factors affecting university students' startup intentions: Focus on knowledge and technology-based startups. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 9, 86–106.

- Kim, H. (2012). The entrepreneurial factors and entrepreneurial intention on student. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 263–271.
- Kim, H. C., Song, C. H., & An, B. R. (2016). A study on effects of personal characteristics on startup opportunity and entrepreneurial intention of startup. *Korean Management Consulting Review*, 16(3), 75–83.
- Kim, S., & Jo, Y. H. (2006). Study of core subjects and success strategy of venture companies in each growing stage, e. *Business Review*, 7(1), 119–141.
- Kim, Y. B., & Ha, S. W. (2000). Differences in KSFs, environments, CEO roles, and the external Linkages among Korean ventures at different growth stages. *Journal of Technology Innovation*, 8(1), 125–153.
- Ko, C.-R., & An, J.-I. (2019). Success Factors of Student Startups in Korea: From Employment Measures to Market Success. *Asian Journal of Innovation and Policy*, 8(1), 97–121.
<https://doi.org/10.7545/ajip.2019.8.1.097>
- Kwon, M. Y., & Jeong, H.-J. (2012). The effect of entrepreneurs' characteristic, technological capabilities and network on firm performance of technology-based startup. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 7–18.
- Kwun, M.-Y., & Jeong, H.-J. (2012). The effect of entrepreneurs' characteristic, technological capabilities and network on firm performance of technology-based start-ups. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(1), 7–18.
- Lee, J.-W., & Chang, S.-D. (1998). A conceptual study on the success factors of high-tech venture. *Entrepreneurship and Venture*, 1(2), 69–95.
- Lee, J.-W., & Chang, S.-D. (2001). Success factors of high-tech ventures: Successful entrepreneurs' view. *The Korean Small Business Review*, 23(4), 23–49.
- Lee, S. H., & Noh, S. H. (2014). A study on the success factors of ICT Convergence type-specific start-up enterprise-mainly the case study. *Journal of Digital Convergence*, 12(12), 203–215.

- Lim, A., Kim, H. C., & Kim, K. P. (2015). The effect of youth entrepreneurs' competence on entrepreneurial behavior and entrepreneurial performance. *Korean Management Consulting Review*, 15(3), 143–154.
- Lim, A., Kim, H. C., & Youn, J. R. (2014). The effect of youth entrepreneurship on entrepreneurial behavior. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 4491–4513.
- McGrath, R. G. (2010). Business Models: A Discovery Driven Approach. *Long Range Planning*, 43(2), 247–261. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.005>
- Nick Saraev. (2022, April 11). *Mentorship In Tech Startups? Why Employees Need Mentors | Together Mentoring Software*. <https://www.togetherplatform.com/blog/mentoring-in-tech>
- North, D., Smallbone, D., & Vickers, I. (2001). Public Sector Support for Innovating SMEs. *Small Business Economics*, 16(4), 303–317. <https://doi.org/10.1023/A:1011164801073>
- Oh, H. M., Lee, S. W., & Park, M. C. (2002). A study on the impact of technology development strategy on new venture performance in the Korean information and telecommunications industry. *Korean Management Review*, 31(4), 881–906.
- Paternoster, N., Giardino, C., Unterkalmsteiner, M., Gorschek, T., & Abrahamsson, P. (2014). Software development in startup companies: A systematic mapping study. *Information and Software Technology*, 56(10), 1200–1218. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2014.04.014>
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129–144. <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Picken, J. C. (2017). From startup to scalable enterprise: Laying the foundation. *Business Horizons*, 60(5), 587–595. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.002>
- Raposo, M. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *ENTREPRENEURSHIP EDUCATION*, 23(3), 453–457.

- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* (1st Edition). Currency.
- Robinson, P. B., & Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience on selfemployment success. *Journal of Business Venturing*, 9(2), 141–156.
- Sedláček, P., & Sterk, V. (2020). Startups and employment following the COVID-19 pandemic: A calculator. *Covid Economics*, 13, 178–200.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 42–57.
- Shin, D. P., Bae, Y. K., & Son, S. H. (2018). The Present and Implications of Technology-based Business Activation Support Policy. *KISTEP Issue Weekly, KISTEP*, 266(08).
- Shin, Y.-S., & Choi, M.-G. (2010). A study on success factors for entrepreneurs in IT ventures. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 11(7), 2371–2385.
- Sim, Y., Gil, W., & Kim, S. (2015). Study on the perception gap between technology based entrepreneurs and startup facilitators about success factors for startup. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(2), 43–57.
- Song, E. S., & Lee, S.-K. (2012). A Study on Influences on Results of Inauguration of Enterprise by Characteristics of Young Businessmen's Inauguration—Focusing on Young CEO Promoting Project in Gyeongsangbukdo -. *KOREAN LOCAL GOVERNMENT REVIEW*, 14(3), 177–193.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Steve, B. (2010, January 25). *Steve Blank What's A Startup? First Principles*. Steve Blank.
<https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>

Walter, S. G., Parboteeah, K. P., & Walter, A. (2013). University Departments and Self-Employment

Intentions of Business Students: A Cross-Level Analysis. *Entrepreneurship Theory and*

Practice, 37(2), 175–200. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x>

Yun, J.-R., Kim, H. C., & Kim, K.-S. (2008). An empirical research on successful factor of venture

business. *Korean Business Review*, 1(1), 39–67.