جامعة حسيبة بن بوعلي (الشلف)

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر العولمة وانعكاساتها على اقتصاديات دول الشمال الافريقي

شهادة نشر مقال بكتاب جماعي مُحَكم

يشهد مدير المخبر ورئيس مشروع الكتاب الجماعي الموسوم بـ: الدور السوسيو-اقتصادي للمؤسسات الناشئة في دعم خطط التنمية المستدامة ذو الرقم المعياري الدولي (ISBN 978-9947-78-191-3) والصادر في مارس 2021 بأن:

الأستاذة : مبروك بوقرة ، جامعة باجي مختار- عنابة ، الجزائر

الأستاذ : على بوصنوبرة ، جامعة باجي مختار- عنابة ، الجزائر

قد نُشر لهما مقال في الكتاب الجماعي المحكم بعنوان: المؤسسات الناشئة والإستجابة السريعة للأزمات (أزمة كورونا)

رئيس كتاب الجماعي

الدكتور سلاق محمد
أستاذ محاضر في إدارة الأعمال
جامعة الشلف

مدير المخبر

مخبر العولمة وانعكاساتها على اقتصاديات دول الشمال الافريقي
عاشور مزيق

Scanné avec CamScanner

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

مخبر البحث حول العولمة وانعكاساتها على اقتصاديات دول الشمال الافريقي، واختبار مدى امكانية انشاء اتحاد اقتصادي موحد لها، وفريق البحث(PRFU) حول: إستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية تجاه تعزيز قضايا التنمية المستدامة في الجزائر "

كتاب جماعي

الدور السوسيو-اقتصادي للمؤسسات الناشئة في دعم خطط التنمية المستدامة

ISBN 978-9947-78-191-3

رئيس مشروع (الكتاب الجماعي) د/ محمد فلاق

تأليف: مجموعة من الباحثين



جامعة حسيبة بن بوعلي (الشلف)– الجزائر–

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

مخبر البحث حول العولمة وانعكاساتها على اقتصاديات دول الشمال الافريقي، واختبار مدى امكانية انشاء اتحاد اقتصادي موحد لها

وفريق البحثPRFU حول: إستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية تجاه تعزيز قضايا التنمية المستدامة في الجزائر "

"

كتاب جماعي حول:

الدور السوسيو-اقتصادي للمؤسسات الناشئة في دعم خطط التنمية المستدامة

ISBN 978-9947-78-191-3

رئيس مشروع الكتاب الجماعي

الدكتـــور: محمد فلاق

تأليف

مجموعة من الباحثين



﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ * فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ * وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انْفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِنَ اللَّهْوِ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴾

[سورة الجمعة : آية 9_11]

قال النبي صلى الله عليه وسلم ﴿ لاَ يَغْرِسُ مُسْلِمٌ غَرْسًا وَلاَ يَزْرَعُ زَرْعًا فَيَأْكُلَ مِنْهُ إِنْسَانٌ وَلاَ دَابَّةٌ وَلاَ شيء إِلاَّ كَانَتْ لَهُ صَدَقَةٌ﴾

[رواه مسلم]

إهداء

إلى كلِ رائدِ أعمالٍ ناجح .. مُتميز .. مُلهِم .

محتويات الكتاب الجماعي

الباحث	عنوان المقال	الصفحة
بجبج توفيق/ جامعة ملايا- ماليزيا **علمي لزهر/** جامعة الجزائر 3- الجزائر	**حوكمة الشركات الناشئة**	**14-1**
عبد الرزاق لقواق/ جامعة محمد بوضياف- المسيلة- الجزائر **فايز عوض بن ظفرة/** جامعة الملك خالد- المملكة العربية السعودية	**البيئة الريادية المتنامية للمؤسسات الناشئة وانعكاساتها على الجانب السوسيو-اقتصادي: تقييم الفرص والتحديات في المملكة العربية السعودية**	**33-15**
عباس وداد، دكار جنات/ جامعة سطيف 1- الجزائر	**المسؤولية الاجتماعية للمقاولات في اطار التوجه نحو الاستدامة**	**34- 52**
ميلودي محمد كريم، ميلودي نسيم، **دحماني جلال الدين /** مدرسة الدراسات العليا للتجارة- الجزائر	**أهمية الحوكمة و دورها في تفعيل نمو المؤسسات الناشئة، حالة المؤسسات الناشئة في الجزائر**	**69-53**
زوينة بوساق/ جامعة محمد بوضياف- المسيلة- الجزائر	**فاعلية تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية ودورها في استمرارية المؤسسات الناشئة وتطويرها قراءة سوسيولوجية تحليلية**	**83-70**
عون الله سعاد/ جامعة ابن خلدون – تيارت- الجزائر	**المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة، حالة الجزائر-**	**103-84**
حميدة رشيدي، محمد فلاق/ جامعة حسيبة بن بوعلي- الشلف- الجزائر	**دور الشركات الناشئة في تعميق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية: شركة فيسبوك أنموذجا.**	**123-104**
مبروك بوقرة ، على بوصنوبرة/ جامعة باجي مختار –عنابة- الجزائر	**المؤسسات الناشئة والإستبجابة السريعة للأزمات (أزمة كورونا)**	**143-124**
جويدة بلعة/ جامعة فرحات عباس - سطيف 1- الجزائر	**المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الناشئة**	**166-144**
جزار وهيبة، مزرق عاشور/ جامعة حسيبة بن بوعلي –الشلف- الجزائر	مفاهيم عامة حول المؤسسة الناشئة	186-167
نوال بن لكحل/ جامعة مرسلي عبد الله –تيبازة- الجزائر **عمر ولد عابد/** جامعة حسيبة بن بوعلي	**مقومات المؤسسات الناشئة والتحديات التي تواجهها**	206-187

–الشلف- الجزائر		
ايمان بغدادي/ جامعة الاخوة منتوري- قسنطينة- الجزائر	**دور المناولة في ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**	219-207
نبيلة قرزيز/ جامعة حسيبة بن بوعلي – الشلف- الجزائر	**الدور الملموس للمؤسسات الناشئة في سبيل تحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالات ناجحة أجنبية وعربية –**	240-220
محمد عجيلة، حنان عجيلة/ جامعة غارداية-الجزائر	**دور الابداع والابتكار في دعم المؤسسات الناشئة الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المستدامة**	259-241
بن فريحة نجاة ` أنساعد رضوان/ جامعة حسيبة بن بوعلي –الشلف- الجزائر	**واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في العالم العربي – دراسة لتطور المؤسسات الناشئة في الإمارات العربية المتحدة وتونس-**	280-260
زهية قرامطية، سمية بوخاري/ جامعة البليدة (02)-الجزائر	**محاولة تقييم آليات التمويل المقاولاتي في الجزائر –دراسة تحليلية تقويمية للوكالة الوطنية للقرض المصغر –**	301-281
فواز هذلي، ميلود بن خيرة / جامعة حسيبة بن بوعلي –الشلف- الجزائر	**الابتكار في الشركات الناشئة كآلية للتفوق الاقتصاديوفقًا لمؤشر الابتكار العالمي**	319-302
زرزار العياشي/ جامعة 20 أوت 1955 – سكيكدة- الجزائر **علي حاجي حورية/** جامعة حسيبة بن بوعلي –الشلف- الجزائر	**تشجيع الابتكار في الشركات الناشئة –دراسة حالة شركة "كريم الإماراتية" Careem" ، ونماذج جزائرية –**	337-320

المقالات المنشورة في الكتاب الجماعي تعبر عن آراء أصحابها ولا يتحمل المشرفين على الكتاب بالضرورة مسؤولية وجهة نظرهم.

مقدمة الكتاب

توطئة:

أضحت المؤسسات الناشئة (start-up) ضرورة ملحة في ظل التغيرات التي أصبح يشهدها العالم، وقد تميزت الاعوام الأخير خصوصا مع بداية القرن الحالي ميولا كبيرا للاقتصاديات نحو المؤسسات الناشئة لما لها من آثار إيجابية من حيث النمو وحماية الاقتصاد من صدمات الشركات الكبرى، هذا التغير جعل الدول والمؤسسات تركز أكثر فأكثر على هذا النوع من المؤسسات.

لقد أصبح قطاع المؤسسات الناشئة (start-up) يشغل اهتمام العديد من السياسات الحكومية، خاصة في ظل المكانة التي يحتلها في اقتصاديات الدول وكذا الدور الذي يلعبه في قضايا التنمية والنمو الاقتصادي، أصبحت الدول النامية اليوم ترتكز على مهارات الأفراد وقدرتهم الابداعية في العمل المؤسساتي، بدل الارتكاز فقط على الموارد الطبيعية والريعية الآيلة لزوال، لأجل ذلك وضعت برامج واجراءات قصد تحسين مناخ الأعمال والمبادرات الابداعية والقضاء على البطالة، وحث الشباب لإنشاء مؤسساتهم الابتكارية الخاصة.

إن للمؤسسات الناشئة أهمية كبيرة، فدورها لا يقتصر فقط على الرفع من مستويات الانتاج، وزيادة العائدات، بل يتعدى ذلك ليشمل التجديد في النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات التي فشلت، واعادة التوازن للأسواق وتحقيق خطط التنمية المستدامة. **من خلال ما سبق يمكن طرح الاشكالية التالية: ما الدور الاجتماعي-الاقتصادي للمؤسسات الناشئة في دعم خطط التنمية المستدامة؟**

وللاجابة على الاشكالية المطروحة تم التطرق في هذا الكتاب الجماعي الى المحاور التالية

1. ماهية المؤسسات الناشئة والخصوصية التسييرية لها،
2. القانون الأساسي والتنظيمي للمؤسسات الناشئة
3. الذكاء الاستراتيجي والتنافسي للمؤسسات الناشئة،
4. إدارة الإبداع والابتكار بالمؤسسات الناشئة،
5. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الناشئة،
6. حوكمة المؤسسات الناشئة،
7. آليات تعزيز الشراكة بين الجماعات الاقليمية والمؤسسات الناشئة،
8. دور المرافقة وحاضنات الأعمال في استدامة وتميز المؤسسات الناشئة،
9. دور المؤسسات الناشئة في تنويع وتطوير الاقتصاد الجزائري،
10. نماذج عربية وعالمية للمؤسسات الناشئة الناجحة ودورها في التنمية المستدامة

المؤلفين

حوكمة الشركات الناشئة

Startup Companies Governance

بجبج توفيق[1]، علمي لزهر[2]

[1] جامعة ملايا- ماليزيا، toufikb@hotmail.com

[2] جامعة الجزائر 3- الجزائر، eulmilazhar@gmail.com

الملخَّص

يهدف هذا البحث إلى بيان الدور الذي يمكن أن تلعبه الحوكمة في اطالة دورة حياة الشركات الناشئة، من أجل تعزيز تنافسيتها محليا ودوليا وعلى المديين القصير والطويل. وسيتم تحقيق ذلك من خلال عرض الإطار المفاهيمي للموضوع بداية، وبناء نظرة شاملة ومتكاملة لأنموذج حوكمة عملي للشركات الناشئة. وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن اختيار الشكل القانوني الأنسب الذي يستجيب لطبيعة الشركات الناشئة والتحديات التي تواجهها، والذي سيعمل على تعزيز فرص نجاح هذه الشركات. كما أن الدراسة خلصت إلى أن اعتماد الشركات الناشئة منذ التأسيس للحوكمة، سيعمل على تجنيب هذه الشركات التوترات الرأسية والأفقية التي عصفت بالعديد من الشركات الناشئة.

الكلمات المفتاحية: *حوكمة،حوكمة الشركات،الشركات الناشئة، حوكمة الشركات الناشئة*

Abstract

This research aims to demonstrate the role that governance can play in prolonging the life cycle of startups, enhance their competitiveness locally and internationally, in the short and long terms. This will be achieved by presenting the conceptual framework for the topic, and building a comprehensive governance model for startups.

This research concluded that choosing the most appropriate legal form that responds to the nature of startup companies and the challenges they face, and which will enhance the chances of success of these companies. The study also concluded that the adoption of the startups governance since the early ages will spare these startup companies from the vertical and horizontal problems.

KeyWords:Governance,Startup,Corporate,

المؤلف المرسل: بجبج توفيق،toufikb@hotmail.com

1. المقدمة

موضوعان أصبحا يحظيان باهتمام كبير خلال العقدين الماضيين هما، حوكمة الشركات(Corporate Governance) والشركات الناشئة (Start-ups). ينظر إلى الشركات الناشئة، كشركات صغيرة ومتوسطة تتيح فرص عمل لفئة الشباب، وتفتح أسواقا جديدة وخاصة في مجال التكنولوجيا. كما ينظر إلى حوكمة الشركات كآليات ناجعة تحتاجها الشركات، لكي تعزز من تنافسيتها في الأسواق المحلية أو الدولية. شهد العالم خلال العقدين الأخيرين تغيرات جوهرية في ميداني الاقتصاد والتكنولوجيا، ولم يعد عالم المال والأعمال يخضع للطروحات الكلاسيكية، سواء ما تعلق بالاقتصاد أو القانون. لقد أظهر التصنيف المالي لكبرى الشركات العالمية لسنة 2019 تربع الشركات التي كانت انطلاقتها كشركات ناشئة، من أمثال: -- Apple, Alphabet, Microsoft, and Amazon، على قمة قائمة الشركات العالمية من حيث القيمة السوقية، كما أن أكثر من ثلاثمائة شركة ناشئة أخرى حول العالم في السنوات الأخيرة حققت رقم أعمال يزيد عن مليار دولار أمريكي(The Global Unicorn Club, 2019) هذا النجاح المحقق من طرف هذه الشركات الناشئة جعلها محطة أنظار ومصدر إلهام لكل من يريد أن يلج الاقتصاد الجديد، سواء كان فردا أو مؤسسة أو سلطات سياسية. وعلى الرغم من كل هذا النجاح والتأثير السوسيو اقتصادي الكبير الذي أحدثته الشركات الناشئة في المجتمعات، إلا أن موضوع حوكمة الشركات الناشئة (Start-up Governance) لم يحظى باهتمام أكاديمي كبير من طرف الباحثين، ورواد الشركات على السواء. في دراسة (Chin Hooi, 2015, p23) التي أجراها على عينة كبيرة من الشركات الناشئة بسنغافورة أنه لا يوجد مصطلح الحوكمة في جداول أعمال كثير من رواد الشركات الناشئة، فحوكمة الشركات نادرا ما يشكل أولوية بالنسبة للشركات الناشئةوهذا مرده لعدة أسباب سيتم التعرض لها خلال هذه الدراسة.

إشكالية البحث

إن من أكثر الأسئلة تداولا عند أصحاب الشركات المتوسطة والصغيرة في الوقت الراهن، هو سؤال ما مدى أهمية الحوكمة بالنسبة للشركات الناشئة في مراحل وجودها المختلفة؟ فمعرفة نظرة أصحاب الشركات الناشئة لأهمية الحوكمة بصفة عامة، وتحديد زمن أهميتها بالنسبة لرواد الشركات الناشئة يسمح لنا بوصف الإطار الأمثل الذي يجب أن تمارس فيه حوكمة هذه الشركات الناشئة.

فرضيات البحث

يقوم هذا البحث على الفرضيات التالية:-

- أثبتب الحوكمة نجاعتها في إدارة أعمال الشركات وذلك بتعزيز تنافسيها، والتقليل من مخاطر السوق، وهذا ما يدفعنا إلى اعتبار الحوكمة ستضمن للشركات الناشئة الاستمرار، وتزيد من مستوى تنافسيتها في السوق.
- إهمال الشركات الناشئة الحوكمة، على اعتبار حجم الشركة الصغير، أو حداثة وجودها، أو التركيز على النمو والبحث والتطوير، كان سببا في عدم نجاح واستمرار كثير من الشركات الناشئة الواعدة.
- إن فهم آليات السوق، والتجاوب السريع مع تقلباته، وإدارة النمو، وإدارة المخاطر، وحفز العاملين، والقدرة إلى الوصول إلى مختلف عوامل الانتاج ...الخ .كلها عمليات من صميم أهداف حوكمة الشركات، ولا يتوقع أن يتم إدارتها إلا في إطار حوكمة مناسبة تناسب طبيعة الشر كات الناشئة.

أهداف البحث

نهدف من خلال هذا البحث إلى:-

- تبيان نقص الاهتمام الأكاديمي بحوكمة الشركات الناشئة في ظل سيادة أدبيات الأنموذج الكلاسيكي لإدارة الشركات.

- تفنيد بعض النظرات القاصرة، والتي تعتبر حوكمة الشركات الناشئة لا تحتاج إلى حوكمة وخاصة في مراحلها الأولى.
- تبيان إطار العمل المتكامل الذي يتناسب مع طبيعة وخصائص الشركات الناشئة.
- إبراز النجاحات التي يمكن أن تحققها الشركات الناشئة، إذا ما تبنت الحوكمة كأسلوب إدارة لأعمالها.

منهجية البحث

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، والذي ينطلق من المسح المكتبي والشبكي للعديد من المصادر والمراجع ذات الصلة بالموضوع، ثم يتم استخدامها بطريقة سلسة لتحقيق أهداف البحث، والإجابة عن التساؤل الرئيس الذي طرحه البحث. لنصل من خلال تتابع التحليل إلى وصف الإطار الأنسب الذي نراه يسهم بفعالية في حوكمة الشركات الناشئة.

2. الإطار المفاهيمي للبحث

1.2 الحوكمة المصطلح والمفهوم

بداية تجدر الإشارة إلى أن مصطلح الحوكمة من المصطلحات الجديدة في اللغة العربية،ولذلك سنحاول أن نقترب من المصطلح تتوصيفا بناء على ما هو معتمد في البيئة التي نشأ فيها المصطلح. فمصطلح الحوكمة تعددت تعاريفه حسب المعرفين وأغراضهم. فمؤسسة التمويل الدولية IFC (Al-Maghair,2007,p7) تعرف الحوكمة على أنها: النظام الذي يتم من خلاله إدارة الشركات والتحكم في أعمالها ، وعرفتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD (Freeland, 2007) بأنها: مجموعة من العلاقات فيما بين القائمين على إدارة الشركة ومجلس الإدارة وحملة أسهم وغيرهم من المساهمين، وعرفها (O'Donovan, 2014,p6) النظام الداخلي الذي يشمل السياسات والعمليات والأفراد ، والذي يخدم احتياجات المساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين ، من خلال توجيه ومراقبة أنشطة الإدارة ، بذكاء

الأعمال والموضوعية والمساءلة والنزاهة. تعتمد الحوكمة السليمة للشركات على التزام وتشريعات السوق الخارجية ، بالإضافة إلى ثقافة مجلس الإدارة السليمة التي تحمي السياسات والعمليات. كما تعرف(Bedjbedj, 2015,p3) على أنها مجموعة من القواعد والإجراءات الشفافة تهدف لضمان السير الحسن للمنشأة وتوجيه المديرين ليكونوا أكفاء وعلى دراية بكل القواعد القانونية والوظيفية. فمن التعريفات السابقة يمكننا أن نخلص إلى المبادئ الأساسية التي تشكل روح الحوكمة،و هي:- العدالة، تحديد المسؤولية بدقة، المساءلة والمحاسبة، والشفافية .

2.2 الشركات الناشئة المصطلح والمفهوم:

لا يمكن أن نجد منظومة أدبيات مستقلة تأصل لمفهوم الشركات الناشئة تأصيلا نظريا بعيدا عن الأدبيات الموجودة بين أيدينا للشركات بصفة عامة، فلهذا سنحاول أن نعرض بعض التعاريف المختارة للشركات الناشئة لنعطي في الأخير تعريفا يحتوي على المتطلبات الأساسية للشركات الناشئة. هناك من عرف الشركات الناشئة (Phutila, 2017, p 4) على أنها مشروع ريادي تجاري ناشئ حديثا وسريع النمو يهدف إلى تلبية احتياجات السوق من خلال تطوير نموذج أعمال قابل للتطبيق حول منتج أو خدمة أو عملية أو منصة مبتكرة كما أن هناك من عرفها (Blank, 2016, p15)على أنها منظمة مصممة للبحث عن نموذج أعمال قابل للتكرار وقابل للتطوير. و من التعريفات السابقة يمكننا أن نعرف الشركات الناشئة على أساس الركائز الأساسية التي تقوم عليها هذه الشركات، فنقول: هي عبارة عن شركات تتميز بهيكل تنظيمي محكم، وإدارة محترفة تستقطب الموظفين المميزين، و تكون رائدة للأعمال من خلال الابتكار و واستعمال التقنية العالية.

3. العوامل الرئيسة التي تتحكم في حوكمة الشركات

إن النظر إلى مصطلح حوكمة الشركات من الناحية التقنية، يأخذنا لا محالة إلى وصف العمليات والممارسات والهياكل التي من خلالها تدير الشركة أعمالها وشؤونها، وتعمل على تحقيق أهدافها المالية والتشغيلية والاستراتيجية وتحقيق الاستدامة على المدى الطويل. أما

النظر إلى المصطلح من الناحية القانونية، فإن حوكمة الشركات بشكل عام مسألة قانونية صرفة تستند إلى تشريعات الشركات والقوانين والسياسات المعتمدة من طرف السلطات ذات العلاقة، ومختلف أصحاب المصالح في مختلف القطاعات. تعمل حوكمة الشركات عادة على توضيح الأدوار، وتحديد المسؤوليات في مختلف المستويات. و هذا ما يرفع من قيمة المؤسسة، مما ينعكس بالإيجاب على المجتمع ككل. فحوكمة الشركات(World bank, 2011, p 2) تحد من وقوع حالات الفساد، وتقلل من مخاطر الأزمات، وتحسن الإنتاج . ومما يجدر التذكر به أن حوكمة الشركات لا تخضع لأنموذج أحادي يتناسب مع كل أنواع الشركات على اختلاف طبيعتها وحجمها وملاكها وأصحاب المصالح فيها. فلهذا عملية حوكمة الشركات يجب أن تتم بمرعاة العناصر التالية:-

1.3 طبيعة الشركة وحجمها:

عندما نتحدث عن طبيعة الشركة، فنحن نتحدث عن الميدان أو القطاع الذي تشتغل فيه هذه الشركة، فاختلاف القطاعات يؤدي إلى اختلاف المقاربات الميدانية، وعندما نتكلم عن حجمها لأنه جرت العادة في التقسيمات الكلاسيكية يتم التقسيم على أساس شركات خاصة/عامة، أو شركات كبيرة/متوسطة/ صغيرة.

2.3 توافر الموارد المالية:

الشركات الكبيرة والعامة عادة لا يطرح عندها مشكل التمويل لأنها خاضعة للدولة، كما أن الشركات الخاصة الكبرى عادة ما تلجأ إلى الرساميل الاستثمارية، المشكلة مظروحة فقط للشركات المتوسطة والصغيرة، والتي عاة تكون ملكيتها لأفراد محدودين، أو ملكية ذات طابع عائلي عند التأسيس، يمكن أن تلجأ إلى المستثمرين الملائكة خلال بداية توسعها. إن أي شركة تريد التوسع يجب عليها الحصول على رأس مال جديد، ومحاولة الحصول على رأس المال وكسب ثقة الممولين ليس بالعملية السهلة، وطمأنة الممول على سلامة ماله المستثمر تحتاج إلى جداول وتصنيفات للشركات من حيث إدارة المخاطر،وهذا ما لا يمكن ت حقيقه إلى من خلال خضوع الشركة لحوكمة.

3.3 المتطلبات القانونية والتنظيمية:

تحتاج غالبية المنظومات القانونية التي تتحكم في تنظيم الشركات، إلى دراية بالقاونين سارية المفعول، ومتابعة دقيقة للتعديلات التي تخضع لها التشريعات بين الفينة والأخرى. فالعقود التجارية، وقوانين العمل، وتحديد المسؤوليات كلها جوانب تحتاج إلى تنظيم قانوني، وهذا ما توفره عادة الحوكمة للشركات.

4.3 توقعات أصحاب المصالح

الشركاء وأصحاب المصالح هم وقود الشركات، سواء كانوا ملاكا أو مساهمين أو عمالا وموظفين، فالشركات عادة تبحث عن العامل والمساهم الناد، لأنه سيكون إضافة نوعية للشركة خاصة إذا تعززت الثقة بين مختلف أصحاب المصالح بالشركة..

5.3 إدارة المخاطر

إن عملية إدارة المخاطر على مستوى الشركات ليست بالعملية الظرفية، بل هي عملية استباقية. وقد وجدت البحوث أن ضعف حوكمة الشركات من العوامل الرئيسية التي تؤدي لنشوء الممارساتً الاحتيالية في المنظمات. ووفقا لدراسة أجرتها مؤسسة الفاحصين المعتمدين للاحتيال في الولايات المتحدة، تفقد المنظمات 7% من إيراداتها السنوية بسبب الاحتيال. ومن النتائج الرئيسية التي توصلت إليها الدراسة أن أكبر نسبة لحالات الفساد التي تضمنها المسح وقعت في قطاع الخدمات المالية والبنوك. فالشركات الصغيرة والمتوسطة والتي عدد موظيفيها أقل من 100 موظف كانت عرضة بصورة خاصة للاحتيال المهني. ويأتي الاحتيال في الغالب نتيجة عدم وجود ضوابط إدارية داخلية مناسبة تمنع وقوع الاحتيال. كما أن ضعف الإدارة والقدرة على تخطي الضوابط القائمة يعد في جهود تحسين حوكمة الشركات.

4. التحديات التي تعترض الشركات الناشئة

تتعرض الشركات الناشئة كغيرها من الشرطة إلى جملة تحديات، وسنتحدث عن بعض التحديات الخاصة بالشركات الناشئة.

1.4 التحديات التي تتعلق بالموارد البشرية:

عادة ما تبدأ الشركات الناشئة كشركة فردية أو عائلية لا تحتاج إلى كثير من الموظفين، فطبيعة الشركات الناشئة التي تعتمد على الفكرة المبتكرة، واستعمال الرقمنة يوحي لأصحابها أن الشركة لا تحتاج إلى جلب موظفين مؤهلين. وخاصة أن بعض الملاك الأساسيين للشركات الناشئة يعتقدون أن من يملك الفكرة يمكنه أن يسوقها بنفسه،وأن فتح الشركة على شركاء جدد ومساهمين يمكنه أن يفقدهم سيطرتهم الإدارية. و يمكن تفهم هذا ا لمنطق خاصة ملاك هذه الشركات من فئة الشباب الدين تعوزهم الخبرة الإدارية، ولا يملكون إلماما بطبيعة عمل حوكمة الشركات وفوائدها، ولكن ما لا يمكن قبوله أن يصبح هذا منطقا لبعض الشركات الناشئة التي تسعى للتوسع وتطوير تنافسيتها.

2.4 التحديات التي تتعلق بالموارد المالية:

يعد التمويل جزءا لا يتجزأ من عملية بدأ التشغيل، فأي شركة ناشئة ستواجه هذا التحدي سواء في بدايتها أو أثناء مراحلها المختلفة، فصاحب الفكرة عادة ومخافة أن تسرق فكرته يلجأ إلى التمويل العائلي، ولكن إذا احتاج إلى توسيع شركته يجب أن يلجأ إلى المستثمرين الملائكة، وحتى يتم اقناع هذا النوع من المستثمرين يجب عليه إعداد خطة محكة، بالإضافة إلى المستندات الداعمة للمشروع. إن المؤسسين لكثير من الشركات الناشئة تعوزهم أساليب التسويق والإدارة في آن واحد،وهذا مما يجعلهم عقبة في طريق توسع الشركة وازدهارها، وهذا ما جعل بعضهم ينتهي به المظاف إلى بيع شركته التي كانت رائدة لشركة ناشئة أخرى اعتمدت آساليب الشفافية والإيفصاح، ومن ثمة استطاعت أن تصبح شركة جالبة للرساميل الاستثمارية المختلفة. فعلى المؤسسين أن يتذكروا دائما بأن المستثمرين ينجذبون عادة إلى الشركات الناشئة التي تمتلك أنموذج أعمال متكامل، وطاقم إداري كفء يملك هوامش لاتخاذ القرارات الفعالة.

3.4 آليات الدعم:

هناك عدد من آليات الدعم التي تلعب دورا هاما في دورة حياة الشركات الناشئة. تشمل آليات الدعم هذه، المستثمرين على اختلاف أصنافهم وتسمياتهم وأدوارهم، من العائلات والأصدقاء، إلى المستثمرين الملائكة والذين عادة يقدمون بخبرتهم السابقة قيمة مضافةإلى عمل الشركة، إلى شركات الرأس مال الاستثماري والتي يمكنها أن تجلب استثمارات كبيرة للشركات الناشئة وكذلك المسرعات والحاضنات التي تعمل على ضمان نجاح مشروع الشركة، وكذلك مساحات العمل المشترك، والجامعات العلمية. هذه كلها عوامل إذا ما تمكنت الشركات الناشئة من توفيرها تكون قد استطاعت أن تحقق أحسن النتائج وتقلل من زيادة المخاطر.

5. أفضل الممارسات المقترحة لحوكمة الشركات الناشئة:

من الطبيعي أن تنعكس ممارسات الحوكمة الصحيحة بشكل إيجابي على أداء الشركات الناشئة على المدى الطويل، ولكن لكي يتحقق ذلك يجب على الشركات الناشئة أن تعد أفضل تصميم وتنفذ أحسن الإجراءات التي تتوافق مع المتطلبات القانونية وتفي بالاحتياجات الخاصة بالشركة. وفيما يلي سنعرض أفضل 5 ممارسات للحوكمة يمكن أن تمارسها الشركات الناشئة.

1.5بناء مجلس إدارة قوي ومؤهل ووضع آليات تقويم الأداء:

يجب أن تتكون مجالس الإدارة من أعضاء يتمتعون بالمعرفة ولديهم الخبرة ذات الصلة بالأعمال الشركة ويعرفون بنزاهتهم ، ومن ذوي خلفيات متنوعة وأصحاب مهارات مختلفة، ولديهم وقت كاف للالتزام بواجباتهم. إن إيجاد أو تكوين أشخاص بهذه المواصفات ليس بالأمر الهين، والأصعب من ذلك كيف تستطيع الشركات الناشئة الحفاظ على هذه النوعيات من أعضاء مجلس الإدارة؟ وفيما يلي بعض الخطوات العملية، والتي نراه تساعد على بناء مجلس إدارة قوي والحفاظ عليه.

- تحديد الصفات الإيجابية للمدراء الحالين وتوصيف النقائص -إن وجدت- مع اعداد قائمة لمن يملكون صفات تؤهلهم لشغل الشواغر في مجلس الإدارة و في أي وقت.

- يجب أن يكون غالبية أعضاء مجلس الإدارة من المستقلين، وليسوا أعضاء في المستويات الإدارية التنفيذية، وبدون أي مصالح مادية مباشرة أو غير مباشرة حفاظا على مبدأ تعارض المصالح.

- مجلس إدارة يجب أن يكون متفاعلا مع القضايا المطروحة عليه، وليس انعكاسا شرطيا لتوصيات الإدارة التنفيذية.

- تقديم توجيهات وإرشادات للمديرين الجدد لتعريفهم بالعمل وواجباتهم وتوقعات مجلس الإدارة منهم؛ كما يتم تخصيص دورات تثقيفية للمديرين القدامى حتى يطلعوا على كل مستجدات التي تخص عالم الأعمال والحوكمة.

- القيام بمراجعة صلاحيات مجلس الإدارة بانتظام لتقييم ما إذا كان أعضاء مجلس الإدارة يقومون بواجباتهم ، وإجراء تقييمات مفيدة لأدائهم.

2.5 تحديد الأدوار والمسؤوليات:

وضع خطوط واضحة للمساءلة بين مجلس الإدارة والرئيس والمدير التنفيذي والمسؤولين التنفيذيين والإدارة، وذلك من خلال الخطوات التالية:

- تحديد واجبات ومسؤوليات أعضاء مجلس الإدارة.
- تحديد مسؤوليات وواجبات لمختلف المديرين التنفيذيين و روؤساء اللجان النوعية: لجان التدقيق والترشيح والمكافآت وحوكمة الشركات و"اللجان الخاصة" المشكلة لتقييم المعاملات أو الفرص المقترحة.
- وضع توصيف مكتوب للوظائف، رئيس مجلس الإدارة ولجان المجلس والمدير التنفيذي والمسؤولين التنفيذيين.
- فصل الأدوار بين رئيس مجلس الإدارة والمدير التنفيذي: يقود الرئيس مجلس الإدارة ويضمن أنه يعمل لصالح الشركة على المدى الطويل؛ يقود الرئيس التنفيذي الإدارة ويطور وينفذ استراتيجية العمل ويقدم تقارير إلى مجلس الإدارة.

3.5 التأكيد على النزاهة والتعامل الأخلاقي

لا يتعين على أعضاء مجلس الإدارة فقط إعلان تضارب المصالح والامتناع عن التصويت على الأمور التي لديهم مصلحة فيها، ولكن من الضروري وجود ثقافة عامة للنزاهة في التعامل التجاري والاحترام والامتثال للقوانين والسياسات دون الخوف من الاتهامات. ولإنشاء هذه الثقافة وتنميتها يجب فعل التالي:

- اعتماد سياسة تضارب المصالح ،ومدونة قواعد سلوك العمل التي تحدد متطلبات الشركة وعملية الإبلاغ عن المخالفات وحالات عدم الامتثال والتعامل معها.
- تعيين شخصا مسؤولا عن الإشراف وإدارة هذه السياسات والإجراءات.

4.5 تقويم الأداء واتخاذ قرارات التعويض المبدئية

يجب على المجلس:

_ تحديد أتعاب أعضاء مجلس الإدارة التي ستجذب المرشحين المناسبين، ولكنها لن تؤدي إلى ظهور تضارب في استقلالية المدير أو أداء واجباته.

_ وضع أهداف قابلة للقياس للمسؤولين التنفيذيين (بما في ذلك الرئيس التنفيذي) ، وتقييم أدائهم، وربط المنح والتعويضات بالأداء.

_ إنشاء لجنة تعويضات تتألف من أعضاء مجلس إدارة مستقلين لتطوير والإشراف على خطط تعويضات التنفيذيين (بما في ذلك الخطط القائمة على حقوق الملكية مثل خطط خيارات الأسهم).

5.5 الانخراط في إدارة فعالة للمخاطر:

يجب على الشركات تحديد وتقييم المخاطر التي تواجهها بانتظام ، بما في ذلك المخاطر المالية والتشغيلية، والسمعة والبيئية، ولي مواجهة ذلك يجب فعل التالي:-

- مجلس الإدارة مسؤول عن القيادة الإستراتيجية في تحديد وتحمل الشركة للمخاطر ووضع إطار عمل ومسؤوليات واضحة لإدارة المخاطر. يجب أن تراجع الخطة بانتظام لمعرفة مدى كفاية الأنظمة والضوابط التي تضعها الإدارة لتحديد وتقييم وتخفيف المخاطر.

- يتحمل أعضاء مجلس الإدارة مسؤولية فهم المخاطر الحالية والناشئة قصيرة وطويلة الأجل التي تواجهها الشركة والآثار المترتبة على الأداء. يجب عليهم التأكد من افتراضات الإدارة ومدى كفاية عمليات وإجراءات إدارة المخاطر في الشركة.

- الالتزام بالقوانين واللوائح الإدارية لأنها من أساسيات الإدارة الفعالة للمخاطر.

6.الخاتمة

بعد العرض السابق عن أهمية الحوكمة بالنسبة للشركات الناشئة، يجدر بنا في الختام أن نذكر بأهم النتائج التي توصلنا إليها، والتي نجملها فيما يلي:-

- حوكمة الشركات تعد عاملا رئيسا لنجاح الشركات بصفة عامة والشركات الناشئة بصفة خاصة.
- الحوكمة تعمل على توفير بيئة مناسبة للمستثمرين.
- صياغة حدود المسؤوليات والصلاحيات بين مختلف أصحاب المصالح يضمن تحمل المسؤولية.
- حوكمة الشركات يخضع لطبيعة وحجم الشركة وموقعها في السوق، فلا توجد وصفة واحدة لجميع الشركات الناشئة.
- الانتقال من المحددات الرئيسة النظرية للحوكمة إلى الممارسات العملية يحتاج إلى طاقم كفؤ وجهد جبار.

7. قائمة المراجع:

[1] The Global Unicorn Club, CB INSIGHTS, https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=brian1105&logNo=221618555385&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com%2F (last visited Aug. 8, 2020)

[2] Chin Hooi Yen, Boardroom Matters Volume II, Should Start-ups Bother With Corporate Governance? Available at: https://www.sid.org.sg//images/PDFS/Publications/BoardroomMatters/Vii/5.%20Boardroom%20Matters%20Vol%20II-Should%20Startups%20Bother%20With%20CG.pdf

[3] Alamgir, M. (7 – 8 May 2007). Corporate Governance: A Risk Perspective, paper presented to: Corporate Governance and Reform: Paving the Way to Financial Stability and Development, a conference organized by the Egyptian Banking Institute, Cairo.

[4] Freeland, C. (7 – 8 May 2007). Basel Committee Guidance on Corporate Governance for Banks, paper presented to: Corporate Governance and Reform: Paving the Way to Financial Stability and Development, a conference organized by the Egyptian Banking Institute, Cairo.

[5] O'Donovan,G. In Kauzai,D, Corporate Governance Notes, Janury 2014. Available at : https://www.researchgate.net/publication/267327619_CORPORATE_GOVERNANCE_NOTES

[6] Bedjbedj,T. "The Role of the Corporate Governance in Enhancing the Efficiency of Islamic Banks and Accelerate Their Development". Journal of Islam Law and Judiciary. 1 (2): 2015.

[7] Puhtila,J. Springboard, Startup Manual, August 2017 Available at: http://www.ltp.lv/wp-content/uploads/sites/74/2017/11/Startup-Manual_final.pdf

[8] Blank, S. in The European Startup Monitor . p15 Available at: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/03/esm_final_WEB.pdf

[9] تشجيع حوكمة الشركات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا :تجارب وحلول مركز المشروعات الدولية الخاصة المنتدى العالمي لحوكمة الشركات فبراير 2011
Available at:
http://documents1.worldbank.org/curated/en/518001483098094169/pdf/111503-WP-ARABIC-CG-MENA-Guidebook-AR.pdf

[10] تقرير للأمة عن الاحتيال وسوء االاستغلال المهني. مؤسسة الفاحصين المعتمدين للاحتيال في الولايات المتحدة. 2008.

البيئة الريادية المتنامية للمؤسسات الناشئة وانعكاساتها على الجانب السوسيو-اقتصادي: تقييم الفرص والتحديات في المملكة العربية السعودية

عبد الرزاق لقواق[1]، فايز عوض بن ظفرة[2]

[1] جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، laghouag.abderrazak@msila-univ.dz

[2] كلية الاعمال، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية، fzafrah@kku.edu.sa

ملخص: ان الهدف الجوهري لرؤية 2030 للمملكة العربية السعودية هو تقليص الارتكازية على النفط والاتجاه نحو التنويع الاقتصادي الذي لا يمكن ان يحصل الا بإرساء نظام بيئي ريادي يسمح بتفعيل دور الخواص في دفع عجلة التنمية. لتحقيق هذا الهدف، تشهد منظومة الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية نموا وتطورا سريعا الأول في تاريخها لتصبح مملكة الشركات الناشئة عن جدارة. الهدف الأساسي من هذا البحث هو تقييم النظام البيئي الريادي للمملكة وهذا من خلال: أولا، إعطاء نظرة متعددة الابعاد لمفهوم الشركات الناشئة الذي لازال في مرحلة الاحتضان. ثانيا، حصر الاثار السوسيو–اقتصادية للمؤسسات الناشئة، وأخير، مدى إدراك المملكة لأهمية هذه الاثار ومدى نجاحها في توفير الفرص مثل رؤوس الاموال، الشراكات، الاستشارات والمرافقة، حاضنات ومسرعات الاعمال. النتائج المحققة والاحصائيات تنبي عن مستقبل مستدام للمؤسسات الناشئة في المملكة العربية السعودية.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة، النظام البيئي الريادي، الاثار السوسيو-اقتصادية.

تصنيفات JEL : L26, M13, Q50

Abstract: The vital goal of Saudi vision "2030" is to achieve economic diversification. This can only happen by establishing a pioneering ecosystem that foster the role of private sector, that why the startups system in the KSA is witnessing unparalleled growth to become the kingdom of startups. The main objective of this paper is to evaluate the Kingdom's entrepreneurial ecosystem through: First, giving a multi-dimensional view of the startups concept which is still a subject of a debate. Secondly, the socio-economic impacts are presented, and, lastly, the extent to which the KSA realizes the importance of these effects and the extent of their success in providing opportunities such as capital, partnerships, consulting and accompaniment, business incubators and accelerators. The results indicate a sustainable future for Startups in KSA.

Keywords: Startups, Entrepreneurial ecosystem, Socioeconomic impacts.

Jel Codes: L26, M13, Q50

المؤلف المرسل: عبد الرزاق لقواق، **الإيميل:** laghouag.abderrazak@msila-univ.dz

1. مقدمة:

ان الهدف الجوهري لرؤية 2030 للمملكة العربية السعودية هو تقليص الارتكازية على النفط والاتجاه نحو التنويع الاقتصادي الذي لا يمكن ان يحصل الا بإرساء نظام بيئي ريادي يسمح بتفعيل دور الخواص في دفع عجلة التنمية. باستعمال لغة الأرقام، فان اهداف الحكومة السعودية تتمثل في زيادة مساهمة الشركات الصغيرة والمتوسطة، والناشئة في الناتج المحلي الإجمالي من 20 بالمئة إلى 35 بالمئة مع مطلع 2030. لتحقيق هذا الهدف، تشهد منظومة الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية نموا وتطورا سريعا الأول في تاريخها لتصبح مملكة الشركات الناشئة عن جدارة بعدما اقتنعت ان رعاية الشركات الناشئة محلية المنشأ أولوية وخصوصاً مع عدم قدرة المنهج الاقتصادي المبني على المحروقات في خلق فرص عمل كافية، وقيمة مضافة أكبر مقارنة مع الشركات المبنية على التكنولوجيا.

تتطلب منظومة الشركات الناشئة عدة موارد مادية، مالية ومعلوماتية استشارتيه، مثل رأس المال الجريء، وشركات الاستثمار، وحاضنات ومسرّعات الأعمال، حتى تستطيع الشركات الناشئة ان تثبت قواعدها في السوق، وتؤتي اثارها السوسيو-اقتصادية المرجوه. في هذا الاطار وجهت المملكة العربية السعودية من خلال انشاء عدة مراكز وشركات لتسهيل تجسيد أفكار الرياديين، وكان ابرزها انشاء الهيئة العامة للمنشات الصغيرة والمتوسطة "منشات"، وكذلك افتتاح شركة حاضنات ومسرعات الاعمال "**Biac**" و الشركة السعودية للاستثمار الجرئ "**SVC**"، اضافة الى العديد من المراكز الداعمة سيتم التطرق اليها في صلب البحث.

أولا: الإشكالية الرئيسية

انطلاقا من هذه الجهود والحقائق، فانه يمكن صياغة التساؤل الرئيسي كمايلي:

الى أي مدى تساهم البيئة الريادية في احتضان وتنمية المؤسسات الناشئة وتفعيل دورها السوسيو-اقتصادي في المملكة العربية السعودية؟

هذا التساؤل الرئيسي يقودنا الى طرح عدة أسئلة فرعية كما يلي:

- ما المقصود بالمؤسسات الناشئة وما هي ابعادها؟
- فيما تتمثل الاثار السوسيو-اقتصادية التي تسمح بتحقيقها المؤسسات الناشئة؟

- ما هو واقع الفرص والتحديات التي تحكم المؤسسات الناشئة في المملكة العربية السعودية؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

للإجابة على الأسئلة، تمت صياغة الفرضيات التالية كإجابة أولية للأسئلة السابقة:

- مفهوم المؤسسات الناشئة متعدد الابعاد ولازال في مرحلة الاحتضان.
- الاثار السوسيو-اقتصادية للمؤسسات الناشئة متعدية، وذات عائد واعد.
- المملكة العربية السعودية تعتبر نموذج مثالي للنظام البيئي الريادي امام الرياديين وحاملي الأفكار.

ثالثا: منهج الدراسة

بالنسبة للمنهج المطبق في هذه الدراسة فهو المنهج الوصفي التحليلي باعتباره يتفق تماما مع الغرض من هذه الدراسة، بحيث تم جمع المعلومات والبيانات حول تفاصيل النظام البيئي الريادي حتى نستطيع الإجابة على تساؤلات البحث. هذا المنهج يسمح بوصف المشكلة المدروسة من خلال احصائيات تم جمعها من خلال دراسة مسحية كذلك يسمح بمتابعة تطور الإشكالية المدروسة وتحليل اسبابها على مدار الوقت من خلال الدراسة التتبعية.

رابعا: اهمية الدراسة

تظهر أهمية هذا البحث من أهمية موضوع المؤسسات الناشئة كونه موضوع مهم جدا للباحثين في هذا المجال وكذا الحكومات وأصحاب المصالح عموما، بحيث تعتبر المصدر الأساسي للتنوع الاقتصادي وخلق القيمة المضافة والاستدامة. أهمية البحث تكمن أولا، في تقديم إطار مفاهيمي للمؤسسات الناشئة متعدد الابعاد يساعد أصحاب المصالح في تحديد شريحة هذه المؤسسات، إضافة الى عرض الاثار الاقتصادية المباشرة، غير المباشرة والمستحدثة، والاثار البيئية والاجتماعية لهذه الشركات، وأخيرا تقييم المنظومة الريادية المثالية في المملكة.

خامسا: اهداف الدراسة

- التعرف على مسار تطوير النظام البيئي الريادي في المملكة العربية السعودية.
- عرض الاثار السوسيو-اقتصادية للمؤسسات الناشئة، واهمية توفير التوجيه الملائم للاستفادة القصوى من هذه الاثار.

- إبراز واقع النظام البيئي الريادي في السعودية من خلال العرض الاحصائي لعدة مؤشرات مرتبطة بالفرص والتحديات.

2. الإطار النظري:

1.2 المؤسسات الناشئة: تحليل متعدد الابعاد

الدراسات والبحوث السابقة تكشف ان مفهوم المؤسسات الناشئة بحد ذاته لازال في مرحلة "الاحتضان"، كما تبين انه لا يوجد لحد الان تعريف متفق عليه للمؤسسات الناشئة وان هذا المصطلح مازال محل جدل من حيث تحديد معالمه المفاهيمية. الناظر الى الادبيات التي عنيت بالريادة والمشاريع الصغيرة سيتوقف على عدد كبير ووجهات مختلفة نظر من التعاريف التي عنيت بالمؤسسات الناشئة. في هذا البحث، لا نعزم إضافة تعريف جديد وضمه الى عشرات التعاريف الموجودة، ولكن سيتم تحديد اهم الابعاد التي تعنى بها المؤسسات الناشئة.

في نفس السياق، فان عملية تحديد مفهوم جامع مانع لهذا المحرك الاقتصادي الفعال (المؤسسات الناشئة)، بشكل يجعل تحديد هذه الشريحة من المؤسسات يتم بسهولة وتوفير مصطلح مفهوم لأصحاب المصالح والهيئات الداعمة سيجعل هذا الأطراف الفاعلة تستعمل لغة مشتركة لفهم احتياجات هذه المؤسسات، وكذلك طبيعة النظام البيئي (Ecosystem) الذي لابد من توفيره لجعل هذه المؤسسات في أحسن موقف لاستغلال الفرص المتاحة، وجعلها من جهة ثانية، قادرة على امتصاص الصدمات والاضطرابات السوقية ورفع التحديات. بمعنى اخر، سيسمح للأطراف المعنية والمسؤولة على انشاء النظام الريادي الداعم قادر على توفير الشروط الاساسية للاستفادة لأقصى قدر ممكن من الاثار الإيجابية للمؤسسات الناشئة.

مثل ما بينا أعلاه، فان مفهوم المؤسسات الناشئة فيه اختلاف كثير، ناهيك عن طريقة حساب قيمة هذه الأخيرة (Damodaran, 2009). هذا الاختلاف موجود أحيانا حتى بين مختلف الهيئات الحكومية الداعمة في نفس الدولة، ناهيك عن الاختلاف بين الدول، كذلك، نجده بين القطاع العام والخاص، او حتى بين الأكاديميين والمهنيين الممارسين. لتوضيح هذه الفوارق، نجد تعريف (Graham, 2012) الذي ركز على عامل السرعة في النمو فقط كخاصية مميزة للشركات الناشئة، بحيث يعرفها بانها شركة **مصممة للنمو بسرعة**. فالشيء الأساسي الوحيد هو النمو. من جهة أخرى، نجد تعريف الباحثان (Salamzadeh & Kawamorita, 2015) اللذان يطلقان كلمة المؤسسة الناشئة على كل **مؤسسة في مرحلة البداية**، وهو ما يوافق تسمية " **المؤسسة**

المنطلقة' قبل ان تتحول الى مؤسسة فعلية وبالتالي يعرفانها بانها **شركات حديثة** الولادة تكافح من أجل الوجود. والتي تتشكل في الغالب على أساس الأفكار الرائعة وتنمو لتحقيق النجاح.

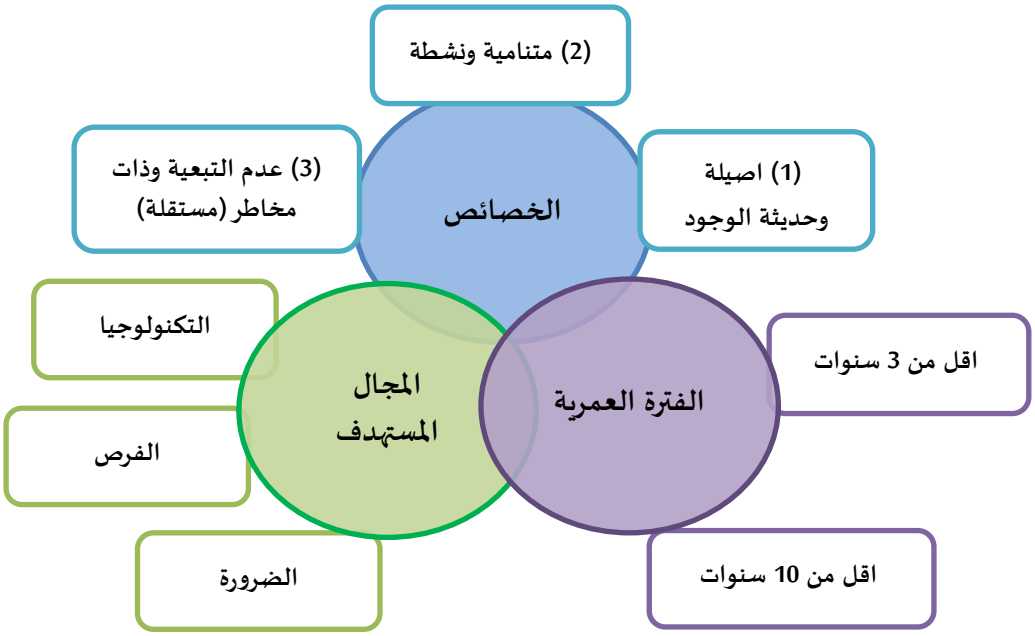
حسب (Fontinelle, 2020, What is Startup?)، فان الشركة الناشئة هي **شركة شابة** أسسها **واحد أو أكثر من رواد الأعمال** لتطوير منتج أو خدمة فريدة وتقديمها إلى السوق. تميل الشركات الناشئة، بحكم طبيعتها، إلى أن تكون عملية محدودة (من حيث الانفاق المالي الذي يعتبر ضئيل)، بتمويل أولي من المؤسسين أو أصدقائهم وعائلاتهم. من هذا التعريف نستنتج ان الشركة الناشئة هي مشروع ريادي **يبحث عن الدعم المالي** الكافي للانطلاق. كذلك، فان التحدي الأول للشركات الناشئة هو إثبات صحة فكرة المشروع (**Concept**) للمقرضين والمستثمرين المحتملين. وأخيرا، دائمًا ما تكون للشركات الناشئة **مقترحات محفوفة بالمخاطر** ولكن المستثمرين المحتملين لديهم العديد من الأساليب لتحديد قيمتها. هذا التعريف الأخير يوحي بطريقة غير مباشرة انه بالنظر الى المؤسسات الناشئة من جهة الشركاء والتمويل، نجد انها شركات تبدأ من عدم ولم تتفرع من شركة كبيرة، بحيث تتميز بالاستقلالية في البدا، وبفكرة جديدة وهو ما يجعل نسبة الفشل والمخاطرة عالية في البداية.

حسب تقرير الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (**GIZ**) عن اقتصاد الشركات الناشئة في الأردن، فان هناك تعريفين للشركة الناشئة: تعريف عام وتعريف عملي، التعريف العام يرى الشركة الناشئة هي **شركة جديدة** عادة ما تكون صغيرة، في مرحلتها المبكرة من التشغيل، تسعى إلى نموذج أعمال مستدام وقابل للتطوير ومربح وتمتلك الإمكانية لتحقيق معدل نمو مرتفع. اما التعريف العملي فيراها بانها **شركة نشطة مستقلة** قانونياً، لا يتجاوز **عمرها عشر سنوات** من تاريخ التسجيل الرسمي، وتعمل في واحد أو أكثر من القطاعات ذات الإمكانات المرتفعة /النمو المرتفع. في حين ركز هذا التعريف على الفترة العمرية (اقل من 10 سنوات)، وهي الفترة المعتمدة كذلك من طرف الاتحاد الأوروبي، نجد خطة تحفيز النمو الاقتصادي الأردني (2018- 2022) مثلا تقول بانها تلك الشركات التي تقل أعمارها عن 03 سنوات وهي تتقارب مع دول أخرى مثل إيطاليا التي تدخلها في إطار الفئة العمرية (اقل من 04 سنوات). من جهة أخرى، يمكن القول ان الشركات الناشئة اغلبها مبنية على **التكنولوجيا**، التي تستهدف في وقت قصير عدد كبير من العملاء وتزيد من نسبة التوظيف ولكن هذا لا يمنع ان تكون في مجالات أخرى تكون بمثابة **الفرص** التي تتوافق مع قدراتها وبالتالي تحقق نسب نمو عالية كذلك مثلها

مثل التكنولوجيا. أخيرا، قد تكون الشركة الناشئة تعمل على فكرة مقلدة، يكون انشائها ضرورة، بهدف الولوج لعالم الشغل وتفادي البطالة، وبالتالي نموها قليل نسبيا.

من التعاريف السابقة، يمكن تلخيص اهم الابعاد التي تتعلق بمفهوم المؤسسات الناشئة كما يوضحه الشكل 01.

الشكل 01: "ابعاد مفهوم المؤسسات الناشئة"



المصدر: من اعداد الباحثين

انطلاقا مما سبق، يمكن القول ان الشركات الناشئة هي شركات حديثة مستقلة جديدة لم يسبق لها الوجود باي شكل من الاشكال التجارية، ولا أي اسم من الأسماء التجارية، والتي لابد ان تلقى الانتباه من أصحاب الدعم في النظام البيئي الريادي في العشر سنوات الأولى من عمرها، مع الحرص على تعزيز الدعم والمتابعة في الخمس سنوات الأولى لتقليص معدل المخاطرة وتخفيفه في النصف الثاني. عادة ما تبدأ صغيرة بفكرة إبداعية اصيلة مستدامة، او فكرة قديمة تم إعادة صياغتها بشكل مبتكر، وقابله للتحويل لمشروع مربح سريع النمو. هذه

الشركات تتميز يضعف التمويل في البداية، ولكن سرعان ما تستقطب المستثمرين لسرعة نموها الذي عادة ما يكون مرتبط بالتوظيف الجيد للتكنولوجيا.

2.2 الاثار السوسيو-اقتصادية للمؤسسات الناشئة

حسب تقرير الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) فان **الأثار الاقتصادية للمؤسسات الناشئة** تتنوع حسب طبيعتها كما يلي: (1) **التأثير المباشر:** والذي يمثل التأثير الاقتصادي المباشر لعمليات وأنشطة الشركات الناشئة بحد ذاتها، من خلال القيمة المضافة التي تخلقها، والتي تمثل الفرق بين إيراداتها من المبيعات والاستهلاك الوسيط، فكلما كانت القيمة المضافة كبيرة، كلما ساهمت أكثر في الناتج المحلي الخام. كما ان خلق القيمة المضافة أساس نجاح المؤسسات والدول، فهي التي تساهم في تحسين السياسة الاجتماعية للمؤسسة من خلال إدارة الرواتب والأجور، وتساهم في سياسة توسيع المؤسسة وتجديد المعدات والتجهيزات، تساهم كذلك في تفعيل الالتزامات القانونية الجبائية اتجاه الدولة، كما تساهم في جلب المستثمرين من خلال العوائد والارباح المتبقية. (2) **التأثير غير المباشر:** يتمثل في التأثير الاقتصادي من خلال القيمة المضافة للأعوان في سلسلة التوريد نتيجة لشراء الشركات الناشئة السلع والخدمات منها. (3) **التأثير المستحث:** وهو الذي ينشأ عندما يقوم الموظفون لدى الشركات الناشئة وموظفو سلسلة التوريد بإنفاق مداخيلهم لدفع عجلة الاقتصاد.

الشكل 02: "تتابع الاثار الاقتصادية للمؤسسات الناشئة"



المصدر: من اعداد الباحثين

فيما يخص **التأثير الاجتماعي والبيئي للشركات الناشئة**، فتعتبر الشركات الناشئة بمختلف مجالاتها كممكن لأهداف التنمية المستدامة 2030 بشقيها البيئي والاجتماعي. بالنسبة للأهداف الاجتماعية، فنجد ان المؤسسات الناشئة، سواء العاملة في قطاع التكنولوجيا او القطاعات الأخرى، تساهم في تحقيق (09) اهداف اجتماعية حيث عادة ما تبدأ بموارد قليلة مع اعتماد كثير على التكنولوجيا مما يسمح بالتطور السريع في الأسواق وهو ما يفتح الأبواب لكل الفئات: نساء ورجال وذوي الاحتياجات الخاصة سواء بتجسيد أفكارهم او الحصول على وظيفة، وهو ما يسمح بتحقيق الأهداف التالية: (1) القضاء على الفقر، (2) القضاء على الجوع، (5) المساواة بين الجنسين، (8) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، (10) الحد من عدم المساواة. كذلك، الكثير من الشركات تعمل على تسهيل العملية التعليمية من خلال التطبيقات والمنصات التعليمية، والتي تستعمل من اجل تسحين الخدمة الصحية وتسريعها، وهو ما يسمح بتحقيق الهدف: (3) الصحة الجيدة والرفاه، (4) التعليم الجيد. كذلك تسمح المؤسسات الناشئة بتوفير منصات العمل التشاركي، وربط المتعاملين مع بعض، مما يفعل الابتكار ويقلل التكاليف، وهو ما يسمح بتحقيق الهدف: (9) الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية، و(17) عقد

الشراكات لتحقيق الأهداف. بالنسبة للأهداف البيئية، فتتجلى في دور المؤسسات الناشئة في الحصول على :(6) المياه النظيفة والنظافة الصحية، (7) طاقة نظيفة وبأسعار معقولة، (11) مدن ومجتمعات محلية مستدامة، (12) الاستهلاك والإنتاج المسؤول، (13) العمل المناخي، (14) الحياة تحت الماء، (15) الحياة في البر، (16) السلام والامن والمؤسسات القوية.

الشكل 03: "أهداف التنمية المستدامة لسنة 2030 في المنطقة العربية"



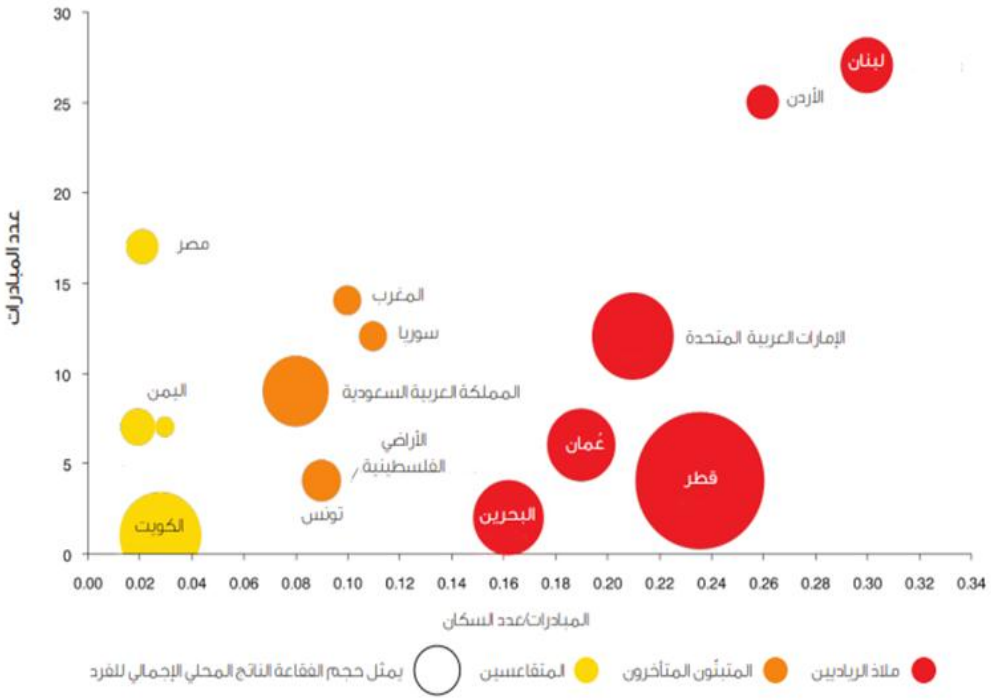
المصدر: موقع الأمم المتحدة، (https://www.unescwa.org/)

3. تقييم الفرص والتحديات التي تحكم تطور المؤسسات الناشئة في المملكة السعودية:

1.3 الفرص المتنامية امام المؤسسات الناشئة في المملكة العربية السعودية:

تطرقنا سابقا الى أهمية المؤسسات الناشئة واثارها السوسيو- اقتصادية، ولكن السؤال الذي يطرح في هذا الموضع والذي سنحاول الإجابة عليه، او بالأحرى التحدي الذي يواجه المملكة هو: هل أدركت المملكة العربية السعودية اهمية الاثار السوسيو-اقتصادية، وهل وفرت النظام البيئي الملائم الذي يسمح بتوجيه هذه الاثار على أحسن وجه؟. للإجابة على هذا السؤال، سنحاول عرض الواقع السابق والحالي لبيئة العمل. في العشرية ما قبل الأخيرة، أي قبل 2010، يكشف تقرير الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ)، بالاعتماد على دراسة قدمها (Booz & Company, 2013)، والتي تناولت عدد المبادرات الريادية في الدولة مقارنة بعدد السكان الذين تتوفر فيهم شروط الريادة، فنجد مثل ما يبينه الشكل 04 ان المملكة العربية السعودية من المتبنين المتأخرين، أي ان المملكة لم تكن الملاذ الأول للرياديين أصحاب المشاريع.

الشكل 04: "مستوى جاذبية البيئة الريادية في المملكة العربية السعودية قبل 2010"



المصدر: تقرير الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، ص 11.

حسب (رحال، فرص كبيرة للشركات الناشئة في السعودية، جوان 2017، https://www.wamda.com)، فانه من 2010 الى 2015، زادت مؤسسات الدعم كمرحلة تعكس الإرادة السياسية في خلق نظام بيئي ريادي فعال بحيث صل عدد هيئات الدعم، حكومية وخاصة، الى 36 مؤسسة دعم بعدما كانت 13 قبل 2011. في نفس السياق، وحسب تقرير "مختبر ومضة للأبحاث" بعنوان "المملكة العربية السعودية: واقع البيئة الحاضنة لريادة الأعمال" والذي يتناول واقع البيئة الريادية في المملكة والمعوقات التي تقف في وجه الرياديين، إضافة إلى الفرص المتاحة لهم. فقد بين التقرير ان 30% من مؤسسات الدعم، في نفس الفترة، تمثل مصادر التمويل. وبشكلٍ عام، تقدّم معظم صناديق التمويل ما بين 0.1 و2 مليون دولار أميركي في المرحلة التأسيسية، مقابل 10 إلى 20% من أسهم في الشركة. يبين التقرير كذلك ان البيئة الريادية الحاضنة لريادة الأعمال تطوّرت خلال السنوات الخمسة الماضية، وأصبحت الحكومة وغيرها من الجهات المعنية أكثر انخراطاً في دعم روّاد الأعمال. كذلك، فان الفرص كبيرة امام الشركات خاصة تلك المعتمدة على التكنولوجيا، بحيث تعتبر المملكة الأكثر كثافة في المنطقة، بأكثر من 75 % من الشباب، يتمتعون بمتوسط دخل عالي، مع المرتبة الثالثة عالمياً

من حيث انتشار استخدام الهواتف الذكية كما ان ثلثا المتسوّقين يستخدمون هواتفهم للشراء والتسديد عبر الإنترنت. هذه الأخيرة يؤكدها تقرير التجارة الالكترونية (2017) في المملكة في عرضة لإحصائيات مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية، حيث يبين التقرير ان المملكة في المرتبة التاسعة (09) عالميا من حيث الجاهزية للتجارة الالكترونية.

الشكل 05: " مقارنة بين معدلات الجاهزية للتجارة الإلكترونية "

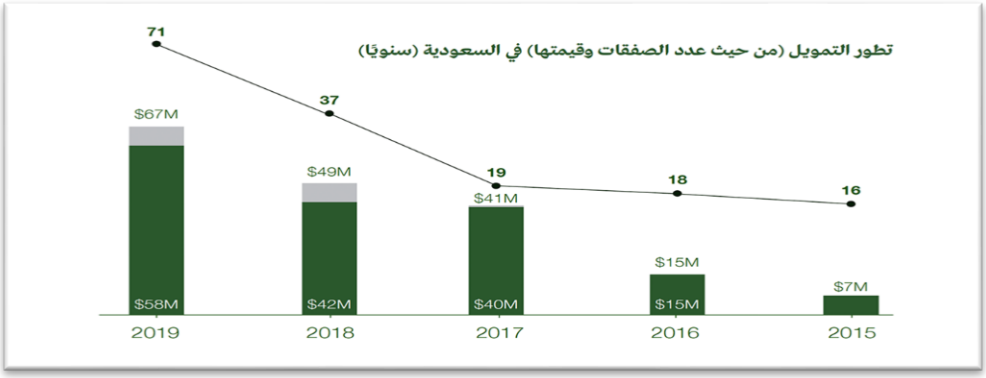


المصدر: تقرير الاتصالات وتقنية المعلومات، التجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية، 2017.

حسب تقرير "**MAGNiTT 2019** " للمشاريع الناشئة في الشرق الأوسط وشمال افريقيا، فان المملكة العربية السعودية ارتقت في الكثير من المؤشرات التي تعكس التطور القوي للنظام البيئي كما يلي: (1)، تعتبر المملكة مركز صاعد لجذب المؤسسات الناشئة، فقد غيرت في السياسات الناظمة للمشاريع الريادية، من بينها اعلان صندوق الاستثمارات العامة عن إطلاق صندوق تمويل بقيمة 1 مليار دولار لتحفيز الاستثمار الجريء في سنة 2018. كما تعتبر المملكة الأعلى من حيث نسبة النمو حسب عدد الصفقات وقيمة التمويل. من حيث عدد صفقات الاستثمار الجريء، بدورها، شهدت المملكة أسرع معدل نمو سنوي مدفوعًا بالجهود المبذولة لتحقيق رؤية 2030، كما انها تستحوذ على أكبر عدد من المستثمرين في الشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. بالنسبة للصفقات في المنطقة، فقد زادت حصة المملكة العربية السعودية من إجمالي عدد الصفقات بنسبة 4%. وبالتالي ارتقت للمرتبة رقم 1 مقارنة ب 2018. اما بالنسبة للتمويل في المنطقة حسب الدولة، فقد زادت حصة المملكة العربية السعودية من إجمالي التمويل بنسبة 3%. ان هذا القفز في الترتيب يرجع إلى ثلاثة أسباب رئيسية هي: (1) إدراك أهمية الاستثمار في الشركات الصغيرة والمتوسطة؛ (2)، توفر رأس المال

الجريء، وهو ما أدى إلى إنشاء صناديق جديدة وكبيرة للاستثمار الجريء؛ و(3)، الإقبال على ريادة الأعمال بوصفها مسار عمل ممتاز. حسب تقرير "MAGNiTT 2020 " حول الاستثمار الجريء في المملكة العربية السعودية لعام 2019، وحسب الانطلاقة الجيدة في 2017، فانه مازال يتوقع زيادة قيمة رأس المال الجريء المستثمر بشكل كبير كما يبينه الشكل 06.

الشكل 06: " تطور التمويل من حيث عدد الصفقات وقيمتها للفترة 2015-2019 "



المصدر: تقرير "MAGNiTT 2020"حول الاستثمار الجريء في المملكة العربية السعودية لعام 2019

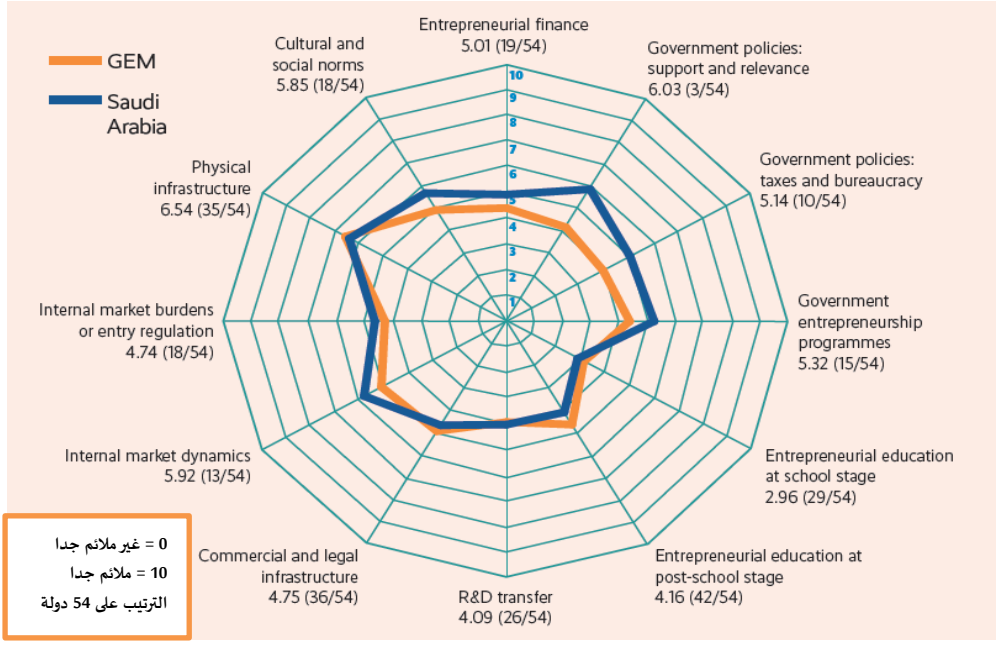
حسب نفس التقرير، فان عام 2019 شهد إطلاق 71 استثماراً جديدا في مشاريع ناشئة بإجمالي تمويل بلغ 67 مليون دولار. هذا التطور راجع الى اهتمام الحكومة بالابتكار والريادة خدمة لرؤية 2030 مما جعل المبادرات الجديدة تتزايد بين 2018 و2019. من خلال هذه المبادرات، ارتفع إجمالي قيمة التمويل في المملكة العربية السعودية بنسبة 35% وزادت عدد الصفقات بنسبة 92% في عام 2019 مقارنة بعام 2018، وهو ما يوحي بتحسن جيد في النظام البيئي الريادي السعودي. ومن بين العوامل المحفزة لهذا النمو هي البرامج المسرعات والحاضنات المتنامية، حيث استحوذت المسرعات على ما نسبته 32% من إجمالي الاستثمارات في الشركات الناشئة داخل المملكة. زيادة على ما سبق، أطلق صندوق الاستثمار في المملكة مبادرة بقيمة 1.07 مليار دولار بهدف الاستثمار في شركات الاستثمار الجريء المحلية والإقليمية. من جهة ثانية، أسفرت هذه المبادرات عن ارتفاع عدد المستثمرين في شركات سعودية ناشئة إلى 41 مستثمر في عام 2019 علما ان نسبة المستثمرين المحليين هي 68%، مقابل الثلث للأجانب، وهذه نسبة عالية جدا في المنطقة.

في نفس السياق، حسب (نجدت، السعودية...مملكة الشركات الناشئة، 2019، https://www.skynewsarabia.com)، فانه بعد عام من انشاء الشركة السعودية للاستثمار الجريء (للاطلاع اكثر على مهام الشركة، انظر https://svc.com.sa/) في 2018، وافقت الشركة على 14 رأس مال جريئا جديدا، بقيمة ناهزت الـ650 مليون دولار، وهي قيمة عالية جدا. كذلك، حسب احصائيات شركة حاضنات ومسرعات الأعمال التي انشات في 2016 (للاطلاع اكثر على مهام الشركة، انظر http://www.biac.com.sa/)، بالاعتماد على تقرير "MAGNiTT"، فان سوق الشركات الناشئة يشهد نموا سنويا بنسبة 80 بالمئة. هذا التطور يدخل ضمن اهداف الحكومة السعودية لزيادة المساهمة الحالية للشركات الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي من 20 بالمئة إلى 35 بالمئة عام 2030، التي تعد مدرجة كأولوية قصوى للازدهار.

من خلال رؤية 2030، اصبحت الحكومة في المملكة العربية السعودية تولي انتباها واهتماما خاصا بالمستثمرين الخواص من خلال الشركات الناشئة، مع العمل على زيادة ورؤوس الأموال الجريئة (المخاطر)، إضافة الى تسهيل الجوانب الإدارية والقانونية مثل تسريع إصدار الرخص لهذا النوع من الشركات.

بالنسبة للتقييم العام للبيئة الريادية في المملكة العربية السعودية، فحسب تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال لسنة 2020/2019، والذي قام بتقييم وترتيب 54 دولة من حيث النظام البيئي الذي يساهم في خلق وتطوير المؤسسات الناشئة بناء على تقييم 12 محور كما يبينه الشكل 07.

الشكل 07: " تقييمات الخبراء لظروف إطار تنظيم المشاريع في المملكة لسنة 2020/2019"



المصدر: تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال 2020/2019، ص 166.

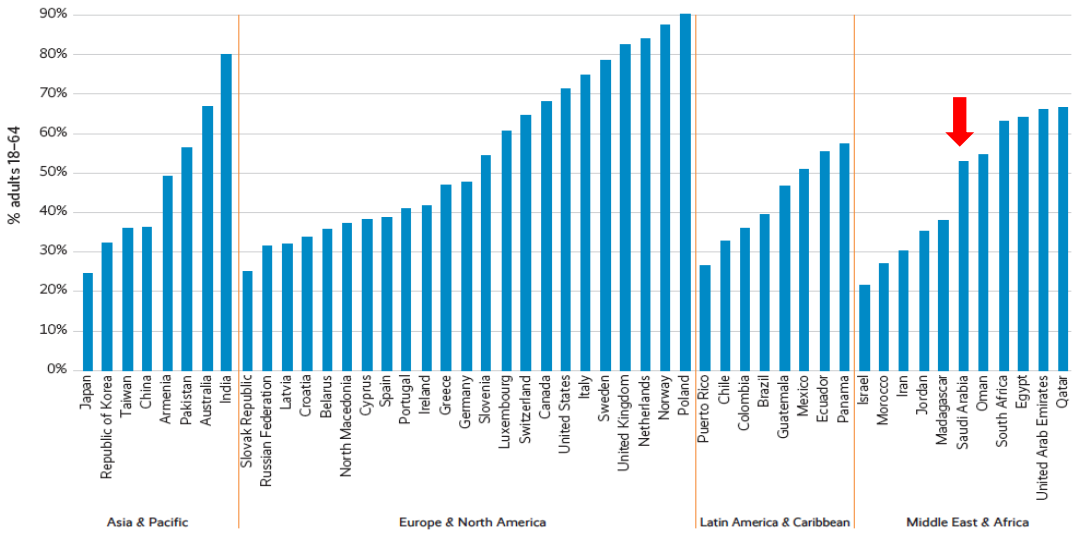
من الشكل السابق، يبين ان المملكة العربية السعودية تفوقت تتميز ببيئة ملائمة، كما ان نسبة الملائمة اكثر من متوسط الدول محل الدراسة (54 دولة)، بحيث حققت مستوى اعلى من المتوسط في ثمانية محاور كما يلي: (1) التمويل الريادي، (2) السياسات الحكومية: الدعم والملائمة، (3) السياسات الحكومية: الضرائب والبيروقراطية، (4) البرامج الريادية الحكومية، (7) البحث والتطوير، (9) ديناميكية السوق الداخلي، (10) أعباء السوق الداخلي وقوانين الدخول، (12) المعايير الثقافية والاجتماعية. في حين انها تأخرت قليلا في الأربع محاور الباقية المكونة للنظام البيئي كما يلي: (5) التعليم الريادي في الثانوي، (6) التعليم الريادي في الجامعات، (8) الهياكل التجارية والتشريعية، (11) الهياكل المادية.

2.3 تحديات ومعوقات المؤسسات الناشئة في المملكة العربية السعودية:

من خلال ما سبق، يتضح ان في الثلاث سنوات الأخيرة تعتبر المملكة العربية السعودية الأسرع في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا من حيث توفير مصادر التمويل، التسهيلات

لأصحاب الأفكار من خلال والدعم والمرافقة والاستشارات، كما انها لا تتوانى في استشارة كل الأطراف الفاعلة لتعبيد الطريق امام المستثمرين وأصحاب الأفكار لتحقيق رؤية 2030. ان الناظر لواقع بيئة العمل يمكن ان يشهد بعض المعوقات، والتي في بعض الأحيان تكون ادراكية لأصحاب الأفكار بالرغم من الدعم المنقطع النظير الذي تقدمه المملكة لرواد اعمال في أراضيها. فحسب تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال 2020/2019، كشفت الدراسة الاستقصائية التي تختبر مدى إدراك السعوديين لسهولة إطلاق وبدأ مشروع ريادي مثل ما يبينه الشكل 08. فجاءت المملكة بمستوى متوسط مقارنة مع 10 دول في الشرق الأوسط وشمال افريقيا، وهو ما يبين ان هناك مشكل عدم وعي الافراد بالتسهيلات الممنوحة، وقد يكون أحد الأسباب وراء عدم الادراك هو ضعف التعليم الريادي في مختلف المستويات التعليمية الثانوية او الجامعية مثل ما رأينا في الشكل 07 سابقا.

الشكل 08: "مدى إدراك السعوديين لسهولة بدأ مشروع ريادي"

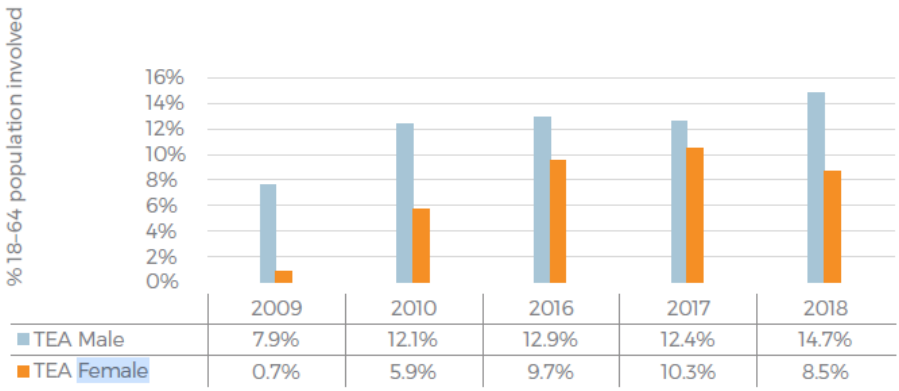


المصدر: تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال 2020/2019، ص 31.

النقطة الثانية، والتي لا يمكن اعتبارها حقيقة نقطة سلبية، ولكن ربما تمثل طاقة كامنة غير مستغلة، وهي الريادة النسوية، مع العلم ان نسبة المتعلمات في المملكة عالي جدا،

هذه الظاهرة ربما موجودة في معظم الاقتصادات، بحيث من المرجح أن يبدأ الرجال الأعمال التجارية أكثر من النساء. حسب تقرير المراقب العالمي لريادة الاعمال عن المملكة العربية السعودية لعام 2019/2018، نجد ان إجمالي نشاط ريادة الأعمال في مرحلة مبكرة (TEA) يمثل 14.7٪ بالنسبة للرجال، مقابل 8.5٪ للنساء، ويمثل هذا المعدل، حسب التقرير، زيادة على مدى العامين السابقين للرجال، وانخفاضه بالنسبة للنساء مثل ما يوضحه الشكل 09.

الشكل 09: "ريادة الاعمال الرجالية والنسوية في المملكة العربية السعودية"



المصدر: تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال حول المملكة العربية السعودية 2019/2018، ص 62.

إضافة الى ما سبق، البيئة الريادية في المملكة فيها بعض التحدّيات، ولكنها غير مستعصية، فحسب (رحال، فرص كبيرة للشركات الناشئة في السعودية، جوان 2017، https://www.wamda.com)، بناء على تقرير "مختبر ومضة للأبحاث" فقد اظهر الرياديون محل الدراسة ان هناك ثلاثة تحدّيات رئيسية تواجههم في السعودية بالرغم من كل الجهود، وهي نفسها التي تواجه روّاد الاعمال في المنطقة: (1) القوانين التشريعية والبيروقراطية؛ (2) وصعوبة الحصول على تمويل؛ و أخيرا (3) صعوبة الوصول إلى أصحاب الأفكار الريادية والموهوبين.

بالنسبة إلى (1) التحديات القانونية، فالتقرير يدعو إلى تطبيق قوانين تصب في مصلحة ريادة الأعمال مثل تسهيل عملية الحصول على التراخيص والمستندات الضرورية لتسيير أعمالهم، والحدّ من البيروقراطية، وهو الشيء الذي تعمل عليه بجد المملكة وخطت فيه

خطوات جبارة. اما على مستوى (2) التمويل والاستثمار، فيشدد التقرير على ضرورة استحداث فرص تمويل للشركات الناشئة في مراحلها الاولى المبكرة وعدم التعامل مع الاستثمارات التكنولوجية بنفس طريقة الاستثمارات العقارية. (3) أمّا بالنسبة لأصحاب الأفكار والمواهب، فالجامعات مدعوّة لعقد شراكات مع الشركات الناشئة وتقديم برامج تعليمية للتشجيع على ريادة الأعمال. وبدورها، ينبغي على الشركات الناشئة أن توفر امتيازات مالية ومعنوية تنافسية للموارد البشرية التي ستوظفها.

في نفس السياق، حسب تقرير شركة "**اوشن اكس 2018**» للاستشارات الإدارية والمالية حول تحديات بدء الأنشطة الصناعية في المملكة العربية السعودية، فنجد ان:

- الكثير يعاني من تباين مصادر المعلومات وعدم معرفتهم بكامل الخدمات والتسهيلات التي تقدمها الجهات الحكومية لهم أثناء ممارسة نشاطهم التجاري في القطاع.
- بعض أصحاب النشاطات الصناعية يجد صعوبة في إتمام معاملاتهم عبر المنصات الإلكترونية الخاصة بالجهات الحكومية.
- الممارسون للنشاطات الصناعية يشتكون من صعوبة تقديم الشكاوى وحلها عبر قنوات التواصل الاجتماعي ومنصات خدمات العملاء.
- الممارسون للنشاط الصناعي يشتكون من نقص مصادر المعلومات مما يصعب عليهم دراسة السوق وحاجاته لاتخاذ قراراتهم الاستثمارية والتجارية.
- مراجعو الجهات الحكومية يعانون من سكان المحافظات من مركزية فروع الجهات في المناطق الرئيسية للمملكة، وفي حال تواجدت فروع للجهة الحكومية في مناطقهم فهي لا تملك الصلاحيات لإتمام معاملاتهم.
- أصحاب المصانع يعانون من عدم إلمام الجهات الرقابية الحكومية بالتشريعات والاستثناءات الخاصة بالقطاع الصناعي ونشاطاته مما يسبب تباين قرارات المراقبين والمفتشين في آلية المخالفات ومستوياتها.

4. خاتمة:

كخلاصة، يمكن القول ان التسلسل المنطقي والهيكلي لهذه الدراسة استطاع ان يقدم إجابة التساؤلات الفرعية الثلاث، وكذلك اثبات الفرضيات المرتبطة بهم من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليل، وهذا كما يلي: تمت الإجابة على التساؤل الأول وبالتالي اثبات الفرضية الأولى المبنية على ان مفهوم المؤسسات الناشئة متعدد الابعاد ولازال في مرحلة الاحتضان . وبهذا الخصوص تم اظهار انه لحد الان لا يوجد تعريف جامع مانع للمؤسسات الناشئة، وان هذا الاختلاف موجود بين الباحثين والممارسين، وبين الدول، وحتى بين الهيئات وأصحاب المصالح في الدولة الواحدة، ولهذا تم تقديم عرض لمختلف وجهات النظر وتلخيصها في شكل ابعاد لمفهوم المؤسسات الناشئة لتقريب المفهوم أكثر من اذهان المعنيين. ثانيا، تمت الإجابة على التساؤل الثاني من خلال اثبات الفرضية الثانية التي تنص على ان الاثار السوسيو-اقتصادية للمؤسسات الناشئة متعدية، وذات عائد واعد. وهو ما تم من خلال عرض الاثار الاقتصادية المباشرة للمؤسسة الناشئة، والاثار الاقتصادية غير المباشرة للأعوان اللوجستيين، والاثار المستحدثة جراء تفعيل استهلاك الموظفين لدى المؤسسات الناشئة والاعوان في سلسلة التوريد على حد سواء. ثالثا، تمت الإجابة على التساؤل الثالث من خلال اثبات الفرضية الثالثة التي تنص على ان المملكة العربية السعودية تعتبر نموذج مثالي للنظام البيئي الريادي امام الرياديين وحاملي الأفكار. هذا ما تم من خلال تقييم النظام البيئي الريادي للمملكة العربية السعودية، وإبراز اهم مقوماته، حيث تميزت كل مؤشراته بمستوى اعلى من متوسط الدول محل الدراسة مما يبين ان المملكة ستكون ملاذ الرياديين المحليين والأجانب على حد سواء.

أخيرا، يمكن القول ان تجربة المملكة العربية السعودية في تهيئة المنظومة الريادية في ظرف وجيز جدا، بحيث تعتبر مثالا ونموذج يحتذى به، خاصة من دول الشرق الأوسط وشمال افريقيا، وخاصة الدول التي لديها نفس الامتيازات الطاقوية والمادية للمملكة يمكن ان تستفيد كثيرا من هذه التجربة. هذه القفزة النوعية يمكن ان تفتح المجال للباحثين والمهتمين بالتوسع في الدراسة وتطويرها للاستفادة منها وتحديد الممكنات المساعدة وطريقة تفاعلها مع بعض لإرساء النظام البيئي الريادي.

5. قائمة المراجع:

♦ التقارير الرسمية:

1. تقرير الاتصالات وتقنية المعلومات، (2017)، التجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية. للتحميل من الرابط التالي:
(https://www.citc.gov.sa/ar/reportsandstudies/Reports/Documents/CITC_ECOMMERCE_2017_ARABIC.PDF)
2. تقرير الاستثمار الجريء في المملكة العربية السعودية لعام 2019. للاطلاع على الرابط:
(**https://magnitt.com/research/50684/2019-saudi-arabia-venture-capital-snapshot-ar#1**)
3. تقرير المكتب الاستشاري "**اوشن اكس 2018**" حول تحديات بدء الأنشطة الصناعية في المملكة العربية السعودية . للتحميل من الرابط التالي: (https://www.oceanx.sa/reports/)
4. تقرير الوكالة الالمانية للتعاون الدولي، (أيار 2019)، اقتصاد الشركات الناشئة في الأردن، تقييم المساهمة الاقتصادية وإمكانات الشركات الناشئة العاملة في مجال التكنولوجيا. للتحميل من الرابط التالي: (https://www.orange.jo/EN/big/Documents/startup_ar.pdf)
5. تقرير منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا المتوسطية 2018: التقييم المرحلي لإصلاحات المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم,(2018).OECD Publishing, Paris ., للتحميل من الرابط التالي: (https://doi.org/10.1787/9789264310032-ar)

♦ المواقع الالكترونية:

6. رحال مايا، جوان 2017، فرص كبيرة للشركات الناشئة في السعودية،
https://www.skynewsarabia.com/business/1288763-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9% 88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%85%D9%84%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8 %B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D9 %8A%D 9%94 %D8%A9
7. هيئة الأمم المتحدة، خطة التنمية المستدامة لعام 2030 في المنطقة العربية، 2020،
https://www.unescwa.org/ar/sub-site/%D8%AE%D8%B7%D8%A9-%D8%A7% D9%84 %D8% AA%D9% 86 %D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A9-2030-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B7%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%8 4%D8%B9% D8% B 1%D8%A8%D9%8A%D8%A9

8. الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (https://www.monshaat.gov.sa/ar)
9. شركة حاضنات ومسرعات الاعمال (http://www.biac.com.sa/)
10. الشركة السعودية للاستثمار الجريء (https://svc.com.sa/)
11. حسب أحمد نجدت - دبي - سكاي نيوز عربية 7 أكتوبر 2019
https://www.wamda.com/ar/2017/06/%D9%81%D8%B1%D8%B5-%D9%83%D8%A8% D9%8A%D 8%B1%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D 9%84% D9 %86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%8 4%D8%B3%D 8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1

♦ المراجع الاجنبية:

12 Damodaran, A. (2009). Valuing young, start-up and growth companies: estimation issues and valuation challenges. Available at SSRN 1418687.

13 FONTINELLE AMY, 2020, What is Startup? https://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp#:~:text=A%20start up %20is%20a%20young,or%20their%20friends%20and%20families.

14 G E M R e p o r t 2 0 1 8 , Kingdom Of Saudi Arabia Report 2018/2019 (https://www.gemconsortium.org/report)

15 Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report , (2020), the Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK. (https://www.gemconsortium.org/report)

16 Graham, P. (2012). Startup= growth. *Internet access: http://www. paulgraham. com/growth. html*, 1.

17 Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). Startup companies: Life cycle and challenges. In *4th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia*.

المسؤولية الاجتماعية للمقاولات في اطار التوجه نحو الاستدامة

Social Entrepreneurship Responsibility As Part Of The Trend Towards Sustainability

عباس وداد[1]، دكار جنات[2]

[1] كلية العلوم الاقتصادية -سطيف 1، **widadabbes@yahoo.fr**

[2] كلية العلوم الاقتصادية – سطيف 1، **Djanet1985_dekkar@hotmail.fr**

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمقاولات ومتطلباتها كونه توجه جديد لقي اهتماما كبيرا لمراعاته جوانب الاستدامة. تعتبر المقاولات أحد أقطاب الاقتصاد وقاطرات نموه، وكونها تمثل نسبة كبيرة من المؤسسات التي تعتمد عليها اغلب الاقتصاديات ونظرا للخصائص التي تميزها عن نظيراتها الكبيرة الحجم، فمن المؤكد ان تبنيها للمسؤولية الاجتماعية والبيئية يكون بنهج متفرد يتلاءم مع طبيعتها(حجمها، حصتها السوقية، عدد عمالها، البيئة التي تنشط فيها، رأسمالها،....)، إن اتباع نهج التنمية المستدامة وتبني المسؤولية الاجتماعية من قبل المقاولات سيكون أهم مصدر لفرص الأعمال على المدى الطويل، حيث يمكن للمقاول العثور على نماذج أعمال دائمة.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية، مقاولات، مقاولات مستدامة، مقاولات مسؤولة اجتماعيا وبيئيا.

Abstract:

The aim of the study was to identify the concept of the social responsibility and requirements of enterprises as a new orientation that received much attention to take into account aspects of sustainability. As a pole and engine of growth, it is certain that their construction of social and environmental officials will be based on a unique approach suited to their nature (size, capital, number of worker,…) the sustainable development approach and the adoption of social responsibility by entrepreneurs will be the most important source of business in the long term, offering the contractor the prospect of finding sustainable business models.

Keywords. Social responsibility, Entrepreneurship sustainable, social and environmental responsibility for Entrepreneurship.

المؤلف المرسل: عباس وداد، **الإيميل: widadabbes@yahoo.fr**

1. مقدمة:

بدأ انتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالموازاة مع ظهور تيار أخلاقيات الأعمال الذي كان يركز على المسؤولية الشخصية والأخلاقية للمسير، شهدت أخلاقيات الأعمال تطورا في اتجاه تيار الاستراتيجية المنفعية التي تفيد بأن السلوك المسؤول يعمل على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة؛ بينما يركز الاتجاه الحالي على فكرة الاستدامة بمعنى ان المؤسسة تنخرط للمساهمة في التنمية المستدامة في إطار مقاربة طويلة المدى وتأخذ في الاعتبار حقوق الأجيال القادمة في الثروات والبيئة السلمية.

تسعى المؤسسات المسؤولة اجتماعيا نحو الاهتمام بالمجتمع من خلال تبني نموذج الأعمدة الثلاثة المبنى على تحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، بالاعتماد على القواعد القانونية والاخلاقية والجوانب الإنسانية، وتتمثل المسؤولية الاجتماعية في مجموعة الأنشطة والالتزامات الطوعية التي تتطلع بها المنظمة وتفي ببعض الاحتياجات التي قد لا تعود بالمنفعة المباشرة على المنظمة.

تمثل المقاولات عصب الاقتصاديات المتطورة كونها تلعب دورا حيويا في تلبية احتياجاتها وتنويع مصادر الدخل وخلق مناصب شغل وامتصاص البطالة والحفاظ على البيئة، وفي ظل تبني اغلب هذه الدول لنموذج التنمية المستدامة توجب على هذا النوع من المؤسسات التقيد بمبادئ وتوجهات الاستدامة هذا ما تولد عنه بروز المقاولات المسؤولة اجتماعيا وبيئيا وهذا بتكييف مضمونها مع متطلبات الاقتصاد والمجتمع وبما يساعد على ترقية السلوك البشري كعنصر يستهلك دون تبذير ويحافظ على البيئة ويستخدم الوسائل بصورة نظيفة وأخلاقية.

سنحاول الاجابة على السؤال الموالي:

كيف للمقاولات ان تكون مسؤولة اجتماعيا وبيئيا في اطار توجهها نحو الاستدامة؟

تهدف هذه الدراسة الى اظهار خصائص المقاولات المستدامة والمسؤولة اجتماعيا أي كيفية استغلال خصائص المقاولات لخدمة توجهها نحو الاستدامة عن طريق تبنها للمسؤولية الاجتماعية والبيئية، بهدف احداث خدمة جميع الاطراف ذات المصلحة.

ان طبيعة الموضوع تقضي باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، اعتمادا على مجموعة من المصادر العلمية باللغتين العربية والاجنبية.

من خلال هذه الورقة البحثية تناولنا النقاط الاتية:

- الجانب النظري للمسؤولية الاجتماعية؛
- المقاولات والمقاولات المسؤولة اجتماعيا؛
- الدور الاجتماعي والبيئي للمقاولات.

2. الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية:

1،2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية: أدى ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية لأول مرة عام 1923 الذي اشار له **Shldon** في كتابه **فلسفة الادارة**، أين بين ان المسؤولية الادارية في المشروعات هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية، غير ان هذا المفهوم شهد تطورا كبيرا منذ ذلك الوقت ومن التعاريف الشائعة له نجد:

عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم المجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد (Bank, 2005)

الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في أن تتطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا. ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم (الأسرج، 2014)

مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل. (Development, 1999)

ويعرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي (Européennes, 2001).

منظمة التقييس الدولية ISO:" على أنها مسئولية المؤسسة على الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع، فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين." (responsibility, 2007)

اذا المسؤولية الاجتماعية هي منهج اداري يبين إدراك المنظمة لالتزاماتها وواجباتها تجاه المجتمع بما يتناسب وامكانياتها المادية والمعايير الأخلاقية التي تؤمن من خلالها تحقيق حياة افضل لأفراد المجتمع والعمل على تطويره ككل دون الاخلال بهدف تحقيق منفعتها وضمان استمراريتها .

- **مصطلحات لها علاقة بالمسؤولية الاجتماعية**: يرتبط مفهوم المسئولية الاجتماعية مع عدد من المصطلحات التي نبينها في الآتي:

- **أخلاقيات الأعمال: Business Ethics** تتعلق الأخلاقيات بجميع مظاهر السلوك البشري واتخاذه للقرارات، وتتحدد هذه الأخلاق من المجتمع وخصائصه (قوانين، أعراف، ديانات،...) أو من خلال الخصائص القطرية للفرد تهتم أخلاقيات العمل بتحديد المعايير المعنوية للسلوكيات الصحيحة او الخاطئة في صفقات الأعمال بين المنظمات (Aggarwal).
تقتضي الضرورة وجود علاقة إيجابية بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح ويلاحظ أن النزوع إلى الجانب الأخلاقي والاهتمام بالسلوكيات الأخلاقية قد سبق كثيرا جانب التفكير بتبني المسؤولية الاجتماعية.
يوجد تماثل بين اخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية اذ ان حركة الاموال المحولة إلى افعال اجتماعية في المدى القصير ماهي إلا إحدى جوانب منهج شامل من أخلاقيات عمل المنظمات التي ينتج عنها تحسينات في المجتمع تجعل من السهل بقاء نشاط المنظمة مع ضمان ارباح لفترة طويلة نسبيا.

- **الاستجابة الاجتماعية للمؤسسات Corporate Social Responsiveness:** يهتم مفهوم الاستجابة الاجتماعية بالجانب التطبيقي دون اعتماد أي نظرة معيارية، حيث يبحث في طرق تنفيذ والتزام المؤسسات بمسؤولياتها. فهي تمثل قدرة المؤسسة على تطوير استراتيجياتها، أي انه التزام استباقي من قبلها وليس رد فعل (Dalia petcu, 2011).

- **حوكمة المؤسسات Corporate Governance**: يرتكز مفهوم الحوكمة على ضبط كافة العمليات والقرارات الصادرة عن المؤسسات وفق ما تقتضيه القواعد المهنية وأخلاقيات

العمل، وبما لا يتعارض مع الأنظمة والتشريعات المعمول بها في مناطق عمل المؤسسات، إذن يتقاطع مفهوم الحوكمة مع المسئولية الاجتماعية في تحديد مسئوليات المؤسسة تجاه أصحاب المصالح (الأسرج، 2014)

- **مواطنة المؤسسات Corporate Citizenship** : إن مفهوم المواطنة يقضي أن تؤدي المؤسسات مهمتها المتكاملة تجاه مجتمعها بوصفها "فردا صالحا" ينطلق من قيم المجتمع وبالتالي تساهم في تطويره (Emmanuelle champion, 2005).

- **المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية**: لابد من الإشارة إلى وجود اتجاهين متعارضين للمسئولية الاجتماعية من قبل المؤسسات وهما (الغالبي، 2011، صفحة 93):

- **النظرة الكلاسيكية:The Classical View**

" **لا شيء سوى أعلى الأرباح للمالكين**" هذا هو أساس النظرة الكلاسيكية الرافضة لشيء يسمى مسئولية اجتماعية لمنظمة الأعمال. تهتم منظمات الأعمال وفق هذا التوجه بتعظيم الأرباح أو كما يعبر عنه The Business Of Business Is Business ، ومن بين ما يترتب على هذا اعتبار المديرين موظفين لدى مالك المنظمة وعليهم الإلتزام بالعمل باتجاه تحقيق هدف تعظيم الربح. صاحب هذه النظرة هو الاقتصادي ميلتون فريدمان Milton Friedman.

هناك مسؤولية اجتماعية واحدة فقط ولا شيء سواها لمنظمة الأعمال تحصر في استخدام الموارد بكفاءة في عمليات من شأنها تحقيق الربح والمنافع الاقتصادية لمن يملكها. إن أي شأن لمسئولية اجتماعية غير ذلك يقوض العلاقات الاقتصادية في السوق وينحدر بأرباح المنظمة.

يبرر أصحاب هذا الاتجاه نظرتهم بـ:

-صعوبة الجمع بين العمل المربح والعمل المتجاوب اجتماعيا؛

- نقص الخبرة لدى إدارة منظمة الأعمال فيما يتعلق بالأمور الاجتماعية؛

- تعدد الجوانب الاجتماعية ومحدودية موارد منظمة الأعمال؛

- صعوبة قياس الحد المطلوب اجتماعيا وماهو أكثر من ذلك.

- **النظرة المعاصرة The Contemporary View**

تقوم هذه النظرة على اعتبار منظمة الأعمال هي كيان فاعل ومؤثر في المجتمع الذي تعيش فيه، ولا بد لهذا الكيان أن يكون مفيدا للمجتمع. رائد هذه النظرة كيث دافيس Keith Davis والذي عبر عنها من خلال خمسة افتراضات هي:

1- المسؤولية الاجتماعية وفقا لقوة منظمة الأعمال الاجتماعية: لما كانت لمنظمة الأعمال تأثيرات في مثل تلك الموضوعات الاجتماعية المؤثرة كتشغيل الأقليات وشؤون البيئة، فمن هنا لابد ان تكون منظمة الأعمال مسؤولة إزاء ما تمتلك قوة بشأنه.

2- على منظمة الأعمال أن تعمل بنظام مفتوح باتجاهين: فنحو المدخلات من المجتمع من جهة وتقديم عمليات وليس فقط منتجاتها للجمهور، فمن هنا لابد وان تصغي للأطروحات بشأن تحسين جوانب المجتمع ولا بد وان يكون للمنظمة قنوات اتصال مفتوحة على مختلف الجهات العاملة في المجتمع لأجل تقديم النفع والخدمة للمجتمع من خلالهم.

3- لكل سلعة أو خدمة يجب أن تحسب التكاليف الاجتماعية والمنافع الاجتماعية قبل الشروع في تقديمها للجمهور: فالجوانب الفنية والمادية ليست هي المؤثر الوحيد في قرارات الأعمال، وإنما هناك الجوانب الاجتماعية وهي ما يجب التعامل معها في ذات الوقت.

4- لا بد وأن يتحمل المستهلك ذلك النصيب من التكاليف الاجتماعية المرتبطة بإنتاج السلع والخدمات من قبل منظمات الأعمال: لما كانت منظمة الأعمال لا تقبل تمويل تلك النشاطات غير المبررة اقتصاديا لكنها تعود بالنفع على المجتمع فلابد وان يتقبل المجتمع مثل تلك الزيادات في سعر المنتجات بذلك الهامش الذي يغطي مثل تلك التكاليف.

5- منظمة الأعمال هي مواطن ولهذا فعليها أن تتحمل المسؤولية في جوانب اجتماعية معينة تفيد المجتمع الذي يعترف لها بحقوقها في العمل واستغلال موارده، حتى وإن لم تتصل مثل تلك الجوانب مباشرة بعملياتها لكنها، تمتلك الخبرات في معالجتها.

الشكل (1): الاتجاه المؤيد والمعارض للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، 2011، ص:94.

إن المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال تنطلق حقيقة من اشتراطات أساسية، أبرزها (زيارة، 2009، صفحة 267):

التصميم الطوعي للمساهمة في فعاليات المجتمع من خلال تمويلها بجزء من الأرباح.

الالتزام بمستوى أخلاقي في عمليات المنظمة أعلى من الحد الأدنى الذي يطلبه أو يشرطه القانون والعرف.

الاختيار من بين المشروعات متعددة الفرص الاقتصادية على أساس قيمة المساهمة الاجتماعية لكل منها.

عدم فرض معايير المصلحة الذاتية لمنظمة الأعمال على الفعاليات التي تتوجه بها نحو المجتمع وإنما قبول تقييم المجتمع ذاته لمثل تلك الفعاليات.

هذا ما يوضحه هرم المسؤولية الاجتماعية: Pyramid Of Social Responsibility

Archie Carrol اقترح ارشي كارول هرما لمسئولية منظمة الأعمال المبين في الشكل (2) التالي:

الشكل(2):هرم المسؤولية الاجتماعية.



Source: Carroll Archie,1991 p:405.

فالمسؤولية الاجتماعية حسب كارول (CARROLL) هي أن تسعى المؤسسة إلى تحقيق ليس فقط المصلحة المالية لحملة الأسهم، بل مصالح كافة أصحاب المنفعة الآخرين (المستهلكين، الموظفين، المديرين، البيئة التي تعمل فيها ووسائل الإعلام والمجتمع عموماً). لكي تكون الشركة مسؤولة اِجتماعيا يعني أن الأمر أبعد من تقديم التبرعات الخيرية، يتجاوزه ليشمل المشاركة الفعالة في البرامج التعليمية والالتزام بحماية البيئة إلى جانب العمل وفق مبادئ الشفافية والمساءلة والإفصاح (سوليفان، 2004، صفحة 7).

مستويات المسؤولية الاجتماعية: توجد ثلاث مستويات للمسؤولية الاجتماعية هي (العربي.، 2018):

- المستوى الأول: المؤسسي ويتعلق بدور الشركة في الحد من أي آثار سلبية لنشاطها في المجتمع مثل الأضرار البيئية، وكذلك العمل وفق مقتضيات اللوائح القانونية؛

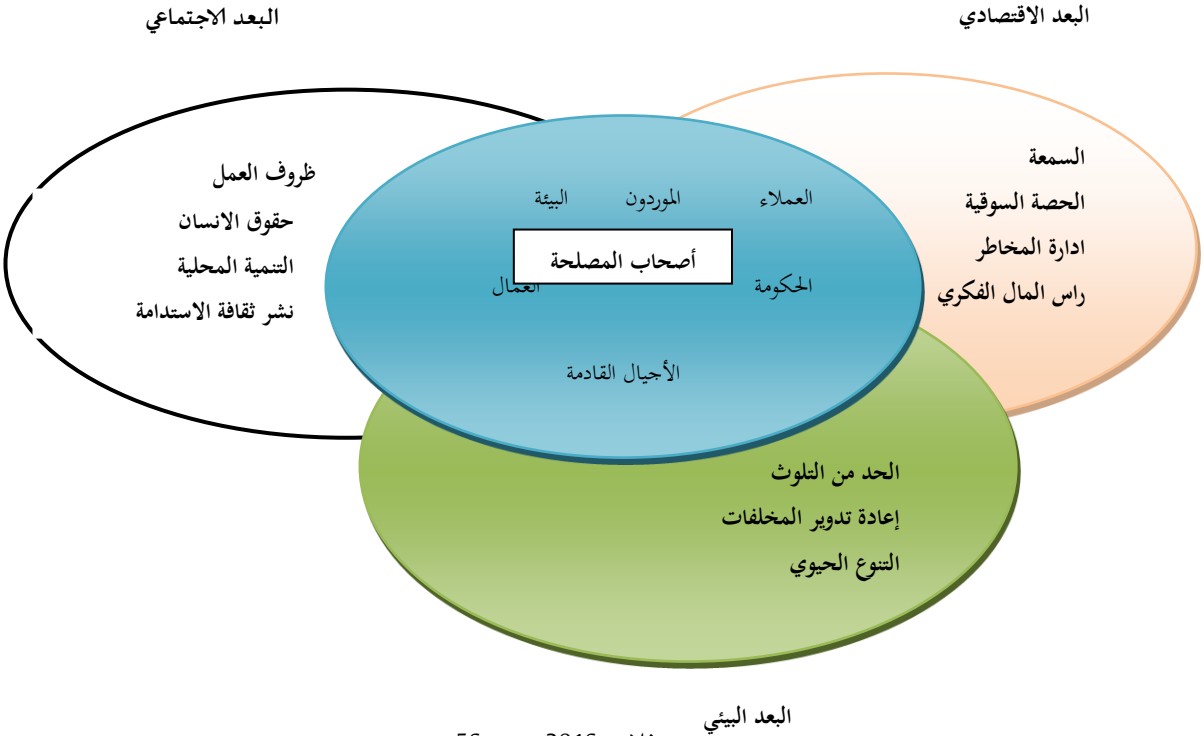
- المستوى الثاني: الأخلاقي ويتمثل في الصدق والأمانة وذكر الحقيقة عند التعرض لأي أزمة إلى جانب التفاعل الجيد مع المنافسين واحترام الجمهور؛
- المستوى الثالث: المجتمعي ويتعلق بمسؤولية المؤسسة في حل مشكلات المجتمع، أي المساهمة في أن يكون المجتمع صالحا يخلو من المشكلات والعقبات التي تحول دون تقدمه بصفة عامة.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية: تتضمن المسؤولية الاجتماعية أربعة أبعاد على النحو التالي (الغالبي، 2011، الصفحات 82-91)

- المسؤولية تجاه العاملين: من خلال المساهمة في التأمينات الاجتماعية، نظام الرعاية الصحية، توفير الأمن الصناعي، توفير برامج تدريبية، المساعدة في تأمين النقل والسكن للعمال،...
- المسؤولية تجاه العملاء والمستهلكين: الشفافية والنزاهة، توفير بيانات عن المنتجات وصلاحياتها، إعلان وترويج صادق،....
- المسؤولية تجاه المجتمع: من خلال دفع الضرائب وعدم التهرب، التبرع للجمعيات الخيرية وتقديم الإعانات للفقراء، إقامة معاهد تعليم وتدريب، تقديم منح دراسية.
- المسؤولية تجاه البيئة: منع التلوث ودرء الأخطار البيئية الناجمة عن النشاطات الإنتاجية، الاهتمام بالصناعات النظيفة بيئيا، الاستثمار في تدوير النفايات.
- **العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة**: تعتبر المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة مفهومان مترابطان ومتكاملان وكلاهما يخدم الآخر، بحيث تغير توجه المؤسسات إلى تبني المسؤولية الاجتماعية من خلال انتهاجها لتصرفات تخدم المجتمع والبيئة بالاعتماد على ميثاق أخلاقيات الأعمال، بالإضافة إلى الهدف الرئيسي الذي وجدت من أجله المؤسسة وهو هدف تعظيم الربح، ومن هذا المنطلق الذي يسمى بنموذج الأعمدة الثلاثة الذي يعكس مفهوم التنمية المستدامة (الربح، المجتمع، البيئة)، فهي تتبع العديد من الخطوات اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه بصفة طوعية من أجل تحسين نوعية الحياة، وبشكل عام فان المؤسسة التي تود ان تمارس مسؤوليتها الاجتماعية وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة عليها ان تتبنى مايلي:
- احترام البيئة وتحقيق نظم الأمان في الانتاج؛

- التقليل من استهلاك الموارد، واستخدام الموارد المتجددة والطاقات النظيفة؛
- اثراء الحوار الاجتماعي وتحسين ظروف العمل والعلاقات المهنية؛
- احترام الحقوق والحريات (العمل النقابي)؛
- احترام قواعد المنافسة الشريفة؛
- المساهمة في التنمية المحلية؛
- تبني المبادرات المحلية والوطنية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

الشكل (3): نموذج المحاور الثلاث.



فلاق، 2016 ، ص: 56.

2المقاولات: يعتبر موضوع المقاولات من المواضيع الحديثة التي لاقت اهتماما واسعا من قبل الدارسين واصحاب القرار وهذا راجع لأهميتها الكبرى في الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، لهذا تطرقنا لتعريف المقاولة ومميزاتها وأدوارها التي تخدم التنمية المستدامة.

1،2 تعريف المقاولات والمقاولات المستدامة:

- عرفها **Druker** على أنها" فعل الإبداع المبني على المخاطرة الذي يتضمن إعطاء الموارد المتاحة حاليا القدرة على خلق قيمة جديدة. " (Sarimah Hamim Aman Shah, 2010, p. 9)
- حسب **Hisrich et Peters** على أنها: "نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية" (Siomy, 2007, p. 90)
- تعرف المقاولة على أنها "مجموعة الأنشطة والعمليات التي تقود إلى إنشاء وتطوير مؤسسة، أي خلق نشاط. " (fayolle, 2013, p. 16)

اذن المقاولات هي مجموع الأفعال والعمليات التي يمارسها المقاول لإنشاء مؤسسة جديدة او تطوير مؤسسة قائمة في اطار القانون السائد من أجل خلق ثروة عن طريق المبادرة وتحمل المخاطر والتعرف على فرص الأعمال ومتابعتها وتجسيدها على أرض الواقع.

- بينما المقاولات المسؤولة فهي : "تتعلق باستغلال الفرص المرتبطة بالحماية والمحافظة على البيئة، وذلك بطريقة تقييمية، فالأداء الجيد لمنظمة الأعمال الحديثة يقاس بمقدار الفوائد الاقتصادية والاجتماعية وكذا البيئية. " (Eldorado, 2013, p. 307)
- وتعرف كذلك بأنها:" عملية اكتشاف الفرص وإيجادها وتقييمها واستغلالها بغية توفير منتجات مستقبلية تتوافق وأهداف التنمية المستدامة." (al, 2012, p. 5)
- يعرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المقاولات المستدامة على أنها:" الالتزام المستمر لمؤسسات الأعمال في ظل تحسين نوعية الحياة لليد العاملة وكذا عائلاتهم وللمجتمع المحلي والعالمي سواء للأجيال الحالية او المستقبلية. " (المستدامة، 2020)
- كما تم تعريفها على أنها " عملية تتألف من الاستخدام المبتكر، مزج المواد، واستغلال للفرص التي تهدف للتغيير الاجتماعي لصالح احتياجات الانسان الاساسية بالشكل الذي يحافظ على الموارد لضمان حق الاجيال اللاحقة في استغلالها. " (Mair J, 2004, p. 6)
- كما تعرف على انها" العملية التي تهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة من خلال اكتشاف وتقييم واستغلال الفرص وخلق قيمة تؤدي إلى الازدهار الاقتصادي والتماسك الاجتماعي وحماية البيئة". (Paul sarango-Lalangin, 2018, p. 3)

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف المقاولة المستدامة على انها حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد او عدة افراد عن طريق إنشاء منظمات جديدة من اجل خلق قيمة مضافة مع مراعاة الخدمة المجتمع وحماية البيئة. يتمثل الدور الاجتماعي للمقاولات في تحقيق التغيير الاجتماعي واتاحة الموارد لأكبر عدد من أفراد المجتمع، الذي يركز اساسا على تحقيق البعد الاقتصادي من خلال انتاج وتوزيع السلع والخدمات تحسين القدرة الانتاجية، فيما يتعلق البعد البيئي بتقليل الأثار السلبية للمخلفات على البيئة.

2.2 المقاولات والتنمية المستدامة: إن مفهوم التنمية المستدامة بشكله الواسع يجعل المنتجين ورجال الاعمال يحاولون المحافظة على الايجابيات وبالتالي فهم لا يتوقفون عن عمليات التحسين والتطوير سواء بشكل طفيف او جذري، مما يؤثر بصفة مباشرة او غير مباشرة، عاجلا او آجلا على جميع المستويات (الاقتصادية والاجتماعية والبيئية) المحيطة بالإنسان وهذا هو جوهر الأعمال و خاصة تلك التي تدر ارباحا وفق الجهود التي ترمي إلى الاستفادة أكثر وأفضل من الموارد والنظم والتي توفر نقلة نوعية في أساليب العيش والعمل والتعليم والاتصال وغيرها. (اوكيل، 2017، صفحة 14)

3.2 دور وأهمية المقاولات: بغض النظر عن طبيعة النشاط المقاولاتي فإن لهذا النوع من المؤسسات دور بارز وأهمية قصوى على مستوى المحلي والوطني كونها:

تدعيم التنمية المحلية: ان طبيعة العمل المقاولاتي الذي لا يشترط استثمارات كبيرة ولا تكاليف عالية، او تكنولوجيا متطورة، لذلك فهي تعمل على تحقيق تنمية اقليمية متوازنة، والتخفيف من المشاكل الاسكان والتلوث البيئي.

زيادة التشغيل: ان الاهتمام الدولي المتزايد بالمقاولات راجع الى الدور الذي تؤديه على مستوى التشغيل ، وبالتالي المساهمة في التخفيف من مشكل البطالة .

عدالة توزيع الدخول:هذا يتحقق بوجود عدد كبير من المقاولات وتقاربها في الحجم وعملها في ظروف تنافسية بسيطة مما يساهم في تحقيق العدالة في توزيع الدخول.

مكافحة الفقر والترقية الاجتماعية: منذ منتصف الثمانينات ظهرت اهمية المقاولة كوسيلة لمكافحة الفقر وادماج الفئات المقصات اجتماعيا واقتصاديا بداية بالدول النامية تزامنا مع مخططات التعديل الهيكلي ثم في الدول المتقدمة نتيجة ارتفاع معدلات البطالة مدفوعة بالنجاح النسبي للتجارب في الدول النامية .

3. **المسؤولية الاجتماعية من منظور المقاولات**: تخضع المقاولات للعديد من الخصائص المميزة والأصيلة التي تجعلها تختلف عن المؤسسات كبيرة الحجم (commission, 2002, p. 16):

- تمنح المقاولات المسؤولة طرق جديدة للتحكم في قيم التكاليف البيئية الاجتماعية والمالية، فمن جانب التكاليف البيئية كونها تساهم في تحسين صورتها الخارجية وماليا كون الاستخدام الرشيد للموارد وتقليل التلوث يحقق في حد ذاته مكاسب مالية إضافية على المدى الطويل؛
- تتميز المقاولات بقدرة أكبر على تغطية اوسع للمجالات التنموية المختلفة مقارنة بالمؤسسات كبيرة الحجم التي يرتكز نشاطها في مجالات محددة فقط؛
- ترتكز الملكية في يد المقاول فهو يلعب دورا محوريا وأساسيا في تطوير المشروع لذلك تعتبر ميولات المقاول الأكثر تأثيرا على التوجه الاجتماعي والبيئي للمشروع؛
- تتميز المقاولات بقدرتها على الانتشار الجغرافي في المناطق الصناعية والريفية والمدن الجديدة، وذلك نظرا لإمكانية إقامتها وسهولة تكيفها مع محيط هذه المناطق. كما أنها أعمال لا تتطلب استثمارات كبيرة ولا تشترط تكوينا عاليا في العمل الإنتاجي او تكاليف مرتفعة في التسيير او تكنولوجيا عالية، لذلك فهي تعمل على تحقيق تنمية إقليمية متوازنة والتخفيف من مشاكل الإسكان والتلوث البيئي.
- يساعد صغر حجم المقاولات في قربها من المجتمع المحلي الذي تنشط فيه، كما يساعدها في ربط علاقات قوية بينها وبين أصحاب المصالح كون العمال، العملاء، الموردون، من نفس المنطقة وهذا ما يكون له وقع شديد على سمعتها ويعزز من تنافسيتها محليا؛
- يؤدي بناء علاقات شخصية بين المقاول وزبائنه وموردیه والعمال إلى توطيد العلاقات فيما بينهم مما يعزز الثقة والرضا بينهم ويمنح التعامل درجة عالية من المرونة؛ كما تساعد الاتصالات الشخصية للمقاول على بناء شراكات تجارية موثوقة ومنفتحة؛
- تتميز المقاولات ببساطة هيكلها وهذا ما يمنحها ميزة التحكم والاستغلال الأمثل للاتصالات وسهولة توفير وانسيابية المعلومات مما يزيد في مرونتها واستجابتها لمتطلبات البيئة؛
- تعتبر التكنولوجيا ومستحدثاتها من الأمور التي يستوجب توفيرها من أجل دعم تطوير ريادة الأعمال، فالتكنولوجيا هي التي تمكن المقاولة من مسايرة المستجدات والاستفادة

منها لكون التكنولوجيا تتصف بالسرعة وانخفاض التكلفة وهذا اكيد ما يعود بالنفع على الزبائن والمجتمع؛

- إن عملية الابتكار المستدام يمكن من تطوير الفرص غير المحتملة كونه يقدم حلول لمختلف الصعوبات التي يمكن ان تعرقل عملية الاستدامة لمشروع المقاولة، حيث ان الابتكار التكنولوجي والاجتماعي يعتبر عنصرا أساسيا في استدامة المشروع المقاولاتي؛
- يؤدي الانتشار الواسع والتواجد الكبير للمقاولات التي تعمل في ظروف تنافسية بسيطة مما يساهم في تحقيق العدالة في توزيع الدخول، كونها تتطلب إمكانيات استثمارية متواضعة وهذا ما يفتح المجال لعدد كبير من أفراد المجتمع الولوج لعالم المقاولاتية وبالتالي توسيع الطبقة المتوسطة؛
- تؤدي المقاولات دورا مهما في تكوين رأس المال البشري، وذلك بتأمين الحصول على تدريب أقل كلفة مما تؤمنه مؤسسات التدريب المتخصصة .

1.3 معوقات تفعيل المسؤولية الاجتماعية من طرف المقاولات

تعاني المقاولات عدة عقبات تقف كحاجز أمام تطبيق مسؤوليتها يمكن تصنيفها إلى معوقات إدارية ومعوقات قانونية ومعوقات مالية، ويمكن تلخيص هذه المعوقات في الآتي:

1.1.3 فعلى المستوى الإداري: نجد نقص الخبرة لدى العاملين المتعلقة بالأمور الاجتماعية والأخلاقية؛ وضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة المقاول تجاه المجتمع والبيئة المحيطة، وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية؛ وعدم وجود اتصال فاعل من قبل الإدارات مع الجمهور.

إضافة لما سبق يرجع تدني التزام قادة المقاولات بالمسؤولية الاجتماعية في حقيقة ما يعتقدون، كون هذه المسؤولية هي مرادفة في المقام الأول لزيادة التكلفة في ظل محدودية موارد المقاولة، في حين المقاولة مطالبة للعمل والكفاح من أجل الحفاظ على قدر من التنافسية تضمن لها استمرارية إلى أبعد مدى.

2.1.3 على المستوى القانوني: يمكن الحديث عن غياب تواجد ميثاق اجتماعي أخلاقي داخل مقاولات الأعمال، كما هو الشأن لدى كبريات الشركات العالمية، بالإضافة إلى عدم احترام

الأنظمة القانونية والتشريعات المحلية في سبيل تحقيق المكاسب المادية؛ وعدم وجود سياسية اجتماعية أخلاقية، والتي يمكن أن تشجع المقاولات على لزوم الأعمال المشمولة للقيم.

3.1.3 **على المستوى المالي**: ينحصر هدف بعض المقاولات خاصة الناشئة منها في تحقيق الأرباح ضمان الاستمرار ومكان في السوق فقط دون الأخذ بعين لاعتبار الجوانب الاجتماعية؛ كما أنه يسود هناك اعتقاد لدى المقاولين على أن الاهتمام للمسؤولية الاجتماعية يؤدي حتما إلى ضعف وانخفاض الأرباح المالية للمقاولات، كما يسجل هناك صعوبة التوفيق بين الربح كهدف أساسي بالنسبة للمقاولة وانفتاحها على المستوى الاجتماعي.

ومن بين الأسباب التي تعيق تفعيل المسؤولية الاجتماعية على الصعيد المحلي والاقليمي ضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، فقد تم صياغة العديد من التشريعات المتعلقة لمسؤولية الاجتماعية إلا أن تلك التشريعات تبقى غير ملزمة. كما أن قلة الاهتمام للمحاسبة على المسؤولية الاجتماعية من طرف المنظمات النقابية يعتبر سببا محورا في ضعف التزام المقاولة بالمسؤولية الطوعية، بحيث يبقى من أدوارها دفع المقاولات إلى القيام بالمسؤولية المجتمعية.

4. خاتمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية من القضايا الأساسية التي حظيت بأهمية كبيرة من قبل المؤسسات، بعد أن كان الجانب الاجتماعي يقتصر فقط على منظمات القطاع العام، ومع تغيير دور الدولة وفرض دورا اجتماعيا جديدا على القطاع الخاص لتعويض تضاؤل دور القطاع العام، اتسع نطاق تبني برامج المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات.

يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى واجب إدارات المنظمات القيام باتخاذ قرارات أو التصرف بطريقة تساهم بزيادة رفاهية المجتمع، إضافة إلى مصالح المنظمات. عندما نتحدث عن المسؤولية الاجتماعية فإننا لا نتحدث عن العمل الخيري، وإنما نتحدث عن العمل التنموي الذي يترك أثرا واضحا ومستداما على المجتمع. تلعب أنشطة المسؤولية الاجتماعية الممثلة في الأنشطة البيئية وبرامج التنمية المستدامة والمواطنة دورها في تحقيق العديد من الفوائد للمجتمع المحلي والشركات معا، والتي تتمثل في تقديم سلع ومنتجات صحية للمجتمع،

والمحافظة على بيئة نظيفة، خلق فرص عمل، وخلق علاقات جيدة مع المساهمين وغيرهم من أصحاب المصالح.

يؤدي نشاط المؤسسات وسعيها الدائم نحو تحقيق الأرباح والبقاء إلى تأثيرات سلبية على المجتمع والبيئة، لذا تسعى المؤسسات المسؤولة نحو لعب دور أكثر ايجابية في المجتمع والحد من الممارسات السلبية التي تمس البيئة.

تعتبر المقاولات النوع السائد في الاقتصاديات الحديثة نظرا لسهولة انشائها، ولأنها لا تتطلب امكانيات (مادية وبشرية ومالية) كبيرة، وحيث تعتبر مصدرا مهما لخلق القيمة واستيعاب اليد العاملة ومصدر للإبداع والافكار الجديدة والتكنولوجيا احيانا، وكونها جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تعيش فيه وجب عليها ان تكون فردا متفاعل ايجابيا مع بيئته، وهذا ما أدى إلى تبنيها المسؤولية الاجتماعية وظهور المقاولات المسؤولة اجتماعيا وبيئيا.

يتمحور تبني وتطبيق المسؤولية الاجتماعية والبيئية في المقاولات على مدى وعي واقتناع المقاول بها، ولهذا توجب على السلطات توعية واعلام المقاولين عن طريق عقد ندوات و دورات تدريبية لتوضيح أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية على مختلف الأطراف.

لكي تنجح في اداء دورها الاجتماعي والبيئي يجب على المقاول ان يتبنى فكرة المسؤولة الاجتماعية وان تكون ضمن اولوياته وان يسعى لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية للأطراف ذات المصلحة، وان يتحلى ويلتزم بأخلاقيات الأعمال.

ويرجع تدني التزام المقاولات بالمسؤولية الاجتماعية بالدرجة الأولى إلى ضعف الموارد المالية للمقاولات، وعدم التزام المقاول بتطبيق المسؤولية الاجتماعية لعدم قناعته غالبا بنتائجها الايجابية على استمرارية نشاط المقاولة.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

1. العامري صالح مهدي، طاهر منصور الغالبي. (2011). *الإدارة والأعمال* (الإصدار 3). عمان، الأردن: دار وائل.
2. الكسندر سكولنيكوف وجوش ليتشمان وجون سوليفان، ، ، التقرير رقم 410، ، (2004). *النموذج التجاري لمواطنة الشركات*. مركز المشروعات الدولية الخاصة.
3. حسين عبد المطلب الأسرج. (2014). *المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودوروها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية*. تم الاسترداد من http://mpra.ub.uni-muenchen.de/54977
4. سعيد اوكيل. (2018). *ريادة الأعمال او المقاولاتية –مقاربة شاملة وعملية*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
5. فريد فهمي زيارة. (2009). *وظائف منظمات الأعمال مدخل معاصر*. عمان: اليازوري.
6. منظمة العمل العربية، ، مؤتمر العمل العربي. (2018). البند الثامن المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص.، (صفحة 8). القاهرة.
7. مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة. (22 05, 2020). تم الاسترداد من https://www.wbcsd.org

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Aggarwal, A. (n.d.). Corporate governance social responsibility and business ethics. *journal of business and retail management research (JBRMR), 5*.
2. al, F. l. (2012, April 24). promoting sustainable development, the role of entrepreneurship. *education international small business journal*.
3. Bank, W. (2005). *Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania.* World Bank.
4. commission, E. (2002). European Smes And Social And Environmantal Responsibility. observatory of European SMEs.
5. Dalia petcu, v. g. (2011). corporate social responsibility- a conceptual approach. *the AMFITEATRU Economic journal, 13*(29),
6. Development, W. B. (1999). *Meeting changing expectations: Corporate social responsibility.* (WBCSD).
7. Eldorado, N. (2013). *le grand livre de l'entrepreneuriat.* Paris: Dunod.

8. Emmanuelle champion, g. c. (2005). de la responsabilité sociale a la citoyenneté corporative : l'entreprise privée et sa nécessaire quete de légitimé. *nouvelles pratiques sociales, 18*
9. Européennes, C. d. (2001). *livret vert promouvoir le cadre Européen pour la responsabilité social des entreprise.*
10. fayolle, A. (2013). *le étier de création d'entreprise.* paris: Edition l'organisation.
11. Mair J, M. I. (2004). Social Entrepreunership : What Are We Thinking About ? 6. Spain: IESE Business school, university of Navarra, aframework for future research working paper.
12. Paul sarango-Lalangin, J. l. (2018, Juin). The Development Of Sustainable Entrepreuenership- Research Feild. *sustainability revew,*.
13. responsibility, I. w. (2007, March). developing the future ISO26000 standard. 4.
14. Sarimah Hamim Aman Shah, A. M. (2010). Entrepreneurship. *2*, 9. Kuala Lampur,Malyasia: Oxford.
15. Siomy, M. (2007). développement des compétences des leadres en promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneurship :le ces de rendez-vous entrepreneuriat de la Francophone,. quebec: université Leval, thése pour l'obtention de philosophie doctorat.

أهمية الحوكمة و دورها في تفعيل نمو المؤسسات الناشئة، حالة المؤسسات الناشئة في الجزائر

The importance of governance and its role in the growth of start-ups, the case of start-ups in Algeria

ميلودي محمد كريم[1]، ميلودي نسيم [2] دحماني جلال الدين [3]

[1] مدرسة الدراسات العليا للتجارة، miloudi.karim@yahoo.fr

[2] مدرسة الدراسات العليا للتجارة ، nassim.miloudi@hotmail.fr

[3] مدرسة الدراسات العليا للتجارة، dahmanimessaoud1983@gmail.com

ملخص:

تستهدف هذه الدراسة في الكشف عن أهمية و دور الحوكمة في تفعيل نمو المؤسسات الناشئة،و هذا من خلال اعتمادنا في البداية عن الدراسات النظرية للحوكمة ، ثم الدراسة التطبيقية من خلال دراسة استقصائية أجريت لعينة تتكون من مجموعة من المؤسسات الناشئة جزائرية. و قد توصلنا من خلال هذا البحث الى أن الحوكمة تساهم في تطوير المؤسسات الناشئة و هذا من خلال التنسيق بين الجهات الفاعلة.

الكلمات المفتاحية: الحوكمة ، آليات الحوكمة ، الشركات الناشئة، النمو.

تصنيفات JEL : G3 ، P12

Abstract:

This study aims to study the governance mechanisms and their impact on the growth of start-ups, first by a theoretical reading, then by a survey of a sample made up of 13 Algerian start-ups. We have found that governance contributes to the development of start-ups, thanks to coordination between stakeholders

Keywords: Startups, Governance, Governance Mechanisms, Growth

Jel Codes: G3, P12

المؤلف المرسل: ميلودي محمد كريم، **الإيميل:** miloudi.karim@yahoo.fr

1.مقدمة:

يشهد العالم حاليا ثورة تكنولوجية خصوصا في مجال الذكاء الصناعي و الاتصالات، بحيث اتسمت هذه الثورة بأنها ثورة رقمية اعتمدت على الإلكترونيات وتكنولوجيا المعلومات، مما ساهمت في إحداث ثورة في النظام الاقتصادي الجديد مما أدى في تسارع ظاهرة العولمة، و التي مست جميع القطاعات بما فيها القطاع المؤسساتي باختلاف انواعه، لتتكيف المؤسسات مع المتطلبات الجديدة ليظهر نوع جديد من المؤسسات بما يسمى بالمؤسسات الناشئة و الصغيرة و التي تمثل المحرك الاول لاقتصاد الابتكار و المعرفة و الركيزة للنمو الاقتصادي في خلق فرص جديدة للعمل و زيادة الناتج الوطني المحلي.

و يتميز هذا النوع الجديد من المؤسسات بجاذبيتها في مجال ريادة الأعمال، سهلة الإنشاء ، المرونة و سهلة اتخاذ القرارات فيها، و هي مؤسسات مبتكرة تنشط في غالب الاحيان في مجال التكنولوجيات الحديثة. وأشار الباحثون في عدة دراسات على ان من بين اوجه عناصر الاختلاف بين المؤسسات الكلاسيكية و الناشئة تتمثل في درجة النمو الكبيرة لهذه الاخيرة و عدم تجانسها.

تواجه هذه المؤسسات الناشئة العديد من الصعوبات بسبب اعتمادها لأفكار مبتكرة في نشاطاتها التي تتميز بدرجة عالية من المخاطرة ، الأمر الذي يدفعهم للبحث عن آليات مناسبة من أجل إيجاد التمويل اللازم لتمويل مشاريعها.و للتغلب على العديد من العقبات التي تواجهها المؤسسات الناشئة، خاصة في بداية المشروع من حيث التمويل و الإدارة، يتم وضع نظام يرافق مسيرها من أجل دعمهم، مما يتطلب الأمر بوضع نموذج للحوكمة يتكيف مع توقعات مسيري المؤسسات الناشئة.

و من هذا المنطلق يمكننا طرح الإشكالية التالية: فيما تكمل أهمية الحوكمة و ما هو دورها في تفعيل نمو المؤسسات الناشئة، دراسة حالة عينة من المؤسسات الناشئة في الجزائر ؟

يتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي الى مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تستدعي الإجابة عليها وهي كمايلي:

- ماهية نظام الحوكمة و هل تختلف حوكمة المؤسسات الناشئة عن حوكمة المؤسسات الكلاسيكية؟
- فيما تكمل ميكانيزمات حوكمة المؤسسات الناشئة، و هل يتطلب وضع تلك الميكانيزمات وفق نهج يتوافق مع استاتيجية المؤسسة المتبناة من طرف مسيريها ؟

- هل تتطور ميكانيزمات حوكمة المؤسسات الناشئة بتطور و نمو تلك الاخيرة و ما مدى تأثيرها ؟

للإجابة على الأسئلة المطروحة ولمعالجة موضوع الدراسة تم اعتماد الفرضيات:

الفرضية الأولى تعتبر الحوكمة عامل أساسي في تطوير و نمو المؤسسات خاصة منها المؤسسات الناشئة و هذا من خلال وضع ميكانيزمات تتوافق مع متطلبات الاستراتيجية للمؤسسة و المتبنات من طرف مجلس الادارة.

الفرضية الثانية: تختلف ميكانيزمات حوكمة المؤسسات الناشئة و تتطور بتطور و نمو تلك المؤسسات لتتوافق مع نهج الاستراتيجي المخطط له من طرف مسيري المؤسسة.

الفرضية الثالثة تلعب المؤسسات الناشئة في الآونة الأخيرة أهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية إلا أن أهمية هذه المؤسسات ودورها في الاقتصاد الجزائري ما زال غير واضح المعالم.

مفهوم حوكمة المؤسسات الناشئة:

2. الأساس النظري للحوكمة:

اعتمادا على تعريف (Charreaux.GK، 1997, P1) ، الذي يعرف الحوكمة على أنها "مجموعة من الآليات التنظيمية التي لها التأثير في تحديد السلطات والتأثير على قرارات اصحاب المؤسسات، أو بعبارة أخرى ، من "يحكم" في تحديد مجال القرارات[1] . الهدف الرئيسي للحوكمة هو تعظيم خلق القيمة عن طريق الحد من تضارب الوكالات ، وهذا من خلال المراقبة. (Lakhal Faten، 2006, P69)[2] .

هناك مقاربتان للحوكمة ، مقاربة قسرية ومقاربة معرفية التي لها تأثير على نمو المؤسسة. (Tarillon.C , 2017, P13)[3]، فالمقاربة القسرية لها دور في تقديم التوجيهات و النصائح والدعم المالي للمسيرين، أما المقاربة المعرفية لها دور المراقبة والرصد اعتمادا على مجموعة من آليات الحوكمة. تم تطوير هاتين المقاربتين في نظرية الشركة على أساس النظريات التعاقدية ونظريات الموارد. يقدم الجدول أدناه ملخصا حول أسس نظريات الحوكمة و ارتباطهما بالمقاربتين القسرية و المعرفية:

الجدول 1 :" الاسس النظرية للحوكمة"

	نظريات الموارد	النظريات التعاقدية
نظريات الشركات	- نظرية الجهات الفاعلة - نظرية الموارد و المهارات - نظرية تطور المؤسسة	- نظرية حقوق الملكية - نظرية الوكيل - نظرية تكاليف المعاملات
نظريات الحوكمة	دور معرفي	دور قسري

Source : Elaborer par nous même suivant TARILLON.C, GRAZZINI.F, BOISSIN.JB, Gouvernances coercitive et cognitive : une lecture des représentations des dirigeants-fondateurs de start-up innovantes, P4, https://www.strategie-aims.com/events/conferences/24-xxiiieme-conference-de-l-aims/communications/3188-gouvernances-coercitive-et-cognitive-une-lecture-des-representations-des-dirigeants-fondateurs-de-start-up-innovantes/download

تستند النظريات التعاقدية للمؤسسة على ثلاثة نظريات أو مناهج: نظرية حقوق الملكية ، نظرية الوكالة و نظرية تكاليف المعاملات ، تهدف هذه النظريات إلى تحديد الشكل التنظيمي والهيكلي للمؤسسة الأكثر كفاءة مع مراعاة السياق المعلوماتي: (Chaudey.M 2011, P11). [4]

و تتمثل المقاربة القسرية لتلك النظريات في التركيز على الدور الصارم لنظام الحوكمة ، الذي تتمثل وظيفته الرئيسية في إدارة تضارب المصالح داخل المؤسسات التي تتميز بفصل المراقبة عن الملكية.

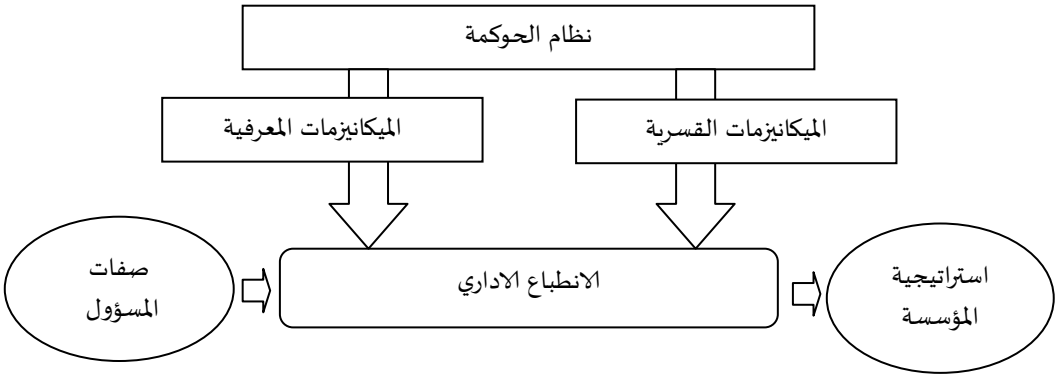
يؤكد مؤلفو هذا التيار القسري "على الدور التأديبي لنظام الحوكمة، الذي تتمثل وظيفته الرئيسية في إدارة تضارب المصالح في المنظمات التي تتميز بفصل المراقبة عن الملكية "، (Wirtz 2008, P7)[5]

أما بالنسبة للنظرية الثانية و التي تتمثل في نظريات الموارد فهي لديها هدف معرفي، تعتمد على ثلاثة نظريات ، وهي نظرية الجهات الفاعلة ، نظرية الموارد والمهارات و نظرية تطور المؤسسة ، وتستند هذه النظريات على المهارات، الموارد المالية و مؤهلات أعضائها ، و هي العوامل التي تحدد من خلالها أداء المؤسسة وميزتها التنافسية.

و الدور المعرفي لتلك النظرية يجعل من الممكن توسيع مجال تحليل الحوكمة ، والقول بأن "الحوكمة لم تعد موجودة فقط للحد السلطة التنفيذية للمسير ، بل يمكنها أيضا تحسينها و دعمه في تحديد وتنفيذ استراتيجيته .(Tarillon.C, F.Grazzini, Boissin.JB, P6) [6]

يختلف نظام الحوكمة في المؤسسات الناشئة وفقا لنمو و تطور هذه الاخيرة ، فإن آليات الحوكمة للمؤسسات الناشئة عند المراحل الاولى من إنشائها بحيث يمكن أن يكون صاحب المشروع هو المؤسس ،المسير والمساهم في نفس الوقت، الا أن تلك الاليات تتغير و تتطور بتطور المؤسسة. وبناءا على هذا الأساس اقترح، (Wirtz 2011) نموذج للحوكمة خاص بالمؤسسات الناشئة، و الذي يمكن توضيحه في الشكل التالي :

الشكل 1:" تطبيق نموذج الحوكمة الخاص بالمؤسسات الناشئة "



Source : Tarillon.C, Comment soutenir la croissance des start-up ?, 10ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, AEI DAKAR – 6,7 et 8 décembre 2017, IAE Grenoble, P8

نلاحظ من هذا النموذج أن نظام الحوكمة يحدده المسير على أساس رؤيتهم الإستراتيجية للمؤسسة و الذي من خلاله يحدد مسار النمو الذي يرغب في الوصول اليه. و من هذا المنطلق يمكننا القول بأن صفات مسير المؤسسات الناشئة يلعب عاملا محوريا في نمو و تطور المؤسسة الناشئة. [7] (Tarillon.C. 2017, P6).

تعتبر فكرة الحوكمة بالنسبة للمؤسسات الناشئة ضرورية. إن مسيري هذه المؤسسات لديهم بالفعل ملامح و صفات مختلفة تجاه النمو تتغير وجهة نظرهم من مسير الى اخر، هذا مما يدفعهم في انشاء هياكل حوكمة تختلف من مؤسسة الى اخرى، تتوافق مع النظرة الاستراتيجية لكل منهم. [8](Charreaux.G, 2008, P34)

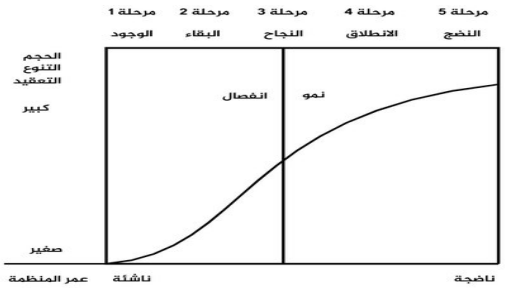
3. مراحل تطور حوكمة المؤسسات الناشئة:

لتحقيق النمو، تحتاج المؤسسات الناشئة إلى مصادر و موارد مختلفة، مالية كانت (P.Hayat، 2012, P9)[9] أو معرفية (Certhoux، 2007). يكون نمو المؤسسات الناشئة متبوعا بزيادة عدد

الجهات الفاعلة و تنوعهم، لا سيما المستثمرون و أصحاب رؤوس الاموال (Depret & Hamdouch، 2004).[10]

يمكننا تقسيم مراحل نموها الى خمسة مراحل ، بحيث تساهم الحوكمة في تسهيل تطورها و تنسيق أفضل بين الجهات الفاعلة ، مما يسمح بخلق القيمة وضمان استدامة المؤسسة بفضل آليات الحوكمة. وصمم الباحثون نموذج المراحل الخمس في الشكل التالي:

الشكل 2:" مراحل نمو المؤسسات الناشئة"

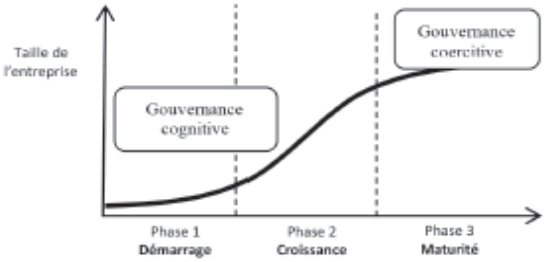


المصدر: فاطمة فارس، تعرف على المراحل الخمس لنمو الشركات الناشئة،/https://blog.mostaql.com/the_five_stages_of_startups_growth

من بين أهم الجهات الفاعلة في أنشطة المؤسسات الناشئة، نذكر: المسيرون، العمال، المساهمون، البنوك، العملاء، الموردون، المنافسون، السلطات العمومية و وسائل الإعلام.

تحتاج المؤسسات الناشئة في مراحلها الأولى عند النمو إلى توجيه معرفي لآليات الحوكمة ، و البحث عن المصادر المالية اللازمة لانطلاق المشروع، و يتم ذلك في البحث عن الشركاء و المساهمين من أجل الحصول على الدعم المعرفي، التأطيري و المالي لانطلاق المشروع. بعد بلوغها النضج عندما تكون للمؤسسة لديها موارد مالية كافية تتميز برأس مال أكثر انفتاحا يكون فيها عدد المساهمين مرتفعا ، يصبح دور الحوكمة قسريا متمثلا في الرقابة، و يعود هذا لصعوبة التحكم في التسيير و مراقبة اتخاذ القرارات من طرف هؤلاء المساهمين (Tarillon.C, 2017, P152).[11] و يمكن توضيح تطور حوكمة المؤسسات الناشئة في الشكل التالي:

الشكل 3:" تطور حوكمة المؤسسات الناشئة "



المصدر: Tarillon.C, Une vision élargie de la gouvernance au service de la croissance des entreprises innovantes, Revue internationale P.M.E, Volume 30, numéro 2, 2017, P153

ترتبط المقاربة المعرفية و القسرية للحوكمة بوضع بعض الآليات المخصصة لها، اعتمادا على بحوث (Wirtz، 2011) ، الذي قدم لنا ثلاث آليات أساسية للحوكمة المتعلقة بالمؤسسات الناشئة، و المتمثلة فيما يلي: مجلس الإدارة، لجنة الادارة و المساهمين، هذه الآليات الثلاثة لها تأثير كبير على نمو و تطور المؤسسات الناشئة.

تكمل مهام و مسؤوليات مجلس الادارة في ابداء الرأي و اعطاء النصائح فيما يتعلق بأداء المؤسسة من خلال منح خبرة و كفاءة اعضائها في خدمة المؤسسة، يكون هذا في بداية المهلة الاولى من نشاط المؤسسة، بعد ذلك ، تتطور هذه الإجراءات نحو مهام أخرى ليتعلق الامر برقابة اداء و قرارات مسيري المؤسسة.

تتولى اللجنة التوجيهية أو (لجنة الإدارة) دورا محوريا في نظام حوكمة المؤسسات الناشئة، يحظى ظهور هذه الهيأة داخل المؤسسة باهتمام كبير من قبل المستثمرين الذين يرغبون في المساهمة في رأس المال الشركة ، مفضلين المؤسسات الناشئة التي بها فريق إداري (لجنة الادارة) من عدم وجودها.

4. نموذج حوكمة المؤسسات الناشئة، دراسة حالة المؤسسات الناشئة بالجزائر:

و سنخصص في هذه الفقرة في دراسة تطبيقية لدراسة نموذج حوكمة المؤسسات الناشئة في الجزائر دراسة عينة من المؤسسات الناشئة، من خلال التطرق إلى الإطار المنهجي ، ثم تحليل معطيات الاستبيان للعينة ليتبعه عرض ومناقشة النتائج لنختم الفصل بمناقشة الفرضيات.

1.4 تقديم الدراسة:

للإجابة على الاشكالية المطروحة، قمنا بإعداد دليل مقابلة يتكون من ثلاثة محاور رئيسية ، لعينة تتكون من 13 مؤسسة ناشئة ، تم اختيارنا لطريقة أخذ العينات العشوائية.

2.4 منهجية البحث:

لقد اتبعنا المنهج الوصفي لما تقتضيه الدراسة قصد التشخيص ، الكشف و تحديد العلاقات بين العناصر المدروسة. اخترنا إجراء مقابلات فردية من النوع الشبه التوجيهي لجمع البيانات حول الموضوع. الهدف من عملنا هو دراسة اليات و ميكانيزمات الحوكمة حسب تصور المقاول الجزائري.

3.4 تحليل نتائج الاستبيان:

1.3.4 ورقة بيانات العينة المدروسة:

أ. **خصائص وتمثيلات مسيري المؤسسات الناشئة:**

- **متوسط عمر المسيرين للعينة المدروسة:**

متوسط عمر مسيري المؤسسات الناشئة للعينة المختبرة هو 38 سنة، نجد أن غالبية المستجوبين هم من الشباب لأن 95٪ من عمرهم أقل من 40 عاما. متكونة من 70٪ ذكور و 30 ٪ اناث.

- الشهادات و الكفاءات:

الجدول 2:" الشهادات و الكفاءات"

	%	العدد
الشهادات الجامعية	70%	9
شهادات التكوين المهني و الشهادات الاخرى	30%	4
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

أغلب المستجوبين يحملون شهادات جامعية بنسبة 70٪ من العينة المدروسة، والباقي أي نسبة 30٪ لديهم شهادات تكوين مهني أو طلاب جامعيين لم ينهوا دراستهم بعد.

ب. خصائص المؤسسات الناشئة للعينة المدروسة:

الجدول 3: "المؤسسات للعينة المدروسة"

الرقم الاعمال	%	العدد
رقم أعمال يفوق 1 مليون دج	54%	7
رقم أعمال أقل من 1 مليون دج	46%	6
المجموع	100%	13

الجدول 4: "عدد العمال للعينة المدروسة"

عدد العمال	%	العدد
يفوق 5	62%	8
أقل من 5	38%	5
المجموع	100%	13

الجدول 5: "الشكل القانوني للمؤسسات المدروسة"

الوضع القانوني للمؤسسة	%	العدد
شركات الاشخاص	0%	0
شركات الراس المال	23%	3
الشركات المختلطة	77%	10
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

نلاحظ من خلال هذه المعطيات أن 54٪ من المؤسسات الناشئة للعينة المدروسة يفوق رقم أعمالها واحد مليون دينار جزائري، فهي مؤسسات وصلت الى مرحلة النضج، فمنهم من تجاوز حجم مبيعاتها مليون دينار جزائري، و 62٪ عدد موظفيها يتعدى 5 موظفين.

أما بالنسبة للأشكال القانونية التي اختارتها المؤسسات الناشئة للعينة المدروسة، 77 ٪ منها تمثلت في الشركات المختلطة أيSARL أو EURL ، و يرجع هذا الاختيار إلى المزايا التي يمنحها هذا النوع القانوني للمؤسسات كالمزايا الضريبية و غيرها.

ب. مساهمة الجهات الفاعلة:

اعتمادا على الجانب النظري، سنقوم في هذه الفقرة بدراسة مدى مساهمة الجهات الفاعلة و تأثيرها على المؤسسات الناشئة.

السؤال الاول: تأثير الموردين على قرارت التسيير داخل المؤسسات الناشئة للعينة المدروسة

الجدول 6:" تأثير الموردين "

مساهمة الموردين	%	العدد
مهم	39%	5
منخفض	61%	8
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

يرى 61٪ ممن أجريت معهم المقابلات أن للموردين لهم تأثيرا ضعيفا على إدارة المؤسسة ، وهذا ما يفسره طبيعة أنشطت تلك المؤسسات التي تعمل معظمها في مجال الخدمات، و يعتقد 39٪ منهم أن لدى الموردين تأثير كبير في صنع القرار و التأثير عليها داخل المؤسسة، و تنشط هذه المؤسسات في مجال التجارة الإلكترونية.

السؤال الثاني: تأثير العملاء على قرارت التسيير داخل المؤسسة للعينة المدروسة

الجدول 7: "تأثير العملاء"

تأثير العملاء	%	العدد
مهم	77%	10
منخفض	23%	3
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

يعتبر الجزء الأكبر من المقابلات التي أجريناها أي 77٪ منهم أن العملاء لديهم تأثير على قرار المؤسسة، باعتبار أن هذه المؤسسات تنشط في مجال تجارة السلع و الخدمات والتي لها علاقة مباشرة مع الزبون و هي في مراحلها الاولى من النشاط. من ناحية أخرى ،و الباقي 23٪ من المقابلات لا تولي أهمية كبيرة للعملاء ، فهذه المؤسسات وصلت الى مرحلت النضج باعتبار أن مصادر ايراداتها تتعدى مصادر الايرادات المتأتية من العملاء.

السؤال الثالث: مساهمة موظفي المؤسسات الناشئة للعينة المدروسة في اتخاذ قرارات الاستراتيجية للمؤسسة.

الجدول 8: "مساهمة الموظفين"

مساهمة الموظفين	%	العدد
نعم	70%	9
لا	30%	4
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

يعتقد 70٪ ممن أجريت معهم المقابلات أن الموظفين لهم دور مهم في ادارة المؤسسة و يجب مشاركتهم معتمدينا على ما يسمى بالإدارة التعاونية، وهذا ما تتميز به تلك المؤسسات عن المؤسسات الاخرى ، من ناحية أخرى 30٪ من المستجوبين يضنون عكس ذلك باعتبار أنه لا مجال لمساهمة الموظفين في ادارة المؤسسة.

السؤال الرابع: الرغبة في تأسيس علاقة تعاون مع مختبرات البحث كحاضنة للمؤسسات الناشئة.

الجدول 9:" مشاركة الحاضنات"

مشاركة الحاضنات	%	العدد
مرغوب فيه	30%	4
ضروري	16%	2
ليس ضروريا	54%	7
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

يعتقد 46٪ ممن أجريت معهم المقابلات أن التعاون مع مخابر الأبحاث و الحاضنات ليس ضرورية ، فهذه المؤسسات هي مؤسسات ناضجة. أما بقية المستجوبين أي 54٪ منهم يولون اهتماما كبير لهذا التعاون ، 30٪ منهم لا يريدون لتلك الجهات الفاعلة أن تكون لها تأثير على ادارة المؤسسة.

السؤال الخامس: تأثير للبنك على القرارات الداخلية للمؤسسات الناشئة للعينة المدروسة.

الجدول 10:" تأثير المؤسسات المصرفية"

تأثير المؤسسات المصرفية	%	العدد
نعم	85%	11
لا	15%	2
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

85٪ من من أجريت معهم المقابلات اعتبروا أن البنك لا يملك سلطة اتخاذ القرار عليهم ، فهي مؤسسات مالية مانحة للقروض فقط. أما بالنسبة لبقية المستجوبين، يعتقدون عكس ذلك، وهي متمثلة في مؤسسات حديثة النشأة، التي استفادت معظمها من برنامج أجهزة و دعم تشغيل الشباب ENSEJ.

السؤال السادس: اتاحة القروض المصرفية للمؤسسات الناشئة و المتعلقة بالعينة المدروسة

الجدول 11: "القروض المصرفية"

القروض المصرفية	%	العدد
نعم	93%	12
لا	7%	1
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

ذكر معظم مسيري المؤسسات الناشئة للعينة المدروسة انهم وجدوا صعوبة في الحصول على التمويل المصرفي خاصة التمويل التقليدي ، و هذا يعود إلى نقص في النصوص القانونية و المعايير المحددة و عدم مطابقتها لهذا النوع من المؤسسات.

السؤال السابع: آليات تمويل أخرى للمؤسسات الناشئة خارج التمويل التقليجي للمصارف

الجدول 12: "آليات تمويل"

آليات تمويل	%	العدد
نعم	0%	0
لا	100%	13
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

ذكر كل المستجوبين عن عدم وجود آليات تمويل خارج التمويل التقليدي.

السؤال الثامن: اللجوء لفتح رأس مال المؤسسة للمساهمين

الجدول 13:" فتح رأس المال المؤسسة"

فتح رأس مال المؤسسة	%	العدد
نعم	77%	10
لا	23%	3
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

77 ٪ من المسيرين الذين تمت مقابلتهم يلجؤون لفتح رأس مال مؤسساتهم اتجاه المستثمرين الاخرين، كمصدر هام للتمويل و لها مزايا أخرى تتمثل في التوجيه و الارشاد. تبقى نسبة 23٪ منهم لا يريدون فتح رأس مال مؤسساتهم خوفا من فقدان القدرة على السيطرة عليها ومراقبتها.

السؤال التاسع: مشاركة المستثمرين في قرارات المؤسسات الناشئة للعينة المدروسة

الجدول 14: "مشاركة المستثمرين"

مشاركة المستثمرين	%	العدد
نعم	61%	9
لا	38%	4
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

61٪ من العينة الذين تم استجوابهم ذكروا أنهم ليس لهم مانع في مشاركة المساهمين في قرارات مؤسساتهم، فمن الطبيعي بالنسبة لهم أن يشارك المستثمر في قرارات المؤسسة، باعتباره المساهم المالي لها. أما بالنسبة للبقة المستجوبة أي 38٪ لا يتصورون فتح رأس مال المؤسسة لأطراف اخرى.

ج. تطور ميكانيزمات حوكمة المؤسسات الناشئة:

في هذا الجزء ، سوف نتطرق لدراسة آليات و ميكانيزمات حوكمة المؤسسات الناشئة وتطورها الذي يرتبط بعمر المؤسسة و شكلها القانوني .

السؤال العاشر: الهيكل القانوني الانسب للمؤسسات الناشئة.

الجدول 15:" الشكل القانوني للمؤسسة"

الشكل القانوني للمؤسسة	%	العدد
شركات الاشخاص SNC, SCS ...ets	0%	0
شركات الاموال SPA, SA...etc	31%	4
الشركات المختلطة EURL, SARL...etc	69%	9
المجموع	100%	13

المصدر: من اعداد الباحثين

69٪ من المسيرين الذين تم استجوابهم اختاروا الشكل القانوني للمؤسسات المختلطة ، ويعود هذا الاختيار إلى المزايا المذكورة سالفا ، و 31٪ كان التوجه القانوني متمثل في شكل شركات الاموال ، ويعود هذا الاختيار إلى الرؤية الاستراتيجية للمؤسسة.

السؤال الحادي عشر: الهيات الادارية المشكلة داخل المؤسسات الناشئة.

الجدول 16:" ميكانيزمات الحوكمة"

	%	العدد
لجنة الادارة	85%	11
الهيأة الاستراتيجية	0%	0
مجلس الادارة	54%	7
الهيات الاخرى	1%	1

المصدر: من اعداد الباحثين

معظم المؤسسات التي خضعت للدراسة،أي 85٪ منها لديها لجان إدارية ، يبدو أن المديرين يعلقون أهمية على هذه الهيئة ، و 54٪ لديهم مجالس إدارة ، وتتكون هذه الهيئة وفقا لهيكل ملكية المؤسسة Structure de propriété.

2.3.4 تحليل النتائج و البيانات:

يمكننا عرض النتائج التي تم الحصول عليها من خلال المقابلات المختلفة مع العديد من مديري المؤسسات الناشئة على النحو التالي:

- لا تعمل المؤسسة الناشئة بنفس الطريقة التي تعمل بها المؤسسات الكلاسيكية ؛

-مساهمة الجهات الفاعلة يختلف تأثيرها من مؤسسة لأخرى، وتختلف المشاركة حسب عمر وهيكل الملكية la structure de propriété للمؤسسة الناشئة. تحتاج المؤسسة الناشئة عند نشأتها أو في مرحلها الأولى من النمو إلى مقاربة معرفية، بعد بلوغها مرحلة النضج، يصبح دور الجهات الفاعلة قسريا و هذا ما تم ذكره في الجانب النظري؛

-يختلف تطور آليات الحوكمة للمؤسسات الناشئة حسب العمر و هيكل الملكية structure de propriété لهذه الاخيرة ؛

-المؤسسات الناشئة في الجزائر تجد صعوبة في الحصول على تمويل تقليدي يتلائم مع نشاط المؤسسة،

-تلعب صفات مسير المؤسسات الناشئة عاملا محوريا في نمو و تطور المؤسسة من خلال اختيار ميكانيزمات الحوكمة الملائمة، انطلاقا من رؤيته الاستراتيجية.

5. الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة قمنا بالتسليط الضوء على دور الحوكمة كآلية لدعم نمو المؤسسات الناشئة ، حالة المؤسسات الناشئة الجزائرية. كنا مهتمين في البداية بدراسة خصائص و مميزات المؤسسات الناشئة و التي تختلف عن المؤسسات الكلاسيكية، فقد اكدت الدراسات السابقة كما ذكرنا، على أن مسار نمو هذه المؤسسات مقارنة بالمؤسسات التقليدية تتسم بعدم التجانس ، الأمر الذي يتطلب نموذج للحوكمة مناسب لها.

يتطلب تحليل هيكل حوكمة المؤسسات الناشئة من الجانب النظري، دراسة المقاربتين للحوكمة: المقاربة القسرية والمقاربة المعرفية ، وهذا بتطبيق نموذج حوكمة (Wirtz2011) .

اعتمادا على تلك الميكانيزمات، تسهل للحوكمة من تطوير المؤسسات الناشئة للسيطرة بشكل أفضل من خلال التنسيق والتحكم في الجهات الفاعلة. فنمو المؤسسة تتبع المقاربة المعرفية في مراحلها الاولى من النشاط و المتمثلة في البحث عن المصادر المالية و المعرفية لتنتقل بعد ذلك الى المقاربة القسرية التي تهدف الى الرقابة.

اعتمادا على الدراسة التطبيقية، قمنا بالتوصل الى أن نظام الحوكمة في المؤسسات الناشئة في الجزائر تعتمد على النظرة المعرفية في بداية نشاطها ثم النظرة القسرية عند تطورها.

بناءا على نتائج البحث التي تم التوصل اليها في هذه الدراسة يمكننا تقديم بعض التوصيات و الاقتراحات التالية:

-إنشاء اليات و وسائل تمويل مخصصة للمؤسسات الناشئة ؛

-إشراك مختلف الهيات و البرامج المتعلقة بأنشطة دعم الشباب ANSEJ، CNAC وANGEM ، في دعم المؤسسات الناشئة و ومرافقتها ، وذلك من خلال إنشاء ملاحق تابعة لها تتكيف مع نوع أنشطتها،

-إنشاء إطار قانوني محدد للمؤسسات الناشئة،

-تقديم تكوين لمسيري و أصحاب المؤسسات الناشئة متعلقة بتقنيات الإدارة المختلفة .

المراجع :

[1] Charreaux.G, Le gouvernement des entreprises- théories et faits, Edition Economica 1997,

[2] Lakhal Faten, Les mécanismes de gouvernement d'entreprise et la publication volontaire des résultats en France, 2006, https://www.cairn.info/revue-comptabilite-controle-audit-2006-2-page-69.htm#

[3] Tarillon Caroline, Une vision élargie de la gouvernance au service de la croissance des entreprises innovantes, Revue internationale P.M.E., Volume 30, numéro 2, 2017, https://www.erudit.org/fr/revues/ipme/2017-v30-n2-ipme03119/1040459ar.pdf

[4] Chaudey.M, L'approche contractuelle de la firme, http://ses.ens-lyon.fr/articles/1-l-approche-contractuelle-de-la-firme-137671

[5]Wirtz.P, Les firmes entrepreneuriales en croissance ont-elles un système de gouvernance spécifique ? https://www.researchgate.net/profile/Peter_Wirtz2/publication/4799833_Les_firmes_entrepreneuriales_en_croissance_ontelles_un_systeme_de_gouvernance_specifique/links/5cacaaaca6fdccfa0e7c0c9d/Les-firmes-entrepreneuriales-en-croissance-ont-elles-un-systeme-de-gouvernance-specifique.pdf

[6]Tarillon.C, F.Grazzini, Boissin.JB, Gouvernances coercitive et cognitive : une lecture des représentations des dirigeants-fondateurs de start-up innovantes, https://www.strategie-aims.com/events/conferences/24-xxiiieme-conference-de aims/communications/3188-gouvernances-coercitive-et-cognitive-une-lecture-des representations-des-dirigeants-fondateurs-de-start-up-innovantes/download

[7]Tarillon.C, Comment soutenir la croissance des start-up ? Une analyse au travers des représentations des dirigeants en matière de croissance et de gouvernance, 10ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, AEI Dakar – 6,7 et 8 décembe 2017,

[8] Charreaux.G, A la recherche du lien perdu entre caractéristiques des dirigeants et performance de la firme : gouvernance et latitude managériale, Economies et Sociétés,2008, https://www.researchgate.net/publication/4794189

[9] Hayat.P, Pour un new deal entrepreneurial, Rapport de mission pour ministre délégué chargé des PME, 2012, https://www.yumpu.com/fr/document/read/2057200/rapport-entrepreneuriat-hayat

[10] Depret M, Hamdouch A, La gouvernance des jeunes entreprises innovantes : un éclairage analytique à partir du cas des sociétés de biotechnologies, https://www.researchgate.net/publication/4875042_La_gouvernance_des_jeunes_entreprises_innovantes_Un_eclairage_analytique_a_partir_du_cas_des_societes_de_biotechnologies

[11]Tarillo.C, Une vision élargie de la gouvernance au service de la croissance des entreprises innovantes, Revue internationale P.M.E, Volume 30, numéro 2, 2017.

فاعلية تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية ودورها في استمرارية المؤسسات الناشئة وتطويرها

قراءة سوسيولوجية تحليلية

The effectiveness of implementing social responsibility programs and their role in the continuity and development of start-up institutions

د. زوينة بوساق جامعة المسيلة، zouinaboussag@gmail.cm

ملخص:

هدف هذا المقال إلى تحديد أساليب وبرامج المسؤولية الاجتماعية وتبيان فاعليتها نجاعتها لأصحاب المؤسسات الناشئة خاصة إذا ما تم تطبيقها على أرض الواقع وذلك من أجل ضمان البقاء والاستمرارية والتطوير لهذه المؤسسات، الآمر الذي يضمن في نهاية المطاف تحقيق التوافق بين أهداف التنمية المستدامة من ناحية وتحقيق الأهداف التنظيمية من جهة أخرى، كما سيتم الكشف عن الإمكانيات المتوفرة في كل من صاحب المؤسسة الناشئة والمؤسسات الحكومية الداعمة لها بغية تقييم هذه المؤسسات حديثة النشأة والتكوين من قدرتها على الوصول إلى تحقيق التنمية الشاملة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الإجتماعية، المؤسسات الناشئة، برامج المسؤولية الإجتماعية

Abstract:

The aim of this article is to define the methods and programs of social responsibility and to demonstrate their effectiveness and effectiveness for owners of start-up institutions, especially if they are applied on the ground in order to ensure the survival, continuity and development. where ultimately guarantees the achievement of compatibility between the goals of sustainable development on the one hand and achieving organizational goals On the other hand.

The capabilities available in both the owner of the start-up institution and the governmental institutions that support it will be disclosed in order to evaluate these newly established and formed institutions from their ability to achieve comprehensive development.

Keywords: social responsibility, start-up, social responsibility programs

المؤلف: د. زوينة بوساق، الإيميل: zouinaboussag@gmail.cm

1. المقدمة:

يعتبر تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية من بين الخطوات الفعالة في نجاح المؤسسات والشركات واستمراريتها وكذا فاعليتها في تحقيق التوازن بين الأهداف التنظيمية والمجتمعية على السواء، الأمر الذي يجعل من أصحاب الشركات ضرورة انتهاج هذه المبادرة كأسلوب فعال في عملية التخطيط وإعداد سياسات المؤسسة وأهدافها، إذا فالمسؤولية الاجتماعية وإن شكلت جزءاً مهما من اهتمام الباحثين في مجال العلوم الإجتماعية والتربوية والنفسية فهي تشكل في الوقت الراهن جزءا محوريا في مجال العلوم الاقتصادية نظرا للأهمية التي تكتسيها في مجال الحياة الاجتماعية والاقتصادية للأفراد، بحيث تقاس قيمة الفرد وفاعليته بقدر ما يتحمله من مسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي إليه. بحيث تشير المسؤولية بشكل عام إلى إقرار الفرد بما يصدر عنه من أفعال وأقوال واستعداد لتحمل نتائج هذه الأفعال، إذا فهي القدرة بالالتزام أولاً، ثم الوفاء بالتزاماته باستخدام جهوده الخاصة وإرادته الحرة .

لذا فإن معرفة الدور الاجتماعي والاقتصادي الذي يلعبه الشباب أصحاب المؤسسات الناشئة قد ينعكس في مسؤوليته الاجتماعية اتجاه تحقيق أهدافه الخاصة وتفاعلاته مع المحيط الاجتماعي من شركاء وعملاء وزبائن وكذا مؤسسات داعمة ومرافقة لهذه المشاريع الفتية الناشئة.

1.1. إشكالية الدراسة:

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم التي تدخل ضمن المخططات التنموية لما لها من أهمية بالغة في عملية إحداث تغيير إيجابي في تسريع عملية التنمية وتطويرها بالشكل المطلوب من طرف المنظمات الحكومية التي تعمل على تحقيق التنمية الإنسانية في المجتمعات، الأمر الذي يعزز من إرادة الباحثين في الآونة الأخيرة من الاهتمام بتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية في الشركات والمؤسسات الحكومية ولا سيما اعتمادها في الوقت الراهن في المؤسسات الناشئة كدافع قوي يضمن استمرارية هذه المؤسسات خاصة إذا ما تم تطبيق برامجها بفعالية وكفاءة.

ونظرا لهذه الأهمية التي تكتسيها المسؤولية الاجتماعية وإدراج برامجها وأبعادها في عملية تسيير وتنظيم المؤسسات الناشئة وعلاقاتها التنظيمية والاجتماعية، جعل من أصحاب هذه

المؤسسات يتجهون نحو ضرورة التحلي بقيم المواطنة والولاء وتطبيق العدالة الاجتماعية وانتهاج سلوكات عقلانية في عملية صنع الخيارات واتخاذ القرارات المصيرية المتعلقة بالأهداف التنموية والمجتمعية على السواء، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال تحمل أصحاب المؤسسات الناشئة لمسؤوليتهم والتزاماتهم اتجاه المنافسين والسوق والعملاء والمستهلكين وشبكة العلاقات ذات البعد الإنساني والخدمي لإفراد المجتمعات، لأن هذه الأخيرة بحاجة إلى أصحاب عمل مسؤولين اجتماعياً.

وما تؤكده الدراسات والبحوث أن المؤسسات الناشئة في الوقت الراهن أصبحت تسعى جاهدة في إرساء وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية في تعاملاتها وعلاقاتها مع شركائها ومستهلكيها ومع مؤسسات الدولة التنموية وفي المقابل تسعى أيضا إلى تحقيق انجازات هائلة وذات جودة وفعالية على مستوى نشاطها، مما قد ينعكس إيجابا على إدراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يعد من أبرز أولويات المجتمعات المتقدمة.

وبناء على هذا يحاول الباحثان الوقوف على حقيقة هذا المفهوم عند أصحاب هاته المؤسسات الناشئة وما تمثله لديهم فيما يتعلق بالالتزام في تعاملاتهم مع شركائهم وعلاقاتهم في البيئة الخارجية وما ينجر وراءها كتحديدها كخيار مهم يتم من خلاله تحقيق بعض الأهداف الجزئية مثل الحفاظ على البقاء والاستمرارية لهذه المؤسسات.

2.1. أهداف الدراسة:

- تجسيد اهتمام الحكومة بالشباب وتعزيز مساهماتهم في مسيرة التنمية التي تسهر على تحقيقها الدول النامية و بعض الدول العربية كالسعودية والجزائر من خلال معرفة الفرص المتاحة ومدى استغلالها، والتحديات القائمة أمام تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الناشئة لإسهامها في عملية التنمية المستدامة.

- رصد نموذج يوضح بعض المعالم الأساسية في ضمان استمرارية المؤسسات الناشئة للشباب الجزائري المقاول.

- رصد بعض المشكلات والتحديات التي تواجه الشباب المقاول الجزائري حاليا في مؤسساتهم الناشئة.

3.1. أهمية الدراسة:

لقد اقتصرت دراستنا هذه على التركيز على أهم شريحة في المجتمع وهي فئة معينة من الشباب المقاول، نظرا لأهمية هذه الفئة في تطوير التنمية الاقتصادية وتنويع المنتجات المحلية في البلد وإلى الدور الايجابي الذي تلعبه في عملية التغيير في المجتمع من خلال مأسستهم للمؤسسات الناشئة الصغيرة المدرة للدخل وتقليص البطالة ومنع حدوث تفشي ظاهرة الفقر في المجتمع، كما يعتبر الشباب من بين الأشخاص الفاعلين والمبدعين لخدمة طموحاتهم وأهداف المجتمع في مجال التطوير والتحديث و تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

2. الاطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والدراسات السابقة:

1.2. المسؤولية الاجتماعية المفهوم والنشأة:

1.1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

حدد الاتحاد الأوروبي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال على انه "سلوك تقوم على أساسه الشركات بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها. وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل طوعي".

- وتعني المسؤولية الاجتماعية بحسب البنك الدولي: التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة وبدوافع ذاتية في التنمية المستدامة من خلال العمل مع مكونات المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بما يخدم الاقتصاد والتنمية معا. (رسلان خضور:2011،ص6)

- كما تعرف المسؤولية الاجتماعية: على أن يكون البعد الاجتماعي والأخلاقي إلى جانب البعد الاقتصادي وتحقيق نمو في الأرباح والعوائد هو المحدد لسلوك قطاع الأعمال من خلال التزامه الدائم بمتطلبات التنمية المجتمعية وتحسين نوعية ومستوى وظروف الحياة لأفراد المجتمع. (رسلان خضور: المرجع نفسه،2011، ص4)

– المفهوم الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

تعني المسؤولية الاجتماعية أن المنشأة يجب أن لا تكتفي باستغلال الموارد المتاحة لها بما يخدم أهدافها الاقتصادية، بل إن مسؤوليتها تمتد إلى مواجهة المتطلبات الاجتماعية أيضا مثل اكتساب ثقة الجمهور ورضا المستهلك هذا من ناحية وضرورة أن تساهم المنشأة في تحقيق رفاهية المجتمع عن طريق تحسين الظروف البيئة وتحقيق التنمية الاقتصادية من ناحية

أخرى، علاوة على ذلك فإن رعاية شؤون العاملين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية لهم والاستقرار النفسي سيجعل منهم أكثر إنتاجية.

– المفهوم القانوني للمسؤولية الاجتماعية للشركات: يتحدد معنى المسؤولية الاجتماعية للشركات من ناحية قانونية في مجالين إثنين يمكن توضيحهما في الآتي:

– الرأي الأول: يعرف أصحاب الرأي الأول المسؤولية الاجتماعية على أنها:" الأنشطة التي تقوم الشركة بتنفيذها اختياريا."

– الرأي الثاني:يرى أصحاب هذا الرأي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل كل الأنشطة ذات الطابع الاجتماعي."

– المفهوم الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية: تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات المفتاح للمساهمة في التماسك الاجتماعي والقضاء على الفقر وبث عناصر الفعالية والمنافسة ووفقا لهذا المفهوم يمكن للقطاع الخاص أن يساعد على تشجيع الإبداع والفعالية والمرونة والمصادر التمويلية.ولعل ها يساهم في القيمة المضافة عن طريق استخدام استراتجيات متجددة.(مركز مراس للاستشارات الإدارية: 2010، ص12-13)

وقد عرفها كوف 1952 بأنها: شعور الفرد بواجبه الاجتماعي تجاه نفسه ومن يعيش معهم من أبناء مجتمعه، وتتحدد هذه المسؤولية بمقدار استعداده بالإقرار بنتائج تصرفاته أمام جماعته، وإدراكه لما يترتب على أعماله من عواقب."

ووصفتها السهيلي (2009) بأنها: شعور الفرد بمسؤولياته تجاه الجماعة التي ينتمي إليها، والتزامه بها، بما يتعايش مع قيم وتقاليد مجتمعه، ومشاركته في فهم مشكلاتهم، وأن هذه المسؤولية تتناول الاهتمام والفهم والمشاركة.

(ثريا عبد الحميد سلامة ، ثائر أحمد غباري : 2016، ص 32)

2.1.2. نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية للشركات:

لقد مر تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بعدة مراحل أساسية والتي تزامنت مع بروز الثورة الصناعية وارتبطت بالعصر الحديث بالحربين العالميتين الأولى والثانية والكساد الكبير في

الثلاثينيات من القرن العشرين وفي الوقت الراهن بظهور العولمة وغيرها...وفيما يلي شرح موجز لكل مرحلة.

- مرحلة الثورة الصناعية: حيث تميزت بعدة مظاهر من أهمها:

- غياب الاهتمام بأفكار المسؤولية الاجتماعية لرجال الاعمال.
- سيادة مبدأ الحرية الاقتصادية والذي طرحة كل من العالم "آدم سميث" و" دافيد ريكاردو" ومضمونه عدم تدخل الدولة في تنظيم الاقتصاد وأن تمنح القوة لرجال المال والأعمال لتنظيم أنفسهم بأنفسهم دون أي تدخل منها.(مركز مراس للإستشارات الادارية: مرجع سابق، ص16)

3.1.2. أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات:

هناك عدة أهداف للمسؤولية الاجتماعية بعضها نظرية و أخرى عملية يمكن ايجازها من وجهة نظر الباحثة كما يلي:

يعتبر الإنسان العنصر الأساسي في عملية التنمية، إذ يعد غيابه مشكلة بحد ذاتها تتسبب في حدوث خلل على مستوى عجلة التنمية ومحركاتها في تحقيق الأهداف التنموية، الآمر الذي يجعل من وجوده ككائن اجتماعي ضرورة ملحة لقيام واستمرارية العديد من الأنشطة والبرامج التنموية، نظرا لأنه من بين العناصر التي تؤثر وتتأثر بالمحيط الاجتماعي والاقتصادي والبيئي، هذا ما يدل على أن العنصر البشري له مسؤولية اجتماعية مزدوجة تتم على مستوى مرحلتين:

المرحلة الأولى: تتم على مستواه الشخصي من خلال الدور الاجتماعي الذي يلعبه اتجاه مسؤوليته الشخصية ونشاطاته المجتمعية مثل الاهتمام بإنشاء مشروع معين والعمل على الحفاظ على استمراريته وديمومته وتطويره.

المرحلة الثانية: تكون على مستوى محيطه الاجتماعي والاقتصادي مثل قدرته على استغلال الفرص الاجتماعية والاقتصادية المتاحة في بيئته مثل فرص التعليم والتدريب والتكوين وتوفر القدرة على الحصول على الموارد الاقتصادية واتخاذ قرارات مناسبة في عملية التصرف بتلك الموارد الأمر الذي يجعل من هذا العنصر يحدث توازن بين الحياة الشخصية و متطلبات البيئة الاجتماعية والاقتصادية.

2.2. الدراسة السابقة:

هدفت دراسة"طارق امطيرة وآخرون" حول الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية التحديات وسبل التقدم 2007 بالشركات السعودية إلى الكشف عن أبرز التحديات والفرص التي تواجه المسؤولية الاجتماعية للشركات في أن تلعب دورا فاعلا من اجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة.

تركز الدراسة على الحاجة إلى استخدام أطر وأفكار جديدة لمساعدة الشركات على تحديد الأولويات، ومعالجة المسائل الاجتماعية والبيئية الأكثر أهمية، وتحديد المجالات التي يملك القطاع الخاص فيها تأثير اكبر.

كما تبحث عن الإجابة للتساؤل الرئيسي التالي: كيف يكون دور الحكومة في دعم المسؤولية الاجتماعية ؟كما شملت الدراسة عينة اكبر تقدر بـ 100 شركة سعودية، ثم تم استكمال الدراسة بمقابلات معمقة مع المدراء التنفيذيين لـ 32 شركة تمثل 08 قطاعات مختلفة.

و الأخير تشير نتائج الدراسة إلى أن الي حقيقة مفادها أن الشركات السعودية تملك مساهمات في المسؤولية الاجتماعية أكثر مما تنشره وسائل الإعلام المختلفة، وأن الانطباع السائد بأن الشركات السعودية لا تقوم بدورها في المسؤولية الاجتماعية، يعود الي عدم نشر الشركات لكثير من مساهماتها الاجتماعية وبالتالي عدم وصول تلك المعلومات التي التصنيفات العالمية المهتمة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، كما تكشف النتائج أيضا أن دوافع المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال السعودي مرتبطة باهتمام رجال الإعمال بواقع التنمية المحلي وأخلاقياتهم ، أكثر من ارتباطها بإستراتيجية العمل. (طارق امطيرة وآخرون: 2007.)

كما كشفت دراسة:"(بوالشعور شريفة :2018)

عن الدور الذي تلعبه حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة، من خلال محاولة الاجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو دور حاضنات الأعمال في إطلاق ودعم المشاريع الناشئة؟.

وقد راجت فكرة حاضنات الأعمال كثيرا بالنظر إلى دورها البارز في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والناشئة واستدامتها، من خلال تقديم مختلف الخدمات على غرار الوصول

للبنى التحتية، تسويق، دعم مالي وشبكي...الخ، وهو ما أدى إلى إحداث آثار ايجابية على الاقتصاد المحلي للدول المتقدمة.

وعلى ما يبدو فإن كل من فكرة حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة في البلدان النامية بما فيها الجزائر تواجه عددا من التحديات تتعلق بالاستدامة والإبداع. إذ لا تزال بعيدة عن مراحل متقدمة بلغتها بعض الدول.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-تعمل حاضنة الأعمال على احتضان المشاريع بين مرحلة بدء النشاط ومرحلة النمو لمنشآت الأعمال، و دعم المقاولين الجدد ومساعدتهم على إطلاق مشروعات ناشئة start-up وعليه تعمل حاضنة الأعمال على تزويد، المقاولين بمختلف الأدوات اللازمة لنجاح المشروع (تدريب، تخطيط، تمويل، تسويق...)، وهو الأمر الذي يجعل من حاضنة الأعمال أداة مفيدة لتهيأ مناخ أكثر ريادة وذلك للحد من معدل الفشل في الأعمال التجارية الناشئة.

-مازالت الجزائر تعاني من نقص الأعمال الرائدة أو مقاولاتية حقيقية، حيث أن أغلبها لا يلبي الاحتياجات الحقيقية للسوق، وأغلبها ينشط في مجال التسويق الالكتروني هذا من جهة، ومن جهة أخرى يلاحظ تأخر اهتمام الجزائر بتأسيس حاضنات الأعمال والتي تبقى جد محدودة، وهو ما يغيب دورها كأداة دعم و عامل إنمائي للمؤسسات الناشئة، هذه الأخيرة التي تعاني كثيرا من ارتفاع معدلات الفشل، حيث أنه بالرغم من أن عدد المقاولات في الجزائر يشهد تنامي مستمرا تعاني من مشكلة الاستدامة وهو ما يمكن تجاوزه في حالة تفعيل دور حاضنات الأعمال في الاقتصاد المحلي.

3. عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية وبرامجها:

1.3. عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية:

هناك عدة عوامل تساهم بلا أدنى شك عند تطبيقها في نجاح المسؤولية الاجتماعية ومن أهمها:

- ضرورة الإيمان بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع.

– قيام الشركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها.

– قيام الشركة بتخصيص مسؤول متفرغ لهذا النشاط وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة

– الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها مستقبلا وتعمل على تغطية مصروفاتها ذاتيا.

– الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي ومتميز وجودة عالية.

– حسن إدارة الجوانب الاجتماعية التي تبرز أثناء قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي، وتتمثل هذه الجوانب في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية والتي تمثل تحديا للشركات . (المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية: 2005، ص6)

2.3. العناصر الأساسية لبرامج المسؤولية الاجتماعية:

يمكن عرض العناصر الأساسية للمسؤولية الاجتماعية بعدة طرق مختلفة ومن أهمها ما يلي:

1.2.3. مسؤولية اجتماعية داخل الشركة:

وتتمثل في مجموعة البرامج والأنشطة التي يقدمها أصحاب الشركات أو المؤسسات الناشئة إلى العاملين بالمؤسسة ومن أهم مبادئها ما يلي:

- تحسين وضعهم المادي من خلال وضع برامج العمل التي تؤدي إلى زيادة دخولهم.
- تدبير احتياجاتهم بصفة منتظمة.
- تقديم خدمات خاصة تقدم لأسر العاملين فيشكل وسائل متعددة مثل نقل الأبناء إلى المدارس، تقديم الخدمات الطبية لهم ولأسرهم، منح إعانات مادية للعاملين أثناء الزواج أو المرض أو الإنجاب ورحلات الحج والعمرة. (مركز مراس للإستشارات الادارية: مرجع سابق ص21)

تعليق الباحثة:

ترى الباحثة أن تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية من طرف أصحاب الشركات الناشئة بصفة موضوعية وعقلانية وعدالة في التوزيع والمساواة تنعكس بالشكل الايجابي على سلوك العاملين بها من خلال الامتثال لكل القيم التنظيمية في ممارساتهم التنظيمية، الأمر الذي يزيد من ولاء العاملين وإحساسهم بالمواطنة اتجاه تحقيق أهداف المؤسسة من ناحية وإلى زيادة استغراقهم في تأدية مهامهم وواجباتهم بكفاءة وفاعلية من ناحية أخرى.

2.2.3. مسؤولية اجتماعية خارج الشركة:

وتتمثل فيما يأتي:

- مجال حماية المستهلك:

يعد تفهم رغبات المستهلك واحتياجاته من أهم عوامل النجاح وتحقيق الربح خاصة مع التحول إلى القطاع الخاص الذي يقوم على تخصيص إدارات خاصة بتحليل سلوك المستهلك وهذا الغرض يتضمن درجة من السلوك الأخلاقي في توصيف المنتج وأن التعامل مع المستهلك أصبح من أهم مكونات المسؤولية الاجتماعية.

- التشغيل: تعتبر المؤسسات الناشئة والشركات الاقتصادية المتوسطة والصغيرة هي المحرك الأساسي لعجلة التنمية.

لذا فإن من أهم أهداف المسؤولية الاجتماعية لأصحاب الشركات هي توفير فرص عمل وامتصاص ظاهرة الفقر والبطالة في أوساط أفراد المجتمع العاطلين عن العمل.

- البيئة: ضرورة أن تكون التنمية مواتية مع البيئة والاعتبارات البيئة بمعنى أخذ الاهتمامات البيئية في خطط التنمية.

- المجتمع: يعد المجتمع من أهم عوامل جذب وتشجيع الاستثمار والاستقرار الاجتماعي والسياسي، لذا فإن المشكلات التي تتعلق بالمجتمع مثل الجريمة والمخدرات والبطالة والأمية والفقر لابد أن تؤثر على مناخ عمل المستثمرين.(مركز مراس للاستشارات الادارية: مرجع سابق ص22)

تعليق الباحثة:

ترى الباحثة أنه كلما كانت بيئة عمل المستثمرين وأصحاب المؤسسات الناشئة في جميع المجالات بيئة تمكينية ومساعدة كلما كان فرصة للمستثمرين لتحقيق أهدافهم ويجدون سهولة في تطبيق استراتجية عملهم وغرس أخلاقياتهم الوظيفية في وسط المجتمع وفي مقابل ذلك أنه كلما تواجد أفراد في البيئة الاجتماعية والثقافية ذوي سلوك حضاري وواع كلما سهل على أصحاب المؤسسات الناشئة تحقيق الاستقرار في نشاطاتهم والقدرة على تطويرها والحفاظ على استمراريتها.

4. المؤسسات الناشئة وتحدياتها وسبل تطويرها:

1.4. المؤسسات الناشئة:

تعرف المؤسسات الناشئة حسب القاموس الانجليزي على أنها مشروع صغير ويشير مفهوم المصطلح startup أي المؤسسات الناشئة بحيث يمكن تقسيمه إلى قسمين فكلمة start تعني فكرة الانطلاق وكلمة up تعني النمو القوي، ثم استخدم هذا المفهوم بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة وذلك مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر، ثم شاع استخدام هذا المصطلح بعد ذلك، كما عرفها القاموس الفرنسي larousse على أنها المؤسسات الشابة المبتكرة، في قطاع التكنولوجيات الحديثة.

بينما عرفها Paul Graham في مقاله المشهور حول النمو على أنها شركات صممت لتنمو بسرعة.(بوالشعور شريفة: مرجع سابق، ص420)

وبناء على هذا ترى الباحثة أن المؤسسات الناشئة هي مؤسسة تهدف إلى طرح فكرة معينة قابلة للتنفيذ على أرضا الواقع تتميز بالحداثة والابتكار، ومن مميزاتها المخاطرة والمبادرة وتحقيق انجازات هائلة على مستوى النمو والاستمرارية والتطوير والجودة في المنتج أو الخدمة.

2.4. تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر:

ترى الباحثة بأن المسؤولية الاجتماعية لأصحاب الشركات أو المؤسسات الناشئة تعتبر اليوم أحد الروابط الأساسية في تنمية المجتمع بالدفع به نحو عجلة التقدم والتنمية والتطور الاقتصادي وإلى تعزيز دور الشباب نحو التمكين والمعرفة والتقدم الحضاري من خلال محاولة إحداث التوازن بين متطلبات المشروع والتزاماته ومتطلبات أفراد المجتمع وبيئة الأعمال للمؤسسات المقاولاتية الناشئة.

وماهو جدير بالطرح هو معرفة الطرق والأساليب الناجعة والحديثة التي تضمن لأصحاب هذه المؤسسات الناشئة الاستمرارية والجودة في المنتج والخدمة المقدمة في ظل التحديات الصعوبات التي يواجهونها عند عملية طرح فكرة المشروع وتجسيدها على أرض الواقع إلى عملية تطويرها والمحافظة على استمرارية المشروع وديمومته رغم وجود مجموعة التحديات والمعوقات التي ترنوا بأصحاب هذه المؤسسات إلى الفشل والشعور بالإحباط والخسارة والاحتراق النفسي وفيما يلي طرح لجملة التحيات العامة وإلى الطرق الناجعة في تخطيها:

- حداثة ومحدودية كل من فكرة حاضنات الأعمال والشركات الناشئة في الجزائر.

- ضعف المورد البشري وعدم تأهيله، وافتقاره لخلفية كافية حول المقاولاتية في الجزائر التي تواجه العديد من الصعوبات والتحديات خاصة فيما يتعلق نقص الأفكار الإبداعية والمبتكرة.

- ضعف التمويل، ونقص رأس المال المغامر للاستثمار.

-الإجراءات البيروقراطية، وعدم مواكبة التشريعات والقوانين.

-تخلف الإنتاجية، وعدم مطابقة المعايير الدولية، مما يجعل من المنتج الجزائري عاجزا عن دخول أسواق كبرى نظرا لضعف تنافسيته.

- ضعف الانفاق الحكومي على البحث العلمي، وانفصال الجامعة ومراكز البحث العلمي عن أرض الواقع.

-التخلف التقني، وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية (الدفع الالكتروني، والتجارة الالكترونية...). (بوالشعور شريفة: مرجع اسبق، ص429) .

3.4. أسس قوية للمسؤولية الاجتماعية تضمن البقاء للشركات الناشئة:

هناك مجموعة من الأسس والمبادئ المتينة تتضمنها برامج المسؤولية الاجتماعية تضمن من وجهة نظر الباحثة إستمرارية المؤسسات الناشئة وديمومتها وفيما يلي نحدد أهمها:

- تقديم مساهمات اجتماعية من طرف أصحاب الشركات الناشئة للمجتمع.

- وضع خلية لتوقع حدوث الأزمات والاستعداد لمواجهتها كبعد استراتيجي يراعي إلى تحديد المشكلات السلبية الناتجة عن نشاطها وتأثيراتها على بيئة العمل الداخلية والخارجية وكذا

المجتمع وهذا ينعكس بالشكل الايجابي على تحقيق أهداف التنمية المستدامة ويعكس أخلاقيات أصحاب الشركات الناشئة في فاعلية استراتجياتهم في تحقيق التوازن بين أهداف مشاريعهم الناشئة وتحقيق مستوى مقبول من الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية لأفراد المجتمع من جهة أخرى.

- ضرورة إدراج برامج المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتجية العمل والخطة العامة للشركة.

- الدعم الحكومي والتوعية من طرف مؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام لأصحاب الشركات الناشئة بالحفاظ على البيئة من خلال التربية البيئة.

ومن ذلك نستنتج أن تفعيل مفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف أصحاب الشركات الناشئة يتطلب منهم أن يكونوا قادة فاعلين في مشاريعهم وذلك من خلال توفر فيهم العديد من الخصائص منها توفر المؤهل (الخبرة والكفاءة) والاستعداد الجيد لخوض مثل هذه التجارب والمغامرات وكذلك ضرورة توفر طموحات وتطلعات يسعون في ظلها إلى تسخير كل الجهود والإمكانيات بحثا عن التقدم والتطور والتميز في مجال الأعمال.

إضافة إلى ضرورة توفر الدراية والمعرفة الكاملة بمتطلبات المشروع الصغير من خلال الاطلاع المستمر بالمستجدات والتطورات لمعرفة كل ما هو جديد ومحالة التدريب عليه والعلم به إن كان يتناسب مع أهداف المشروع وإمكانياته المادية والمعنوية، ومعرفة نقاط القوة والضعف لعمال المشروع ومتطلبات الزبائن والعملاء .

5.خاتمة:

نخلص في الأخير إلى أن اقتصاديات البلدان المتقدمة والبلدان النامية تعتمد على استراتجيات تنموية في تفعيل اقتصادها وتطوره بحيث تقوم على تنفيذ فعلي لبرامج المسؤولية الاجتماعية من طرف رجال العمال للشركات الاقتصادية والتجارية بغية ضمان تحقيق الجودة والتطوير والاستمرارية في الأعمال وديمومتها، أما في بلدان العالم الثالث والدول العربية فإن تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية وتفعيل عناصرها في عملية تقديم الخدمات وتوزيع المنتجات والأفكار وعملية تسويقها مازال في مراحله الأولى، لذا وجب على كل أصحاب الشركات والمؤسسات الناشئة تطبيق مكونات وعناصر المسؤولية الاجتماعية في الأنشطة ومخططات العمل

والممارسات التنفيذية من أجل ضمان الاستمرارية في ممارسة النشاط الذي يسهم بدوره في تحقيق التنمية المستدامة.

6.قائمة المراجع:

بوالشعور شريفة،دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة-دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد2، 2018.

ثريا عبد الحميد سلامة، ثائر أحمد غباري، التنافر المعرفي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الهاشمية، المجلة الأردنية، المجلد12، العدد1، 2016،

رسلان خضور، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية، جمعية العلوم الاقتصادية السورية.(دمشق، 2011)

طارق أمطيرة وآخرون، الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية- التحديات وسبل التطوير، المعهد الدولي لاقتصاد البيئة والصناعة(جامعة لاند، السويد،2007)

مركز مراس للاستشارات، تحرير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلس المسؤولية الاجتماعية.(الرياض، السعودية، 2010)

المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية، مبادرة إقليمية يطلقها مركز الأردن الجديد ممارسات الشركات المسؤولية الاجتماعية، مجلة حوار السياسات الاقتصادية، العدد العاشر،2005.

المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة.

– حالة الجزائر–

Environmental and Social Responsibility is an Introduction to the Contribution of Emerging Institutions to Achieving Sustainable Development. - The case of Algeria -

الدكتورة: عون الله سعاد، جامعة ابن خلدون - تيارت -، souad.aounallah@yahoo.fr

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز مدى التقارب والتجاوب الذي تحضى به المسؤولية البيئية والاجتماعية في المؤسسات الناشئة ومدى أهميتها لتحقيق التنمية المستدامة، وذلك من خلال إبراز مجموعة من الإجراءات الطوعية الكفيلة بتحقيق ذلك. واستخلصنا أن الأبعاد البيئية والاجتماعية أصبحت مفروضة على المؤسسات الناشئة وباتت مؤشرا هاما في تنافسيتها ومتغيرا هاما من متغيرات التنمية المستدامة، لذا توجب على هذه المؤسسات التغيير في نمط تسييرها لصالح الاعتبارات البيئية والاجتماعية وذلك بتطبيق المعايير الدولية والتي تعتبر مؤشرا هاما لتقييم مساهمة المؤسسة الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية البيئية والاجتماعية، المؤسسات الناشئة، التنمية المستدامة.

تصنيفات JEL: M14 ، Q01، Q56 .

Abstract: This research paper aims to highlight the extent of convergence and responsiveness that environmental and social responsibility entails in emerging institutions and their importance for achieving sustainable development. We concluded that the environmental and social dimensions have become imposed on emerging institutions and have become an important indicator of their competitiveness and an important variable of sustainable development variables. Therefore, these institutions have had to change their management pattern in favor of environmental and social considerations by applying international standards, which are considered an important indicator for evaluating the emerging institution's contribution to achieving development Sustainable.

Key words: Environmental and Social Responsibility, Emerging Institutions, Sustainable Development.

Jel Codes: **M14** ,**Q01** , **Q56** .

المؤلف المرسل: عون الله سعاد، **الإيميل:** souad.aounallah@yahoo.fr

1. مقدمة:

تسعى المؤسسات الناشئة على اختلاف طبيعة نشاطها إلى تحقيق الآداء الاقتصادي الذي يهدف إلى تعظيم أرباحها، إلا أنها تحدث خلال نشاطها مجموعة من الآثار السلبية على البيئة (التلوث، استنزاف الموارد الطبيعية) وعلى المجتمع بالاستغلال غير العقلاني لليد العاملة خاصة من قبل الشركات الكبرى بإهمال آثارها السلبية على العمال (الأمن، الصحة، التدريب، السكن...)، وهو ما أدى إلى الحديث على الآداء البيئي والاجتماعي علاوة على الآداء الاقتصادي، وفي سبيل إدماج البعد البيئي والاجتماعي في إستراتيجية المؤسسات الناشئة عمدت الحكومات إلى اتخاذ مجموعة من الإجراءات والتدابير لكي يتواءم نشاط المؤسسة الناشئة وتحقيق التنمية المستدامة التي تقوم على ثلاثة مبادئ أساسية (تحقيق نمو اقتصادي، عدالة اجتماعية وحماية البيئة)، في حين ظهر توجه جديد للمؤسسات عموما فيما يتعلق بحماية البيئة والمجتمع طوعيا (المسؤولية البيئية والاجتماعية) بهدف مواجهة الضغوط التي تفرضها الظروف الاقتصادية والاجتماعية إلى جانب اكتسابها شهرة تشكل لها عنصرا لإستراتيجية تنويع منتجاتها وزيادة أرباحها، وبالتالي تعتبر المسؤولية البيئية والاجتماعية مؤشرا هاما لتقييم مساهمة المؤسسة الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة.

ففي ظل هذا الاهتمام المتزايد والتوجه الجديد للمؤسسات الناشئة تبرز لنا معالم الإشكالية التي نعمل على معالجتها من خلال الإجابة على التساؤل التالي:

إلى أي مدى يمكن للمؤسسة الناشئة أن تساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية؟.

وتتمثل فرضيات هذه الدراسة في أن الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية يعتبر بديل عن الأدوات التقليدية للسياسة البيئية في المؤسسة الناشئة اتجاه تحقيق التنمية المستدامة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في تقديم عرض عن ضرورة اختيار تنمية اقتصادية موائمة مع الحفاظ على البيئة وتحقيق عدالة اجتماعية والقيود التي تفرضها هذه التنمية على المؤسسات الناشئة، كما تبين حدود ومجالات المسؤولية البيئية والاجتماعية ومدى أهميتها لتحقيق التنمية المستدامة.

وقصد الإحاطة بمرامي هذه الورق البحثية، وتبيان الدور الكبير للمسؤولية البيئية والاجتماعية كآداة لتفعيل مساهمة المؤسسة الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة سيتم التطرق للمحاور التالية:

- الإطار النظري للمسؤولية البيئية والاجتماعية.

- مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة والتنمية المستدامة.
- المسؤولية البيئية والاجتماعية كآداة لتفعيل مساهمة المؤسسة الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر.

2. الإطار النظري للمسؤولية البيئية والاجتماعية.

إن مناقشة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وطبيعة البيئة التي تعمل فيها هذه المؤسسات من المواضيع التي تثير جدلا كبيرا في الأوساط العلمية والأكاديمية وفي إدارة هذه المؤسسات، إذ تشعبت البحوث في إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وطرحت وجهات نظر متعددة مثلت تيارات فكرية لتعامل المؤسسات مع مجتمعاتها من جهة ومن جهة أخرى عكست هذه العلاقة طبيعة التطور الاقتصادي والاجتماعي.

1.2 مضمون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

1.1.2 **تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:** حتى وقتنا الراهن لم يتم تحديد تعريف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، حيث لا تزال هذه المسؤولية تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية، ومن هنا تعددت صور المبادرات والفعاليات بحسب طبيعة السوق ونطاق نشاط المؤسسة وأشكاله، وفي ما يلي بعض التعاريف المهمة في هذا المجال:

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد. (دحلان، 2004، صفحة 29)

كما تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف. (Guyonnaud & Willard, 2004, p. 05) وتعرف أيضا بأنها: مساهمة المؤسسة في تحقيق التنمية المستديمة من خلال التوفيق بين الأهداف الاقتصادية، البيئية والاجتماعية، وذلك من خلال مراعاة ما ينتظره المتعاملون منها ومع تعظيم القيمة للمساهمين. (عياض، 2005، صفحة 03)

تمثل المسؤولية الاجتماعية نشاطا مرتبطا ببعدين أساسيين أحدهما داخلي يتمثل في إسهام المؤسسة في تطوير العاملين وتحسين حياتهم، والبعد الثاني خارجي ويتمثل في مبادرات المؤسسات في التدخل لمعالجة المشاكل التي يعاني منها المجتمع.

وتعطي التعاريف المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة نقاطا مشتركة تتمثل في:

- التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة؛
- الطابع "الطوعي والإرادي" الذي يميز التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية، بحيث تصبح جزءا من ثقافة التسيير بها وليست نتيجة التزامات قانونية أو تعاقدية؛
- الإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه المؤسسة في المجتمع بصفتها عضوا فيه؛
- الطابع "الدائم" الذي يؤكد على التزام المؤسسة والذي يجعل من المسؤولية الاجتماعية أحد ركائز إستراتيجيتها، الأمر الذي يتطلب تغييرا في ثقافة التسيير بها؛
- عنصر "الشفافية" والذي يرتكز على جمع ونشر المعلومات داخل وخارج المؤسسة، مما يسمح بتوثيق وترسيم الممارسات الجيدة للمؤسسة وتتبع التطورات الحاصلة بها.

2.1.2 أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسة لمزيد من الدور الاجتماعي، وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها، ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة وأهمها ما يلي: (الغالبي و العامري، 2005، صفحة 52)

1.2.1.2 بالنسبة للمؤسسة: -تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة؛

- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف؛
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع؛
- كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والآداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

2.2.1.2 بالنسبة للمجتمع: - الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛

- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع؛
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح؛
- الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

3.2.1.2 بالنسبة للدولة: - تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل آداء مهمها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى؛

- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

ويمكن توضيح أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وعناصرها الرئيسية والفرعية من خلال الجدول التالي:

الجدول 1: أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية.

البعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	-منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين -احترام قواعد المنافسة وعدم الإلحاق الأذى بالمنافسين
	التكنولوجيا	
القانوني	قوانين حماية المستهلك	-حماية المستهلك من المواد الضارة -حماية الأطفال صحيا و ثقافيا
	حماية البيئة	-منع التلوث بشتى أنواعه -صيانة الموارد و تنميتها -التخلص من المنتجات بعد استهلاكها
	السلامة و العدالة	-التقليل من اصابات العمل -تحسين ظروف العمل ومنع عمل المسنين وصغار السن

		-منع التمييز على أساس الدين او الجنس -توظيف المعوقين
الاجتماعي	المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية	-مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف -مراعاة حقوق الإنسان -احترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك
	نوعية الحياة	-نوعية المنتجات و الخدمات المقدمة -المساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع

المصدر: (الغالبي و العامري، 2005، صفحة 82)

2.2 الفعالية البيئية في المؤسسة.

1.2.2 مفهوم الفعالية البيئية: قبل التطرق للفعالية البيئية نتطرق للسياسة البيئية في المؤسسة باعتبارها الصورة التي تبين مبادئ المؤسسة اتجاه البيئة، ويمكن تعريفها بأنها: بيان بنوايا المؤسسة ومبادئها المرتبطة بآدائها البيئي الشامل والذي يوفر إطارا للعمل ووضع أهدافها وغاياتها البيئية. (العزاوي، 2002، صفحة 199)

وتعد المؤسسة هذه السياسة لتؤكد مدى ملاءمتها لطبيعة وحجم المؤثرات البيئية الناشئة عن الأنشطة والسلع والخدمات الخاصة بالمؤسسة، وكذا مدى الالتزام بالتوافق مع القوانين والضوابط والتشريعات المتعلقة بعمليات المؤسسة.

وتعد السياسة البيئية أهم المتطلبات لتحقيق الفعالية البيئية في المؤسسة وتعبر هذه الأخيرة عن مفهوم تسييري يدفع المؤسسات الناشئة باستخراج المستوى الأمثل من الموارد والطاقة مع تخفيض الإنبعاثات، وتوصف الفعالية البيئية بربط المؤسسات الناشئة بالتنمية المستدامة.

وتعرف OCDE الفعالية البيئية (Eco-efficacité/ Eco-efficience) بأنها: مستوى الفعالية الذي يتم عنده استخدام الموارد الايكولوجية بهدف الاستجابة للاحتياجات البشرية.
(Bouziane, 2003, p. 34) ويمكن تطبيقها على كل نشاطات المؤسسة من تسويق المنتوج وتنمية المنتوج وصنع المنتوج وتوزيع المنتوج، وهي تعبر عن منطق تسييري مؤداه إنتاج القيمة من خلال أقل استهلاك.

2.2.2 أبعاد الفعالية البيئية: من شأن تبني المؤسسة الفعالية البيئية يمكنها الحصول على قيمة مضافة أكبر وأهم أبعادها ما يلي: (Bouziane, 2003, p. 35)

- تخفيض استخدام المواد في المنتجات والخدمات؛
- تخفيض الكثافة الطاقوية (تخفيض الوحدات المدخلة من الطاقة لإنتاج وحدة واحدة)؛
- تخفيض الإنبعاثات السامة؛
- تعظيم استرجاع المواد المستخدمة؛
- تعظيم الاستخدام المستدام للموارد الطبيعية؛
- تدعيم استدامة المنتجات (زيادة دورة حياة المنتوج)؛
- رفع حجم المنافع التي تقدمها المنتجات والخدمات.

3.2 أدوات تنفيذ نظام الإدارة البيئية.

1.3.2 نظام الإدارة البيئية: وتتضمن مواصفات نظام الإدارة البيئية:

- المواصفة ISO 14001: تضم هذه المواصفة العناصر الرئيسية لمتطلبات نظام الإدارة البيئية التي تسمح للمؤسسة الحصول عل شهادة المطبقة؛
- المواصفة ISO 14004: لا تستخدم هذه المواصفة لأغراض التسجيل وإنما تعتبر مواصفة توجيهية تساعد المؤسسات على تنفيذ نظام الإدارة البيئية بشكل أفضل من خلال توفير أطر عملية للعديد من المواضيع، والمراجعة البيئية الدولية، وتحديد الجوانب البيئية، وتقييم الآثار البيئية، ومعايير الآداء الداخلية.

2.3.2 التدقيق البيئي: أهم مواصفات التدقيق البيئي ما يلي:

- المواصفة ISO 14010: تقدم المبادئ العامة للتدقيق البيئي وتطبق على جميع أشكاله وليس على نظام الإدارة البيئية فقط؛
- المواصفة ISO 14011: وهي وثيقة توجيهية تستخدم لتدقيق نظام الإدارة البيئية وقابلة للتطبيق على جميع أنواع وأحجام المؤسسات؛
- المواصفة ISO 14012: تختص هذه المواصفة بالمعايير المؤهلة للمدققين البيئيين من داخل المؤسسة وخارجها؛
- المواصفة ISO 14013: وتحدد الإطار العام لكيفية إدارة برنامج التدقيق البيئي وفقا للمواصفة ISO 14011؛

- المواصفة ISO 14014: تحديد العمليات الأساسية للتدقيق البيئي؛
- المواصفة ISO 14015: لا زالت هذه المواصفة قيد التطوير وهذه المواصفة مسؤولة عن التقسيم البيئي للمؤسسات والمواقع.

3. مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة والتنمية المستدامة.

تشكل المؤسسات الناشئة مدخلا هاما من مداخل النمو الاقتصادي، كونها تؤدي دورا هاما في ضمان استدامة التنمية الاقتصادية، لذا أصبح الاتجاه السائد اليوم بين دول العالم سواء المتقدمة منها أو النامية هو تحسين المناخ الاستثماري لهذه المؤسسات والدفع في اتجاه تشجيع قيامها والعمل على إيجاد جميع الأطر والمتطلبات لنجاحها والارتقاء بها وابراز دورها في تحقيق التنمية المستدامة.

1.3 مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة.

1.1.3 تعريف المؤسسات الناشئة Startups: تعرف المؤسسة الناشئة Startup 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.

وبدأ استخدام المصطلح start-up بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر (Capital-Risque) ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك. وفي أيامنا الحالية يوجد المصطلح Jeune Entreprise أي المؤسسات الشابة المبتكرة، في قطاع التكنولوجيات الحديثة.

كما تعرف على أنها "شركة صممت لتنمو بسرعة"، (Growth =Start-Up). وكونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئة (Startup company) في حد ذاتها. (Cambridge, 2015)

كما أنه ليس من الضروري أن تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا، أو أن تمول من قبل مخاطر أو مغامر(venture funding). أو أن يكون لها نوع من خطط الخرج. الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو، وأي شيء آخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو. والنمو الجيد يكون بين 5 و 7 بالمائة أسبوعيا، وأحيانا بشكل استثنائي 10 بالمائة[12]. (Netocratic, 2016)

وعليه يمكن تعريف المؤسسات 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 بارتفاع عدم التأكد ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها.

2.1.3 دورة حياة المؤسسة الناشئة: من خلال التعريف المقدم أعلاه قد يخيل إلينا أن ما يميز المؤسسات الناشئة Startup 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 ابراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبل Paul Graham:

الشكل 1: منحنى المؤسسة الناشئة Startup.



Source: (Graham, 2015)

من خلال الشكل أعلاه يمكن القول بأن الشركات الناشئة تمر بستة مراحل:

- **المرحلة الأولى:** وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج أولي لفكرة ابداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، وخلال هاته المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من امكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل. والبحث عن من يمولها، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع امكانية 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 بـ FFF (Friends, Family, Fools)، 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.

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

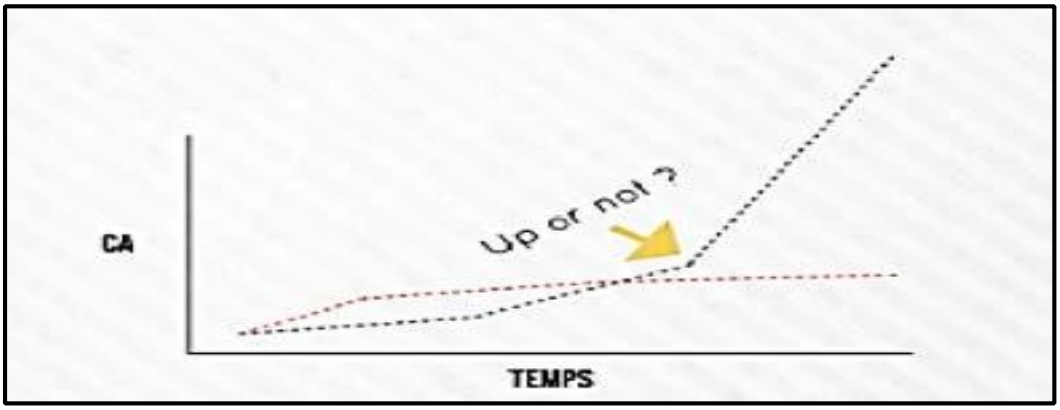
- **المرحلة الرابعة:** الانزلاق في الوادي، وبالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المغامر) بتم ويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد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

- **المرحلة الخامسة:** تسلق المنحدر، يستمر رائد الاعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه واطلاق اصدارات محسنة، لتبدأ الشركة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم اطلاق 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 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.

3.1.3 الفرق بين المؤسسة الناشئة Startups والمؤسسة الكلاسيكية: أن تكون مؤسسة ناشئة هو وضع مؤقت. إما بسبب عدم تحقيق نموذج الأعمال وبالتالي فإن المؤسسة الناشئة تفشل أو تختفي. أو بسبب أنها نجحت وتم امتصاصها أو تحولها إلى مؤسسة كلاسيكية أو تقليدية تقريبا. والتحول من شركة ناشئة إلى شركة كبيرة، يعبر عن اللحظة التي يقرر فيها "النمو upper" مستقبل المؤسسة الناشئة Startup كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل 2: منحنى حياة المؤسسة الناشئة Startups والمؤسسة الكلاسيكية.



Source: (Cambridge, 2015)

الشكل أعلاه يوضح الفرق بين مسار نمو المؤسسة الناشئة startup، والمؤسسة التقليدية، حيث يعبر الخط الأسود عن مسار نمو مؤسسة ناشئة، بينما يمثل الخط باللون الأحمر مسار نمو مؤسسة كلاسيكية، وعليه فإن أهم عنصر يصنع الاختلاف بين المؤسسة الناشئة والكلاسيكية هو النمو الكبير، ويمكن حصر نقاط الاختلاف فيما يلي: (الشعور، 2018، صفحة 423)

- يمكن أن يكون هناك تشابه بين دورة مؤسسة كلاسيكية تمر بمرحلة انطلاق، نمو، ثم نضج وبعدها تبدأ في التراجع ،بينما الشركات الناشئة تمر بسلسلة من التراجع والتقدم الغير قابل للتنبؤ في المرحلة ما بين الانطلاق والنمو، وبمجرد ما تصل إلى مرحلة النضج ستستمر في الارتفاع والنمو (شركة تويتر Twiter، آبل Apple...)؛

- كما أن الشركة الناشئة تقدم منتجها لسوق جد كبير على عكس الشركات الكلاسيكية؛

- والمؤسسة الناشئة بالرغم من الخطر المرتفع المرتبط بها فإن المستثمرين يقومون بالاستثمار في هذا النوع من المؤسسات بالموازنة بين العائد الضخم المحتمل في حال نجاح المشروع، بينما المؤسسات الكلاسيكية يتوجه المستثمر لسوق تنخفض فيه درجة عدم التأكد وتحقيق أرباح عادية؛

- بالإضافة إلى الاختلاف في مصادر التمويل حيث تعتمد المؤسسة الناشئة على المستثمر الملاك، المستثمر المغامر، أو رأس المال المخاطر، نظرا لإحجام البنوك على تمويل هذا النوع من المشاريع عالية المخاطر بينما تحصل الشركات الكلاسيكية على التمويل من القروض البنكية أو المنح الحكومية.

2.3 مفاهيم عامة حول التنمية المستدامة.

1.23 مفهوم التنمية المستدامة: يعود أول استخدام لهذا المصطلح لناشطين في منظمة غير حكومية سنة 1980 تدعى بـ World Wildlife Fund وترجم إلى العربية بعدة مسميات منها التنمية القابلة للإدامة، القابلة للاستمرار، الموصولة، المطردة، المتواصلة، البيئية، المحتملة... ويعتبر رئيس وزراء النرويج Gro Harlem Bruntland أول من استخدم مصطلح التنمية المستدامة بشكل رسمي سنة 1987 في تقرير "مستقبلنا المشترك"، للتعبير عن السعي لتحقيق نوع من العدالة والمساواة بين الأجيال الحالية والمستقبلية. (موسشيت، 2000، صفحة 13)

وقد عرف الاتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة سنة 1980 عرف التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تأخذ في الاعتبار البيئة والاقتصاد والمجتمع. (Gendron, 2006, p. 166)

أما البنك الدولي فيعتبر نمط الاستدامة هو رأس المال، وعرف التنمية المستدامة بأنها تلك التي تهتم بتحقيق التكافؤ المتصل الذي يضمن إتاحة نفس الفرص التنموية الحالية للأجيال القادمة وذلك بضمان ثبات رأس المال الشامل أو زيادته المستمرة عبر الزمن. (الحرتسي، 2005 ، صفحة 23) في حين نجد بعض الاقتصاديين وضعوا للتنمية المستدامة تعريفا ضيقا ينصب على الجوانب المادية وآخر اقتصادي يركز على الإدارة المثلى للموارد الطبيعية، وهذا لجعل المفهوم أقرب للتحديد.

يؤكد أصحاب التعريف المادي للتنمية المستدامة على ضرورة استخدام الموارد الطبيعية بطريقة لا تؤدي إلى فنائها أو تدهورها، أو تؤدي إلى تناقص جدواها " المتجددة " بالنسبة للأجيال المقبلة، وذلك مع المحافظة على رصيد ثابت بطريقة فعالة أو غير متناقص من الموارد الطبيعية مثل التربة والمياه الجوفية والكتلة البيولوجية. ويركز أصحاب التعريف الاقتصادي للتنمية المستدامة على الحصول الحد الأقصى من منافع التنمية الاقتصادية، بشرط المحافظة على خدمات الموارد الطبيعية ونوعيتها.

2.2.3 المقومات الأساسية للتنمية المستدامة: لإرساء مفهوم التنمية المستدامة، فلا بد من توفر عدد من المقومات التي تشكل مرتكزات التنمية المستدامة وأهمها: (موسشيت، 2000، صفحة 17)

- تلبية الحاجات الإنسانية للسكان؛

- الإدارة البيئية السليمة؛

- التنمية البشرية؛

- الاقتصاد البيئي؛

-التكنولوجيا السليمة بيئيا -التكنولوجيا النظيفة؛

- الاعتماد على الذات والتعاون الدولي للمشكلات البيئية العالمية.

وبما أن التنمية المستدامة هدفا لكل شعوب العالم، المتقدمة والنامية، وأن النظم الطبيعية ومشاكل البيئة لا تعترفان بالحدود الإقليمية، فإن التعاون الدولي أمرا ضروريا لدفع التنمية المستدامة نحو الأمام.

3.2.3 أبعاد التنمية المستدامة: يمثل مفهوم التنمية المستدامة أبعادا متعددة ومرتبطة فيما بينها، والتركيز عليها من شأنه أن يحرز تقدم في تحقيق التنمية المستدامة، ويمكن الإشارة إلى أربعة أبعاد متفاعلة وهي الأبعاد الاقتصادية والبشرية والبيئية والتكنولوجية:

1.4.2.3 الأبعاد الاقتصادية: تتجلى هذه الأبعاد من خلال تلبية الحاجات والمتطلبات المادية للإنسان عن طريق الإنتاج والاستهلاك، حيث تختلف بين البلدان المتقدمة والنامية ويمكن حصرها فيما يلي: حصة الاستهلاك الفردي من الموارد الطبيعية، مسؤولية البلدان المتقدمة عن التلوث ومعالجته، تقليص تبعية البلدان النامية، المساواة في توزيع الموارد، تقليص الإنفاق العسكري...

2.4.2.3 الأبعاد البشرية: يسعى البعد البشري للتنمية المستدامة إلى استقرار النمو الديموغرافي ووقف النزوح إلى المدن، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الشعبية في تخطيط التنمية، وتحسين قدرة الحكومات على توفير الخدمات المختلفة للسكان وذلك من خلال: تثبيت النمو الديموغرافي، مكانة الحجم النهائي للسكان وأهمية توزيعه، الاستخدام الكامل للموارد البشرية، الأسلوب الديمقراطي والمشاركة في الحكم.

3.4.2.3 الأبعاد البيئية: يتمثل البعد البيئي في الحفاظ على الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل لها على أساس مستديم والتنبؤ لما قد يحدث للنظم البيئية من جراء التنمية، ويمكن إجمال الأبعاد البيئية فيما يلي: صيانة المياه، اتلاف التربة، استعمال المبيدات، تدمير الغطاء النباتي والمصائد، تقليص ملاجئ الأنواع البيولوجية، حماية المناخ من الاحتباس الحراري.

4.4.2.3 الأبعاد التكنولوجية: ويمكن إجمالها في النقاط التالية: استعمال تكنولوجيا أنظف في المرافق الصناعية، المحروقات والاحتباس الحراري، الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون.

4. المسؤولية البيئية والاجتماعية كأداة لتفعيل مساهمة المؤسسة الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر.

1.4 عرض الآداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الناشئة في الجزائر.

1.1.4 خصائص التقرير البيئي والاجتماعي: يلعب تقرير الآداء البيئي والاجتماعي دورا كبيرا في سياسة التنمية المستدامة بالنسبة للمؤسسات واتصالاتها الخارجية والداخلية، ويوضح هذا التقرير للمتعاملين بأن المؤسسة تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية والبيئية وأهم خصائصه ما يلي: (Born, 2004, p. 22)

- **التقرير للقيادة الإستراتيجية للمؤسسة:** يرفق تحرير التقرير بتحديد إستراتيجية المؤسسة في مجال التنمية المستدامة حيث تعتبر المؤسسات نشر التقارير مدخل لمرحلة التنمية المستدامة ويساعد المؤسسة على كشف وضعيتها في مجال التنمية المستدامة، رهانات القطاع، توقعات المتعاملين،...الخ. كما يعطي التقرير فرصة لإعطاء نظرة جديدة على أهمية وجود المؤسسة في المجتمع ويضع أسس لإستراتيجية التنمية المستدامة (التوعية، الشهادات، السياسة الاجتماعية) ويسمح للمؤسسة بتحليل الفائدة الاقتصادية لهذه الإستراتيجية والعلاقة بين أدائها الاجتماعي والبيئي وأدائها المالي.

- **التقرير آداة للاتصال والتسويق:** بالنسبة للكثير من المؤسسات، يستخدم التقرير قبل كل شيء لنقل قيم المؤسسة للشركاء والفروع، فهو حساس لمسؤولياتهم الفردية وتوقعاتهم القانونية في مجال التنمية المستدامة، فيعتبر التقرير آداة للحوار والشفافية والالتزام من خلال تحديد توقعات كل مجموعة من المتعاملين في حين يقدم لهم إجابات، كما يسمح التقرير للمؤسسة معرفة وفهم الرهانات المستقبلية لنشاطها والاحتياط للأزمات المحتملة ذلك أن التقرير يعكس النزاعات بين المؤسسة والمتعاملين بشأن الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية.

- **التقرير وسيلة للربط بين الآداء الاجتماعي والبيئي والاقتصادي للمؤسسة:** بنفس الطريقة التي يتناول بها تقرير نشاط الآداء المالي يجب أن يتناول تقرير التنمية المستدامة مبرزا الآداء البيئي (التلوث، نهاية حياة المنتجات، سياسة الشراء الخضراء، تأثير وسائل النقل) الآداء الاجتماعي (أجور، عدم التميز، أمن، سياسة شراء مسؤولة اجتماعيا، عمل الأطفال، حقوق الإنسان)، الآداء الاقتصادي (سياسة الاستثمار، الفساد)، يهدف التقرير إلى توضيح عناصر السابقة الذكر خاصة بإنشاء مؤشرات بيئية واجتماعية واقتصادية.

- **التقرير يعكس نمط التسيير في المؤسسة:** يمكن للمتعاملين من خلال تقرير الآداء البيئي والاجتماعي الاطلاع على نمط التسيير في المؤسسة، وهذا من شأنه أن يقدم العديد من الإجابات المطروحة بشأن تبني المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية، يتضح من هذا أن التقرير يبين مدى إدماج أبعاد التنمية المستدامة في نمط تسيير هذه المؤسسات.

2.1.4 نموذج التقرير عن الآداء البيئي والاجتماعي: يعكس تقرير الآداء البيئي والاجتماعي نتائج قياس المساهمات البيئية والاجتماعية الكلية للمؤسسة ويتضمن المستويات القياسية التي يتطلبها القانون كحد أدنى لتحقيق الأهداف البيئية والاجتماعية حتى ولو لم تقم بها المؤسسة مما يجعله يعطي معلومات تضفي دلالة بيئية واجتماعية أكثر وضوحا بما يسمح تقييمها، كما يوفر معلومات للأجهزة الحكومة التي يتركز اهتمامها للتعرف على مدى وفاء المؤسسة بمسؤولياتها البيئية والاجتماعية بغض النظر عما تحمله من مبالغ في سبيل ذلك.

2.4 دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر.

تلعب المؤسسات الناشئة دورا محوريا في التنمية المحلية المستدامة في الجزائر وذلك من خلال مجموعة من الاعتبارات التي تتعلق بخصائص هياكلها الاقتصادية والاجتماعية، ونسب توفر عوامل الإنتاج، وذلك من خلال العناصر التالية:

1.2.4 دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة من الجانب الاقتصادي: تمثل المؤسسات الناشئة أحد مجالات الاهتمام المتزايد في مختلف الاقتصاديات عامة والاقتصاد الجزائري خاصة حيث أن التركيبة المالية والهيكلية والتنظيمية والقانونية للمؤسسات الناشئة جعلتها تتمركز ضمن أولويات الإصلاح الجزائري بغية الوصول إلي المعدلات الاقتصادية والمستويات المعيشية المرجوة، وذلك من خلال مساهمتها في زيادة الناتج المحلى الإجمالي وعن طريق إحداث قيمة مضافة باستغلال عناصر الإنتاج المحدودة وتلك التي تتميز بالندرة النسبية، بالإضافة إلي قدرتها على تحقيق التوازن التنموي الأفضل بين مختلف المناطق (الحضرية والريفية) عن طريق تقليل معدلات التفاوت الاقتصادي بين الأقاليم، وذلك راجع إلي الخصائص والميزات التي تؤهلها لاستثمار المزايا النسبية لكل منطقة والمساعدة على سد فجوات التنمية في الجزائر بسهولة وتكلفة محدودة وسرعة مناسبة وبالتالي الوصل إلي التنمية المتوازنة الشاملة.

كما تعتبر مصدر للأفكار الجديدة والابتكارات الحديثة، (بوعنينتة و ساعد قرمش ، 2008، صفحة 11) حيث تقوم بإنتاج السلع والخدمات المبتكرة ويمثل الإبداع جانب من إدارة هذه

المؤسسات والملاحظ أن كثيرا من السلع والخدمات ظهرت وتبلورت وأنتجت داخل هذه المؤسسات وهذا يرجع إلى معرفتها لاحتياجات عملائها بدقة ومحاولة تقديم الجديد ومواكبة التجديد، وبالتالي يظهر دورها جليا في التنمية والتطور الاقتصادي.

2.2.4 دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة من الجانب الاجتماعي: إن الأهمية الاجتماعية التي اكتسبتها المؤسسات الناشئة من خلال مساهمتها في الارتقاء بمعدلات التنمية الاجتماعية في الجزائر لا تقل أهمية على الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات في تحقيق التنمية الاقتصادية فنجد أن هذه المؤسسات تلعب دورا كبيرا في احتواء مشاكل المجتمع مثل البطالة والتهميش والفراغ وما يترتب عليه من آفات اجتماعية، وهذا من خلال استحداث فرص عمل جديدة، وهذا يتم إما بصورة مباشرة بالنسبة لمستحدثي المؤسسات أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامهم لأشخاص آخرين مما يؤمن لأفراد المجتمع الاستقرار النفسي والمادي.

كما تستطيع هذه المؤسسات أن تقدم توازنا اقتصاديا واجتماعيا أكثر وضوحا وأكثر اتزانا، وذلك بسبب قدرتها العالية على الانتشار الجغرافي والتوسع داخل المجتمعات في أطراف المدن والقرى، على عكس المشروعات الكبيرة التي غالبا ما تتمركز في المدن الكبيرة، ذلك أن انتشارها في المناطق الريفية والبلدان الصغيرة من شأنه أن يساعد على خلق فرص ومعارف ومهارات لأفراد المجتمع المحلي الذي تقيم فيه ورفع مستوى المعيشة بشكل عام.

إن ميزة إنشاء هذا النوع من المؤسسات في الجزائر يعطي الفرصة للمجتمع لتعميق فكر وثقافة العمل والاعتماد على النفس واكتشاف وتنمية القدرات والمواهب الفردية والجماعية وتشجع وتساعد على التطور المهني الايجابي للحرف والمهن المهمة التي تعمل على تطويرها من خلال الآباء الأكثر خبرة وعلما وثقافة.

3.2.4 دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة من الجانب البيئي: بعدما كان دور المؤسسات الناشئة يقتصر على تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية أصبح وفي ظل متطلبات تحقيق التنمية المستدامة الشاملة والمتوازنة يعمل على خلق توليفة اقتصادية اجتماعية بيئية يتم من خلالها تحقيق التنمية المستدامة، حيث نجد وبالإضافة إلي الأدوار والأهمية السابقة تحدثنا عنها سابقا وعن القيمة المضافة التي أضافتها هذه المؤسسات على مستوى التنمية المحلية المستدامة في الجزائر أن المؤسسات الناشئة أصبحت تحتل أهمية كبيرة وتلعب دور جد محوري في المساهمة في رفع الوعي البيئي للمجتمع الجزائري من خلال احتواء برامج تدريبية تقوم بتدريب العمال على المسؤوليات البيئية لكون الميزة التي تميز هذه المؤسسات تجعل مهمتها في مصادقة

البيئة أمر غير معقد حيث أن بساطة تركيبها تجعل عملية جمع وتدوير القمامات والمخلفات والنفايات أمر سهل مقارنتا بالمؤسسات الكبيرة هذا من ناحية ومن ناحية أخري فإن المؤسسات الناشئة تهدف إلي نشر المفاهيم الإدارية والقيم الصناعية الحديثة مثل: إدارة الوقت، الجودة العالية، الإبداع والابتكار، الكفاءة، الفعالية بسبب إمكانية التواصل بين أعضاءها وسهولة تداول المعلومات والأفكار وهذا ما يجعلها محطة الإبداع والابتكار. (النجار، 1999، صفحة 09)

كما تساهم المؤسسات الناشئة في تطوير استخدام التكنولوجيات المحلية ورفع مستواها عبر الاحتكاك بالأسواق الخارجية وقوانين الجودة، وتحافظ بذلك على الهوية المحلية في تنشيط ودعم الصناعات والمؤسسات ذات الطبيعة المرتبطة بالبيئة المحلية.

3.4 آفاق وتحديات المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر.

1.3.4 واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر: يعتبر موضوع الشركات الناشئة من أكثر المواضيع التي تسلطت عليها الأضواء في بيئة الأعمال الجزائرية مؤخرا، وتجدر الإشارة أن الجزائر تأخرت قليلا في اطلاق هذا النوع من المشاريع، خاصة في ظل التأخر التكنولوجي على مختلف الأصعدة، بالإضافة إلى ضعف الانفاق الحكومي على البحث العلمي والتطوير الذي لم يتجاوز 7% من اجمالي الناتج المحلي سنة 2016 محتلة بذلك المرتبة 64 على المستوى العالي.

بالنسبة للجزائر وبالرغم من وجود بعض المبادرات المحدودة في انشاء شركات ناشئة، إلا أنه ولحد الآن لا توجد تجربة رائدة، كما يلاحظ أن أغلب الشركات الناشئة تنشط في مجال التسويق الالكتروني، كما أنها مجرد محاكاة لتجارب سابقة في العالم، كما هو الحال بالنسبة لأنجح الشركات الناشئة على المستوى الوطني، شركة واد كنيس (ouedkniss.com)، وهو موقع الكتروني مخصص للإعلانات، تم اطلاقه سنة 2006، وهو عبارة عن اعادة لفكرة تم تطبيقها في فرنسا(leboncoin.fr).

2.3.4 تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر: تعاني المؤسسات الناشئة في الجزائر يعاني جملة من النقائص، وتواجه تحديات تقف حائلا أمام تطورها، ويعود ذلك لعدة أسباب:

- حداثة ومحدودية فكرة المؤسسات الناشئة في الجزائر؛
- ضعف المورد البشري وعدم تأهيله، وافتقاره لخلفية كافية حول المقاولاتية في الجزائر التي تواجه العديد من الصعوبات والتحديات خاصة فيما يتعلق نقص الأفكار الابداعية والمبتكرة،
- ضعف التمويل، ونقص رأس المال المغامر للاستثمار؛

- الاجراءات البيروقراطية، وعدم مواكبة التشريعات والقوانين؛
- تخلف الانتاجية، وعدم مطابقة المعايير الدولية، مما يجعل من المنتج الجزائري عاجزا عن دخول أسواق كبرى نظرا لضعف تنافسيته؛
- ضعف الانفاق الحكومي على البحث العلمي، وانفصال الجامعة ومراكز البحث العلمي عن أرض الواقع؛
- التخلف التقني، وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال العالمية (الدفع الالكتروني، والتجارة الالكترونية.)...

5. الخاتمة:

لقد بات واضحا أن العمليات التي تقوم بها المؤسسات الناشئة ينتج عنها آثار خارجية كانت كثيرا ما تتسبب في إحداث مشاكل واختلالات بيئية، لذلك توجب الاهتمام بمفهوم التنمية الاقتصادية التي تأخذ بعين الاعتبار القيود البيئية والاجتماعية (التنمية المستدامة). وفي إطار المؤسسة الناشئة تشير التنمية المستدامة إلى إستراتجية معينة تقتضي منها تحمل المسؤولية البيئية والاجتماعية التي تفرضها ضغوط اقتصادية واجتماعية، وحتى وقتنا الراهن لم يحدد مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للمؤسسة الناشئة بشكل يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسؤولية تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية.

ويمكن إجمال نتائج البحث والدراسة المتوصل إليها في النقاط التالية:

- يتنافى مفهوم التنمية المستدامة والآثار الخارجية للمؤسسة الناشئة كون السوق فشل في تخصيص الموارد الاقتصادية في حالة وجود هذه الآثار أو ما يعرف بهفوات السوق؛
- التنمية المستدامة لا تعتبر مقيدة لنشاط المؤسسة الناشئة إذا لم تتجاوز هذه الأخيرة الحجم المسموح به من التلوث، كما أن الأدوات التقليدية للسياسة البيئية هي أدوات رقابية وقائية للاقتصاديات التي تهدف لتحقيق التنمية المستدامة؛
- أصبحت الأبعاد البيئية والاجتماعية مفروضة على المؤسسات الناشئة وباتت مؤشرا هاما في تنافسيتها ومتغيرا هاما من متغيرات التنمية المستدامة لذا توجب على المؤسسة الناشئة تغيير في نمط تسييرها لصالح الاعتبارات البيئية والاجتماعية وذلك بتطبيق المعايير الدولية كتطبيق ISO 14000 لأن التوجه الجديد للمنافسة بين المؤسسات يتركز في حيز الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية وأصبحت هذه الأخيرة آداة للاتصال والتسويق في المؤسسة الاقتصادية؛

- غياب آداة قياسية للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الناشئة رغم محاولات الممارسة العملية والفكر المحاسبي في ذلك، وتبقى الوسيلة الوحيدة تعتمد على أساس ما تتحمله المؤسسة من تكاليف في سبيل ذلك بالاعتماد على إعداد التقرير البيئي والاجتماعي الذي يبرز مدى مساهمة المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة؛

- تعاني المؤسسات الناشئة في الجزائر يعاني جملة من النقائص، وتواجه تحديات تقف حائلا أمام تطورها؛

- بالنسبة للجزائر وبالرغم من وجود بعض المبادرات المحدودة في انشاء شركات ناشئة، إلا أنه ولحد الآن لا توجد تجربة رائدة، كما يلاحظ أن أغلب الشركات الناشئة تنشط في مجال التسويق الالكتروني، كما أنها مجرد محاكاة لتجارب سابقة في العالم.

لقد أبرزنا في موضوعنا المسؤولية البيئية والاجتماعية في المؤسسة الناشئة كمدخل أساسي لتحقيق التنمية المستدامة وتبقى الدراسة مفتوحة لتناول جوانب أخرى هامة في حلقة التنمية المستدامة لضمان تحقيقها وإستمراريتها. وذلك من خلال التوصيات التالية:

- على الحكومات الساعية لتحقيق التنمية المستدامة إرساء مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية وذلك بتقنينها في الأنظمة الداخلية للمؤسسة لتصبح آداة فعالة وبديلة لأدوات السياسة البيئية؛

- على المؤسسات الناشئة موازنة مشروع الالتزامات البيئية والاجتماعية بما يتناسب مع حجم النشاط الموسع على أن تلتزم باعتماد تقسيم Esteo لمجالات المسؤولية البيئية والاجتماعية كونه يتضمن جميع الأنشطة ذات المضمون البيئي والاجتماعي مع ضرورة إلزامها بإعداد تقارير دورية للآداء البيئي والاجتماعي ملزمة بها أمام الجهات المعنية؛

- ضرورة تنميط الإستراتيجية التسييرية لمؤسساتنا الناشئة للاعتبارات البيئية والاجتماعية وفق معايير دولية أو إقليمية أو وطنية والتفكير في أسلوب إحصائي محاسبي يمكننا من قياس المسؤولية البيئية والاجتماعية وتقييمها.

6. قائمة المراجع:

1.6 قائمة المراجع العربية:

- طاهر محسن منصور الغالبي، و صالح مهدي محسن العامري. (2005). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. عمان: دار وائل.

- شريفة بو الشعور. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups: دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04 (العدد 02).
- عبد الله حميد الحرتسي. (2005). السياسة البيئية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصاية والتجارية وعلوم التسيير، الشلف: جامعة حسيبة بن بوعلي.
- عبد الله صادق دحلان. (مارس, 2004). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. مجلة عالم العمل(العدد 49).
- ف.دوجلاس موسشيت. (2000). مبادئ التنمية المستدامة. (بهاء شاهين، المترجمون) القاهرة.
- فريد راغب النجار. (1999). إدارة المشروعات والأعمال صغيرة الحجم. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- محمد عادل عياض. (2005). الملتقى الدولي حول الاقتصاد التضامني. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: مدخل لمساهمة منظمات الأعمال في الاقتصاد التضامني). تلمسان: جامعة تلمسان.
- محمد عبد الوهاب العزاوي. (2002). أنظمة إدارة الجودة والبيئة. عمان: اليازوري للنشر والتوزيع.
- وهيبة بوعنينتة، و زهرة ساعد قرمش . (2008). الملتقي الوطني الرابع حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كرهان جديد للتنمية في الجزائر. الإبداع وانعكاساته على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. سكيكدة: كلية العلوم الاقتصادية.

2.6 قائمة المراجع الأجنبية:

-Bouziane, M. (2003). Séminaire Management de la qualité. Management de la qualité. Paris: E S G.
-Guyonnaud , M.-f., & Willard, F. (2004). Du management environnemental au développement durable des entreprises. France, France: ADEME.
-Born, B. (2004). Le Développement Durable et Entreprises du 20 Siècle. Paris: DESS.
-Cambridge, d. (2015). dictionnaire anglaiss. Retrieved 02 14, 2020, from start-up: http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglaiss/start-up
-Gendron, C. (2006). Le développement durable comme compromis. Québec .
-Graham, P. (2015). startup happiness curve. Retrieved 02 14, 2020, from startup: Paul Graham, startup happiness curve, http://t.co/P1FDc1MCUB"<==Good graphic
-Netocratic. (2016). Retrieved 02 14, 2020, from startup: www.netocratic.com/wht-is-a-startup-3612

دور الشركات الناشئة في تعميق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية: شركة فيسبوك أنموذجا.

The Role of Startups in Deepening the Economic Dimension of Social Responsibility: Facebook Company as a Model.

حميدة رشيدي[1]، محمد فلاق[2]

[1] جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف ، الجزائر ، h.rechidi@univ-chlef.dz

[2] جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر ، mohamed.fellag@gmail.com

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الشركات الناشئة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية من خلال بعدها الاقتصادي المبني على تحقيق الربحية وتعظيم القيمة لأصحاب المصلحة، بالتطرق إلى شركة فيسبوك كأنموذج لهذه الدراسة، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي المناسب للوصف المنظم للحقائق والخصائص المتعلقة بالإشكالية المطروحة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن للشركات الناشئة دور بالغ في خلق وتعميق عناصر ومجالات المسؤولية الاجتماعية. حيث استطاعت شركة فيسبوك زيادة إيراداتها السنوية وجذب العملاء والتأثير على رضا العاملين، من خلال الدخل المقدم لهم وتحسين خدمتهم خاصة من الجانب الاقتصادي لمسؤوليتها الاجتماعية ووفقا لما تمليه معايير نجاح الشركات الناشئة.

الكلمات المفتاحية: . الشركات الناشئة، البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، شركة فيسبوك.

Abstract:

The study aimed to identify the role of startups in promoting social responsibility, through its economic dimension based on achieving profitability and maximizing value to stakeholders. Facebook company as a model. The results showed that startups have an extreme role in creating and deepening elements and areas of social responsibility.Where Facebook was able to increase its annual revenues, attract customers and influence employee satisfaction, through income and improve the services provided by the economic side of social responsibility and according to what dictates the criteria for success of startups.

Keywords: Startups, The economic dimension of social responsibility, Facebook Company.

المؤلف المرسل: حميدة رشيدي، **الإيميل:** h.rechidi@univ-chlef.dz

1. مقدمة:

من أبرز المفاهيم الحديثة التي فرضت أهميتها على الساحة الاقتصادية والدولية مفهوم المسؤولية الاجتماعية، الذي يحمل على عاتقه مصلحة المجتمع ككل. ويفرض على الشركات المحافظة والتوازن بين الأهداف الاقتصادية، القانونيه، الأخلاقية والإنسانية على حد سواء، والتي تعرف بأبعاد المسؤولية الاجتماعية. ويعد البعد الاقتصادي الركيزة الأولى للمسؤولية الاجتماعية تتبعها باقي المسؤوليات أو الأبعاد. وهنا يبرز دور الشركات الناشئة باعتبارها شركات تسعى لتسريع النمو وضمان جواز السفر نحو الربحية، والبقاء في بيئة عالمية شديدة التنافس.

- مشكلة الدراسة.

تتمحور الدراسة حول الإشكالية التالية: **ما دور شركه فيسبوك كشركة ناشئة في تحقيق وتعميق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية؟**

وتنبثق من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي معايير قيام وتكوين شركة ناشئة ؟
- ما هي عوامل نجاح الشركات الناشئة ؟
- ما هي مجالات وعناصر البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعيه في اهتمام شركة فيسبوك ؟

- فرضيات الدراسة.

تفترض الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الشركات الناشئة والبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية باعتبار أن الشركات الناشئة تحمل على عاتقها مسؤولية الإيفاء بالمصالح الاقتصادية لأصحاب المصلحة، وأن باقي المسؤوليات أو الأبعاد مرتبطة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

- أهداف الدراسة.

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية متغيرات الدراسة المتمثلة في الشركات الناشئة،كأداة حديثة ونموذج ناجح ومحرك لدعم البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية. بالإضافة إلى قدرة الشركات الناشئة على التوسع في ظل المخاطر المتراكمة التي يتعرض لها عالم اليوم.

2. الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية.

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تباينت التعاريف الموضوعة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ويعود هذا لاختلاف وجهات النظر التي تناولت المفهوم سواء كتابا أو باحثين أو هيئات حكومية وخاصة. **ويعرف Kotler المسؤولية الاجتماعية للشركات "هي التزام لتحسين رفاه المجتمع من خلال الممارسات التجارية التقديرية والمساهمات من موارد الشركة. واستخدم Kotler مصطلح المبادرات الاجتماعية للشركات لوصف جهود كبيرة تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية للشركات بأن: "المبادرات الاجتماعية للشركات هي الأنشطة الرئيسية للشركة لدعم القضايا الاجتماعية وتحقيق المسؤولية الاجتماعية للشركات"**(أبو هربيد،2017، ص16). كما عرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية بأنها: "مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي"(القاضي، 2010، ص08)، ويتبين من هذا التعريف أن المسؤولية الاجتماعية للشركات اتجاه المجتمع تقوم بصفة طوعية دون الحاجة إلى سن لوائح أو قوانين. ويركز البعض على أهمية تمثيل الشكل الهرمي تكون المسؤولية الاقتصادية قاعدته، لأن المنظمة لن تستطيع الصمود وإنجاز مهامها ما لم تكن ناجحة اقتصاديا، والمسؤولية التطوعية قمته، لأنها فوق ما يتوقعه المجتمع من المنظمة أو تلزمها به القوانين والاعراف السائدة. وان توقعات وتطلعات المجتمع للمسؤولية الاجتماعية تتغير بصفة مستمرة، فإن على منظمات الأعمال متابعتها والتنبؤ بأولويات المجتمع حتى تستطيع التفاعل معها والاستجابة لها بكفاءة وفاعلية(الزريقات، 2012، ص294).

ويرى الباحثان أن المسؤولية الاجتماعية **هي مجموع الالتزامات التي تتبناها الشركات بصفة طوعية تضطلع من خلالها إلى توقعات أصحاب المصالح والمجتمع والبيئة التي تنشط فيها على حد سواء، على أن تدرج ضمن مسؤولياتها كل الأبعاد بما فيها البعد الاقتصادي كأساس لضمان تحقيق باقي الأبعاد.**

2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات.

يمكن إجمال أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في النقاط التالية(سهو ومحمد، 2019، ص 93) :

- المسؤولية الاجتماعية تحسن قدرة الشركة وإبقاء أصحاب المصالح.
- تشريع القوانين التي يفترض أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة بالمجتمع.

- تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين سمعة الشركة وصورتها الايجابية لدى الجميع.
- تحافظ على معنويات العاملين والتزامهم وانتاجيتهم بشكل مرتفع.
- عند اعداد عاملين ماهرين ثقافيا ينبغي أن يتضمن المسؤولية الاجتماعية الأولوية في إعدادها فهي تقع في قلب الثقافة المنظمية.

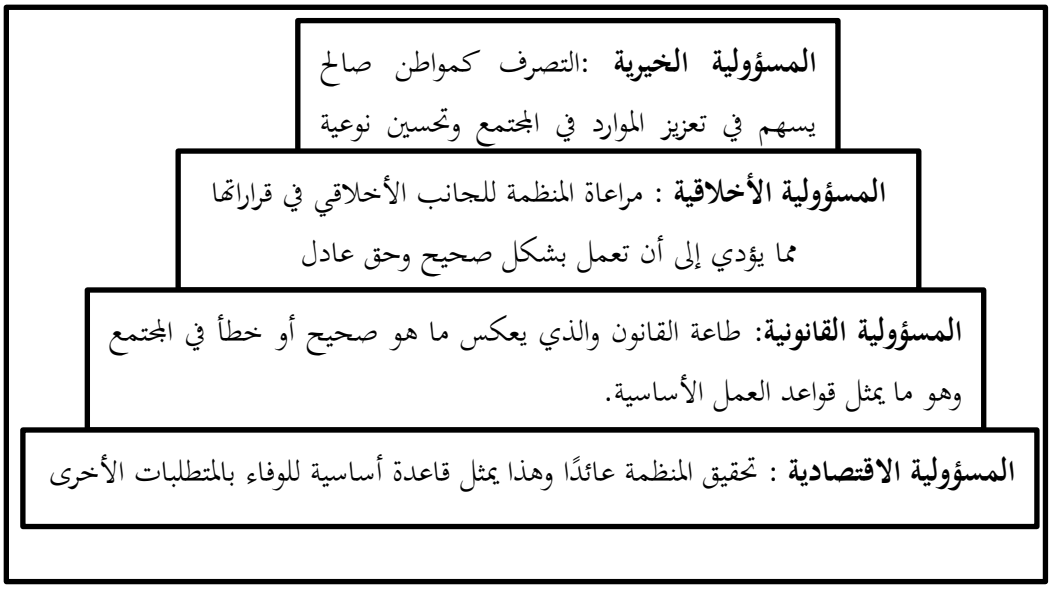
- المسؤولية الاجتماعية تعني دقة إنجاز العمل من قبل العاملين.

3.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

تسعى الشركات المسؤولة اجتماعيا نحو الاهتمام بالمجتمع من خلال الموازنة بين الاهتمامات الاقتصادية، والقانونية والأخلاقية والإنسانية، وقد سبق كل من الجانب الاقتصادي والقانوني الجانبين الأخلاقي والإنساني منذ فترة طويلة، إذ لم يحظيا بالتقدير إلا مؤخرا. وتعرف هذه الجوانب أو ما يصطلح عليه بأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

لقد تم توظيف هذه الأبعاد من طرف (Carroll) في شكل هرمي متسلسل يوضح طبيعة الترابط بين هذه الأبعاد، كما هو موضح في الشكل:

الشكل 01 : "هرم المسؤولية الاجتماعية لـ (Carroll) "



المصدر: (Carroll,1991,405)

- **البعد القانوني:** يمثل التزام المنظمة بالقوانين والتشريعات والأنظمة التي تسنها الدولة. والتي تعد بمثابة تشجيع والتزام المنظمات بأن تنتهج سلوكا مسؤولا ومقبولا في أنشطتها ومخرجاتها المقدمة للمجتمع. وأن لا ينتج عنها أي ضرر، ولا ينعكس هذا السلوك على حدود علاقة المنظمة مع المجتمع فقط، بل يعمل على حماية المنظمات بعضها من بعض، من جراء أساليب المنافسة غير العادلة التي قد تحصل(فروانة والديب، 2016،ص10). وهو ايضا احترام للقوانين المتعلقة بالإنتاج والاستهلاك والضرائب والرسوم المفروضة من الدولة، وينجر عن عدم التقيد بها عقوبات منصوص عليها ومحددة من طرف الدولة.
- **البعد الأخلاقي:** بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، و أن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين(سليماني و صادق،2012، ص03). ويقتضي هذا البعد مراعاة المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع عن طريق احترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك، لهذا يتم التركيز على المنتجات والخدمات المقدمة بما يتوافق ونوعية الحياة في المجتمع، كما يتم التركيز على تقديم الحاجات الأساسية في المجتمع(فروانة والديب، 2016،ص10).
- **البعد الخير (الإنساني):** يرتبط هذا البعد بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام، وما يتفرع ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس ونقل. كما يمثل هذا البعد المزايا والمنافع التي يرغب المجتمع أن يحصل عليها من المنظمة بشكل مباشر، مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة أشكالها.(فلاق،2014، ص28)

ونحاول فيما يلي تقديم البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر تفصيلا.

4.2 مفهوم البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

يشير البعد الاقتصادي إلى أن قطاع الأعمال عليه الالتزام بأن يكون منتجا ومربحا ويلبي الحاجات الاستهلاكية للمجتمع، ويعتمد نمط المسؤولية الاقتصادية على وجهة النظر التي تركز فيها المنظمات على هدف تعظيم الربح، وإن المساهمات الاجتماعية لا تعدو عن كونها نواتج عرضية للبعد الاقتصادي. فالمسؤولية الاجتماعية ببعدها الاقتصادي تتمثل أولا بتحقيق الربح الذي يمكّن المنظمة من تغطية التكاليف المستقبلية، فإن لم تتمكن من تغطية التكاليف من خلال تحقيق الأرباح فإنها لن تتمكن من تلبية أي مسؤولية اجتماعية أخرى، إضافة لتحقيق الربح لباقي الأطراف التي تتأثر بقرارات المنظمة. (فروانة والديب، 2016،ص10).

ويستند هذا البعد إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة الحرة والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي وبما لا يلحق ضررا بالمجتمع والبيئة، وإنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بكلف معقولة ونوعيات جيدة، وفي إطار هذه المسؤولية تحقق المنظمة الفوائد والأرباح الكافية بتعويض مختلف مساهمات أصحاب رأس المال والعاملين وغيرهم(الغالبي والعامري،2005، ص51).

1.4.2 البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وعناصره الرئيسية والفرعية.

الجدول01: عناصر البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

البعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	• منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. • احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين
	التكنولوجيا	• استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها. • استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.

المصدر: (الغالبي والعامري، 2005 ،ص 82).

يبين الجدول أعلاه أن المسؤولية الاجتماعية وإن كانت تشجع على التكنولوجيا والمنافسة من اجل تحقيق الهدف الاقتصادي، إلا أنها تلزم المنظمات بعدم الاحتكار وضرورة احترام البيئة، مع الاهتمام بمصلحة المجتمع.

2.4.2 مجالات البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

يعمل هذا البعد على توجيه المنظمة بمختلف عملياتها وأنشطتها ذات الطبيعة الاقتصادية لتعظيم الأرباح وزيادة المبيعات وتحسين الأداء، لإشباع رغبات أصحاب المصالح الممثلين في:المساهمين، الموردين، والعملاء ، والمنافسين.

- **المسؤولية اتجاه المساهمين:** أهم ما تتطلبه هذه الفئة ما يلي(بوسلامي،2013، ص83):

- تحقيق أكبر ربح ممكن.
- تحسين صورة المؤسسة.

- زياده حجم المبيعات.
- تحقيق نسب نمو عالية.

- **المسؤولية اتجاه الموردين:** يتوقع الموردون ان تحترم المؤسسة تطلعاتهم منها(خويلدات،2011، ص75):

- أسعار عادلة مقبولة للمواد المجهزة لعمليات المؤسسة والالتزام اتجاههم في آجال محددة.
- العمل بصدق وجدية معهم.
- تقوم المؤسسة بتدريب الموردين لتطوير طرق العمل معهم.

إقامة علاقات تجارية طويلة الأمد معهم.

- **المسؤولية اتجاه العملاء:** إن وجود منظمات الأعمال المرتبطة بإنتاج السلع أو الخدمات وذلك يكون بإرضائهم، ومن أهم الأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء وهي(فلاق،2016، ص 58- 59):

- القيام ببحوث التسويق لتحديد احتياجات الزبائن.
- وضع بيانات على عبوة المنتج للتعريف به وكذا تاريخ صلاحيته.
- القيام ببرامج إعلامية تعرف الزبائن بخصائص المنتج وطرق ومجالات استخدامه.

3. الشركات الناشئة.

1.3 مفهوم الشركات الناشئة.

هي مشروع ريادي وعادة ما تكون نشاطا تجاريا حديثا وسريع النمو يهدف الى تلبية احتياجات السوق من خلال تطوير نموذج عمل حول منتج أو خدمة أو منصة مبتكرة. تعمل الشركات الناشئة عادة بموارد محدودة للوصول الى نموذج اعمال قابل للتكرار والتطوير الى مستوى العالمية.

يمكن للشركات الناشئة ان تمثل في جميع الاشكال والاحجام. (Central Baltic Startup Springboard, 2017, p04)

أما التعريف العام المقدم للشركة الناشئة في الاردن فهو كالتالي: " شركة جديدة عادة ما تكون صغيرة في مرحلتها المبكرة من التشغيل، تسعى الى نموذج اعمال مستدامة وقابلة للتطوير ومربحة، وتمتلك الامكانية لتحقيق معدل نمو مرتفع(الوكالة الالمانية للتعاون الدولي،

2019،ص11) .

ويعرف الباحثان الشركات الناشئة بأنها **شركات ذات نشاط تجاري، تهدف لإيجاد حلول لمشاكل بطرق مبتكرة ومطورة أساسها التكنولوجيا العالية ورؤوس الأموال الضخمة، وإعداد نماذج أعمال مستدامة وسريعة النمو من حيث الأسواق والربحية.**

2.3 معايير الشركات الناشئة:

الشركات الناشئة هي شركات:

- مصممة للنمو بسرعة.
- الالتزام بحل مشكلة أصعب من الشركات العادية.
- الالتزام بالبحث عن أفكار نادرة والتي تولد نموا سريعا.
- تحقيق الربحية.
- الانتقال من فكرة الى منتج ومن فريق إلى شركة(Monica and al, 2015, p90) .

3.3 بعض مهام الشركات الناشئة.

- تكوين فريق مؤسس ومتعاون لضمان المهارات الأساسية والمعرفية الموارد المالية. ويجب ان يتكون الفريق المؤسس من مجموعة من المبتكرين يبحثون دائما عن اسواق جديدة او خدمة متميزة.

-اجراء بحوث حول السوق المستهدف.

-تبدأ الشركة الناشئة عادة ببناء الحد الادنى وعرض منتج قابل للتطبيق، كنموذج اولي للتحقق من الافكار الجديدة وتقييمها وتطويرها.

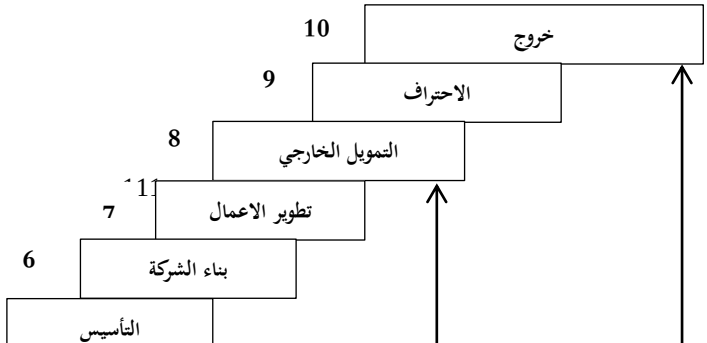
-اجراء بحث معمق لفهم الافكار والتقنيات والاعمال والامكانات.

-اختبار الافكار باسرع وقت وبفعالية من حيث التكلفة.(Monica and al, 2015, p90)

4.3 دورة حياة الشركات الناشئة(Suat and Dilek, 2016, p 635) .

تناولت العديد من البحوث والدراسات مراحل نمو وتطور الشركات الناشئة، من شأنها تفيد رواد الاعمال في تحديد اولويات العمل بشكل أفضل.

الشكل02: "مراحل تطور الشركات الناشئة"





المصدر: (Suat and Dilek, 2016, p 634)

- يوضح الشكل أعلاه مراحل التطور التي تمر بها الشركة الناشئة. **وكمرحلة أولى** يتم فيها تقييم المشروع وهو التقييم الأول للسوق والتقنيات. وتعريف موجز لبرنامج البحث والتطوير والتقييم الأول للفريق والمهارات.

- **المرحلة الثانية** هي تطوير مفهوم الأعمال، تغطي هذه المرحلة تعريفًا تفصيليًا لبرامج البحث والتطوير للوصول الى استراتيجية مناسبة، وتحديد احتياجات رأس المال ووضع خطة عمل بما في ذلك التقييم التفصيلي للأسواق والتكنولوجيا.

- **المرحلة الثالثة** هي تقييم الفريق وتحديد المهارات اللازمة والواجب توفرها، حيث يتم توظيف أعضاء إضافيين في الفريق.

- **المرحلة الرابعة** هي الحاجة إلى التمويل لدفع ثمن الأنشطة الأولية وتأمين المركز. ويعتمد التمويل هنا وبشكل عام من قبل رواد الأعمال أو الملاك المؤسسون.

- **المرحلة الخامسة** هي إنشاء شركة ناشئة. تقيم خلالها الخيارات المتعلقة بالشكل القانوني للشركة وتوجيه عملية التأسيس.

- **المرحلة السادسة** يقوم رواد الأعمال بتقييم الاحتياجات والمعوقات ثم تحديد العمليات والهياكل لبناء الشركة بشكل اوسع.

- **المرحلة السابعة** تتطلب تطوير الأعمال على أساس خبرة الصناعة و شبكة الاتصال.

- **المرحلة الثامنة** هي للتخطيط لجولة الاستثمار والبحث عن المستثمرين المناسبين أو الملاك وأصحاب رؤوس الأموال. تتضمن هذه المرحلة اجراء مفاوضات لتحديد الشروط والعقود اللازمة لتمويل الشركة ونموها.

- **المرحلة التاسعة** الاحتراف وهي مرحلة الانتقال إلى شركة منظمة من خلال تعيين أعضاء إضافيين في فريق الإدارة.

- **المرحلة العاشرة** هي لتقييم خيارات الخروج الملائمة وتخطيط استراتيجية الخروج (Suat and Dilek, 2016, p 635).

5.3 مصادر تمويل الشركات الناشئة.

تمويل الشركات الناشئة يتألف التمويل الداخلي للشركات الناشئة بشكل رئيسي من مساهمات المؤسس وعائلته. مصدر التمويل هذا يعتبر محدودا وغالبا ما يكون غير كاف. يجب على الشركات الناشئة استخدام التمويل الخارجي في وقت مبكر من مراحل تنفيذ المشروع المبتكر. ومع ذلك، حتى لو كانت هذه البداية تعتبر الشركات الناشئة ذات إمكانات نمو قوية وتتميز بأنها **شديدة المخاطرة**. تشكل هذه الميزات تحديا هاما لرواد الأعمال خلال بحثهم عن التمويل اللازم لتطوير نشاطاتهم المرتبطة بالطبيعة المبتكرة لمشروعهم، يعزز المشاكل التقليدية للمعلومات غير المتكافئة مع الخارجية مقدمو التمويل قد يكون لدى الشركات الناشئة حق الوصول إلى التمويل الخارجي من خلال شركات رأس المال أو الأشخاص الطبيعيين، مثل: (البنوك وشركات التأمين وصناديق التقاعد ...). بالإضافة الى رأس المال والخبرة المالية تقدم شركات رأس المال الاستثماري المساعدة والمشورة للشركات بشأن التوظيف، التسويق والعلاقة مع العملاء والموردين، ومراقبة تطورها. في حين يسهل على الشركات الناشئة، بشكل أو بآخر استخدام التمويل من خلال القروض المصرفية أو استثمارات الأسهم. علاوة على ذلك، في هذه المرحلة الأولية، تتدخل السلطات العامة لتخصيص المساعدات العامة (في شكل إعانات مباشرة، قابلة للاسترداد صفر قروض الفائدة...). في المراحل اللاحقة من تطور الشركات وتوسعها وكذا تسويقها للمنتجات، تبين أن لتدخل رأس المال الاستثماري دور مهم من حيث التمويل والمشورة. كما أن الخصائص المحددة لكل شركة تتكيف مع كل من احتياجات التمويل الخارجية والعروض المتاحة لها .
(Achibane and Tlaty, 2019, p-p 276-277)

6.3 عوامل نجاح الشركات الناشئة.(Boyoung and al, 2018, p 06)

- الاستعداد والقدرة على الاستمرار في الانشطة الريادية.
- توفر روح المبادرة والابتكار والاستعداد لتحمل المخاطر وعدم اليقين.
- اغتنام الفرص السوقية والاستفادة منها والسعي وراءها.
- أن يكون أداء الفريق انسانيا وخلاقا.
- التحديد الدقيق للعملاء والاسواق وتلبية احتياجاتهم.

4. الجانب التطبيقي: واقع البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية لشركة فيسبوك كشركة ناشئة.

1.4 التعريف بالشركة الناشئة: فيسبوك.

فيسبوك: كانت فكرة الطالب مارك زوكربيرج عام 2003، الذي اخترق المناطق المحمية في شبكة الكمبيوتر بالجامعة من أجل العثور على صور للطلاب الآخرين. ثم قام بعد ذلك بإقران اثنين بجوار بعضهما البعض في برنامج يسمى "Facemash" وطلب من المستخدمين اختيار الشخص الأكثر جاذبية. وفي بداية عام 2004، أطلق زوكربيرج "Facebook" ، وهي شبكة اجتماعية مخصصة لطلاب جامعة هارفارد، والتي نمت فيما بعد لتشمل كولومبيا وييل وستانفورد. ارتفعت شعبية هذه الخدمة الجديدة بشكل صاروخي وفي منتصف عام 2004، أوقف زوكربيرج دراسته ونقل عمليته إلى بالو ألتو، كاليفورنيا، في قلب وادي السيليكون. بحلول عام 2006، كان فيسبوك مفتوحا للجمهور العام. وفي عام 2019، سجلت الشركة ما يقرب من 70.7 مليار دولار أمريكي من الإيرادات وصافي دخل بلغ 18.49 مليار دولار أمريكي. وهي أيضًا الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية في العالم، مع 2.5 مليار مستخدم نشط شهريًا اعتبارًا من ديسمبر 2019 . (Number of Facebook employees, consulté le 10/07/2020)

2.4 مجموعات أصحاب المصلحة لشركة فيسبوك.

تمتلك شركة فيسبوك مجموعات أصحاب المصلحة الذين تتعامل معهم، مرتبين حسب الأهمية في استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات، ممثلين في: المستخدمين او الأعضاء وهم الأهم بالنسبة للشركة، المعلنين، الموظفين، الحكومات والمجتمعات. (Facebook Inc. has corporate social responsibility, consulté le11/07/2020)

- **المستخدمون/ الأعضاء:** تضم خدمة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على الفيسبوك مليارات المستخدمين الناشطين شهريًا. هؤلاء المستخدمون أو أعضاء الشبكة الاجتماعية هم مجموعة أصحاب المصلحة الذين يتلقون أعلى أولويات الشركة. يتمتع المستخدمون بأهمية كبيرة في المسؤولية الاجتماعية للشركة لأنهم يحددون شعبية وجاذبية خدمة الإعلان على الشبكة الإعلانية للشركة. وهي تهدف إلى زيادة قاعدة مستخدميها باستمرار، والتي تتماشى مع استراتيجية فيسبوك التنافسية الشاملة واستراتيجيات النمو المكثفة. بصفتهم أصحاب مصلحة، يهتم المستخدمون بسهولة استخدام الوسائط الاجتماعية للشركة وخصوصية المعلومات الشخصية وأمنها.

- **المعلنون:** هم المصدر الرئيسي لدخل فيسبوك. وبالتالي، فإن مجموعة أصحاب المصلحة هذه مهمة لأنها تؤثر بشكل مباشر على الوضع المالي للشركة. تشمل اهتمامات المسؤولية الاجتماعية لأصحاب المصلحة هذه خدمة إعلانية فعالة وفعالة ، بالإضافة إلى بيانات دقيقة من الشركة. في جهود المسؤولية الاجتماعية للشركة، تعالج هذه الاهتمامات من خلال التقارير الآلية لتقليل التدخل البشري في عملية الإعلان.كما أن توفير خيارات للمعلنين لاستهداف جماهير معينة على الشبكة الاجتماعية عبر الإنترنت يزيد من فوائد الخدمة الإعلانية ويساهم في تحقيق مواطنة الشركات في هذا المجال. لذلك ، تتعامل استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة فيسبوك مع مصالح مجموعة أصحاب المصلحة هذه.

- **الموظفون:** تقدر الشركة الموظفين من حيث مساهماتهم في أعمال وسائل التواصل الاجتماعي. أصحاب المصلحة مهمون في التأثير على تطور الشركة، وخاصة في تطوير المنتجات وتحسينها. تشمل اهتمامات المسؤولية الاجتماعية للموظفين في التطوير الوظيفي. وتتناول برامجها اهتمامات مباشرة من خلال سياسات تنافسية للموارد البشرية. ومنح بعضًا من أعلى الرواتب في الصناعة، خاصةً كوسيلة لجذب المواهب أثناء التنافس ضد الشركات المنافسة في سوق العمل.

- **الحكومات:** تعد الحكومات من أصحاب المصلحة الرئيسيين في المسؤولية الاجتماعية للشركة، تتضمن استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات على موقع فيسبوك مفاوضات وشراكات مع الحكومات لإظهار الدعم للجهود والبرامج الحكومية.

3.4 أنشطة ومبادرات المسؤولية الاجتماعية لشركة فيسبوك اتجاه المجتمع.

مبادرة تشان زوكربيرج (**CZI**) هي المنصة الرئيسية التي من خلالها يستثمر مؤسس فيسبوك في الأنشطة الخيرية، أما مجالات التركيز الرئيسية لفيسبوك في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التعليم والتكنولوجيا والعدالة الاجتماعية والفرص الاقتصادية.

(Corporate social responsibility and sustainability at Facebook, consulté le15/06/2020)

- **في مجال التعليم:** تشارك **CZI** مع الطلاب والمعلمين والأسر لإنشاء أدوات وبرامج وتقديم الدعم الذي يسهل تطبيق التعلم وعلوم التنمية البشرية. فبرنامج التعلم للقمة هو برنامج خاص مبني على مراعاة احتياجات الطلاب ومصمّم لمساعدتهم على تلبية احتياجاتهم وأهدافهم بأفضل الطرق الممكنة. يتعاون فريق التعليم في **CZI** مع المعلمين لتقديم الدعم المستمر لهذا البرنامج. وفريق تعليم خاص يستشير المعلمين لبناء الأدوات والبرامج التي يمكن أن تلبي

احتياجات الطلاب. يحاول الفريق فهم التعقيدات المرتبطة بالفصول الدراسية، وبالتالي توفير الموارد والأدوات التي يمكن أن تسهل التعلم للطلاب. يدعم برنامج التعلم للقمة أيضا برنامج التوجيه. يعد المعلمون جزءًا مهما من هذا البرنامج، وتبني وجهة نظرهم يجعل من السهل فهم ومعالجة التحديات المتعلقة بالتعلم في الفصول الدراسية.

- **في مجال العدالة الاجتماعية:** مثل التعليم، كرّست **CZI** فريقًا خاصًا للعدالة الاجتماعية أيضًا. مجالات التركيز الرئيسية لبرنامج العدالة الاجتماعية في **CZI** هي إصلاح العدالة الجنائية، والقدرة على تحمل تكاليف الإسكان وشؤون الهجرة. وتساعد الشركة أيضًا الأشخاص في العثور على مساكن ميسورة التكلفة وتأخذ ملايين المهاجرين الذين أصبحوا من المجتمع الأمريكي أقرب إلى الجنسية.

- **في مجال العلوم والتكنولوجيا:** العلوم والتكنولوجيا هي أيضًا مجال تركيز مهم جدا لـ **CZI** يركز فريق خاص على التطورات العلمية والتكنولوجية التي يمكن أن تحل المشاكل البيولوجية والاقتصادية. وقد أنشأت العديد من المشاريع والأدوات التي تسهل على العلماء مواصلة أبحاثهم. ومن أبرز هذه المشاريع والأدوات: .Meta, IDseq, Human Cell Atlas and Starfish

- **Meta**: وهي أداة مبتكرة تدعم الذكاء الاصطناعي تساعد العلماء على اكتشاف البحوث الطبية الحيوية بسهولة.

- **IDseq**: يركز على اكتشاف الأمراض المعدية. تقدم IDseq أدوات حسابية وتدريبية واستكشاف البيانات للباحثين والأطباء على مستوى العالم، مما يسهل تحليل البيانات وإنشاء الرؤى.

وبالمثل،

- **Human Cell Atlas and Starfish** : ينصب تركيزه على إنشاء خريطة مرجعية لجميع أنواع الخلايا البشرية وخريطة النسخ المعتمدة على الصور.

4.4 البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية لشركة فيسبوك.

تساهم شركة فيسبوك في بلورة البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، ومن أهم إنجازات الشركة التي تستند إلى اعتبار اقتصادي ما يلي:

1.4.4 المساهمة الاجتماعية لشركة فيسبوك في خلق مناصب الشغل .

- الجدول2: عدد موظفي شركة فيسبوك بدوام كامل من 2004 إلى 2019.

السنة	عدد الموظفين
2007	450

850	2008
1,218	2009
2,127	2010
3,200	2011
4,619	2012
6,337	2013
9,199	2014
12,691	2015
17,048	2016
25,105	2017
35,587	2018
44,942	2019

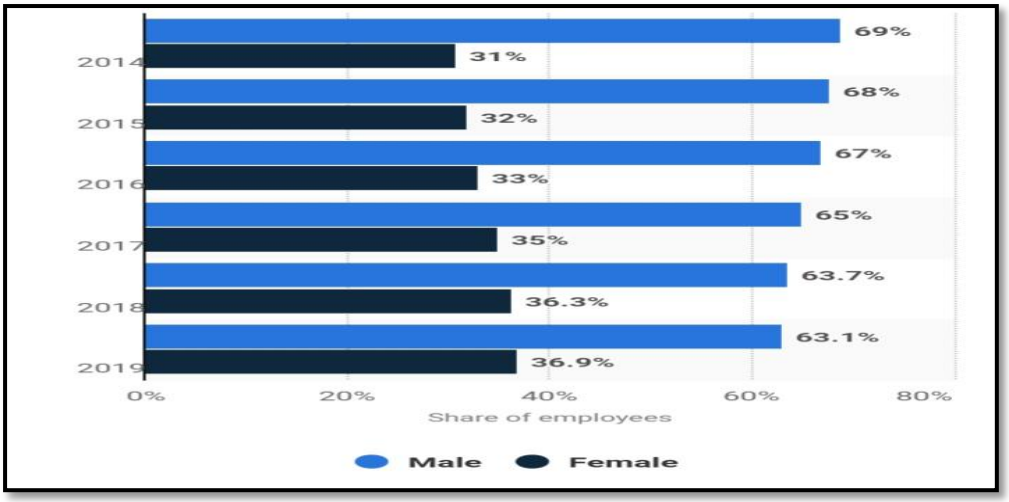
المصدر: (Number of Facebook employees, consulté le10/07/2020)

بلغ عدد الموظفين في شركة فيسبوك عام 2019 ما يفوق 44 ألف عامل، وهذه الزيادة مستمرة في خلق مناصب الشغل منذ البدايات الاولى لنشاط الشركة.

2.4.4 المساهمة الاجتماعية لشركة فيسبوك في تشغيل الأقليات من فئات المجتمع.

نحاول فيما يلي التعرف على حصة تشغيل كل من الاناث والذكور في الشركة.

الشكل03: "توزيع موظفي شركة فيسبوك في العالم حسب الجنس (2014 – 2019)"



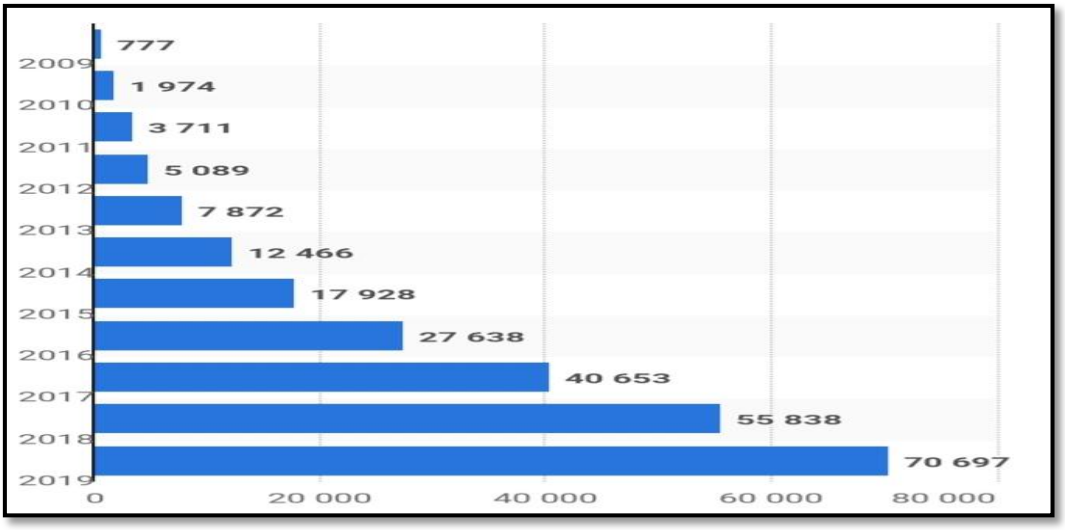
المصدر(facebook-employee-gender, consulté le10/07/2020)

يبين الشكل 03 نسبة الموظفين في الشركة حسب الجنس خلال السنوات 2014 إلى غاية 2019، ونلاحظ أن الشركة لم تستثن عنصر الإناث في العمل، وتعمل الشركة على زيادة توظيف هذا العنصر من المجتمع كل سنة، بالرغم من أنه يمثل نسبة 36.9 % فقط مقارنة بنسبة الذكور (63.1 %) خلال العام 2019.

3.4.4 المساهمة الاجتماعية لشركة فيسبوك في تحقيق العائد الاقتصادي.

نما صافي أرباح شركة فيسبوك مالكة أكبر موقع تواصل اجتماعي عبر الإنترنت، بنسبة 7 بالمئة على أساس سنوي خلال الربع الأخير ، وذكرت "فيسبوك" أن نصيب السهم الواحد من الأرباح المحققة سجل 2.56 دولارا في الربع الأخير 2019، فيما كانت توقعات محللين تشير حصة لا تتجاوز 2.50 دولارا. يأتي نمو أرباح الربع الأخير، مدفوعا بارتفاع إجمالي الإيرادات بنسبة 24.6 بالمئة إلى 21.08 مليار دولار، ارتفاعا من 16.91 مليار دولار في الفترة المقابلة من 2018،(Facebook: annual revenue, consulté le15 /06/2020). ولقد تطورت ايرادات الشركة منذ عام 2009 كما يلي:

الشكل04: "إيرادات شركة فيسبوك السنوية من 2009 إلى 2019 (بملايين الدولارات الأمريكية)"



المصدر:(annual-revenue-of-facebook , consulté le15/06/2020)

يتبين لنا من الشكل أعلاه الزيادة المستمرة لإيرادات الشركة منذ نشأتها. ففي عام 2019، بلغت إيرادات شركة فيسبوك قرابة 70.7 مليار دولار أمريكي، ارتفاعًا من 55.8 مليار دولار أمريكي في السنة المالية السابقة أي عام 2018. وكان مصدر الدخل الرئيسي للشبكة الاجتماعية هو الإعلان الرقمي.

4.4.4 المساهمة الاجتماعية لشركة فيسبوك في توزيع دخل الموظفين.

وتتوزع المداخيل السنوية لبعض الوظائف في الشركة على سبيل المثال لا الحصر ،كما يلي:

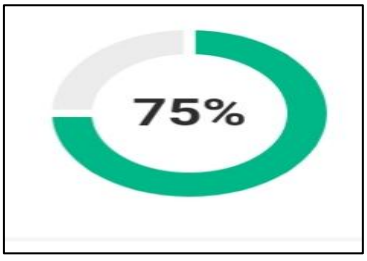
الجدول01: "متوسط الدخل السنوي لبعض الوظائف في شركة فيسبوك"

الوظيفة	متوسط الدخل (دولار/ السنة)
مدير البرنامج الفني	194,555
مدير التسويق	176,321
مهندس برمجيات	186,072
مصمم المنتج	214,013
مدير العمليات	248,020
عالم أبحاث	190,230

المصدر:(facebook salaries , consulté le10/07/2020)

نلاحظ أن دخل الموظف في الشركة يختلف حسب نوع الوظيفة. أما درجة رضا موظفي الشركة بقيمة الرواتب الممنوحة لهم فكانت:

الشكل05: "نسبة رضا موظفي شركة فيسبوك بالدخل المقدم لهم"



المصدر:(facebook salaries , consulté le10/07/2020)

يعتقد معظم الموظفين أنهم يتلقون أجورًا عادلة من قبل الشركة، حيث تبلغ درجة الرضا نسبة 75% .

5.4.4 المساهمة الاجتماعية لشركة فيسبوك في تقديم الحوافز والامتيازات.

- تدعو شركة فيسبوك إلى "نهج شامل للفوائد والامتيازات"، مركزة على العديد من المجالات المختلفة، بما في ذلك الصحة والعائلة والمجتمع والتمويل والراحة. ومن الامتيازات التي تقدمها الشركة للموظفين في أمريكا الشمالية:

- أربعة أشهر من الإجازة المدفوعة للأمهات والآباء الجدد، خلال السنة الأولى من ولادة الطفل أو تبنيه.

- ورشة إصلاح دراجات موظفي مينلو بارك بالشركة.

- بدلات صحية لتمويل عضوية صالة الألعاب الرياضية أو الأنشطة الصحية الأخرى.

- 21 يومًا من الإجازة المدفوعة للموظفين بدوام كامل.

- تخصيص رواق مليء بألعاب الفيديو للعاملين في مينلو بارك.

- منح 4000 دولار في صورة "أموال نقدية للأطفال" للآباء الجدد، إلى جانب المساعدة المالية لرسوم علاج أمراض النساء والتبني.

- تقديم وجبات مجانية ووجبات خفيفة طوال اليوم.

- الوصول إلى محل الحلاقة في الموقع في مكتب مينلو بارك.

- العناية بالصحة والأسنان في الموقع.

- تقديم خدمات طب الأسنان في مقر فيسبوك .

- تقديم Shutterstock خدمة صف السيارات لمقر مينلو بارك، إلى جانب محطة شحن مجانية للسيارات الكهربائية.

- تقديم خدمات التنظيف الجاف في مكتب مينلو بارك بشركة فيسبوك. (Benefits for Facebook Employees, consulté le 15/06/2020)

5. خاتمة:

يستند البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية للشركات خلق القيمة وتعظيم مصلحة أصحاب المصالح من حملة الأسهم والشركاء والعاملين والعملاء...، دون التعارض مع مصلحة المجتمع. و ولتفعيل حركة النشاط الاقتصادي وضمان مستقبل المجتمعات، وضعت الدول والحكومات في قائمة أولوياتها الشركات الناشئة كسبيل للاستثمار الاجتماعي والرفاه الاقتصادي والاستدامة البيئية على أساس أن طبيعة الشركات الناشئة تتوافق بدرجة كبيرة ومرام البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية والمعايير التي يقوم عليها. وشركة فيسبوك تعتبر شركة ناشئة تدعم وترسخ البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية على نحو الاستنتاجات التالية:

- شركة فيسبوك شركة ناشئة انطلقت من فكرة ايجاد حل لمشكلة التواصل الاجتماعي بين طلاب جامعة هارفارد على يد مؤسسها مارك زوكر بيرج لتصبح بعد ذلك اكبر شبكة اجتماعية في العالم.

- تتبنى شركة فيسبوك المسؤولية الاجتماعية، وتضع مستخدمي الشبكة الذين فاق عددهم 2 مليار مستخدم في أولى قائمة أصحاب المصلحة يتلقون من الشركة تسهيل استخدام الوسائط الاجتماعية وتسعى للمحافظة على خصوصيات بياناتهم.

-كما تهتم الشركة أيضا بأصحاب المصلحة من معلنين وموظفين وحكومات على ترتيب أولوياتهم.

-عائدات الشركة في نمو مستمر. وهي تتوافق في ذلك مع المعايير التي تقوم عليها الشركات الناشئة في تعظيم الربحية وتوسيع السوق وتعميق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، حيث بلغت قيمة عائدات الشركة اكثر من70 مليار دولار أمريكي عام 2019.

-تدمج شركة فيسبوك عوامل نجاح الشركات الناشئة وتكريس مجالات المسؤولية الاجتماعية إذ تستعمل التكنولوجيا العالية وتنشئ العديد من المشاريع في مجال العلوم والتكنولوجيا والتعليم خدمة للمجتمع.

-حققت شركة فيسبوك نسبة 75% من درجة رضا الموظفين في ما يخص توزيع الدخل، وهي نسبة مهمة للشركة لأنها تعتبر المورد البشري عنصرا من أصحاب المصلحة المؤثر على تطور الشركة، وبذلك فهي تدعمه في إطار مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه الموظفين علاوة على الدخل الجيد، بتقديم خدمات الراحة والترفيه ومنحه امتيازات أخرى كالعناية بالصحة والأسنان والشحن المجاني للسيارات الكهربائية.

6. قائمة المراجع:

- باللغة العربية:

- الكتب:

1.الغالبي طاهر محسن ، العامري صالح ، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، الأردن، دار وائل للنشر التوزيع، 2005.

2.فلاق محمد ، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، عمان، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016.

3.القاضي أحمد سامي عداي ابراهيم ، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية(مجالاتها- تاثيرها على الأداء)، كلية التجارة ، جامعة أسيوط، مصر، 2010.

4.الوكالة الالمانية للتعاون الدولي(GIZ) ، اقتصاد الشركات الناشئة في الاردن، المساهمة الاقتصادية وامكانات الشركات الناشئة العاملة في مجال التكنولوجيا، عمان، الاردن، 2019 .

- الرسائل والأطروحات:

1.أبو هربيد ياسر سعيد، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة شركة توزيع كهرباء محافظات غزة، رسالة ماجستير تخصص إدارة الدولة والحكم الرشيد، جامعة الأقصى، فلسطين، 2017.

2.بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مجمع صيدال الجزائر العاصمة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف1، الجزائر، 2013.

3.خويلدات صالح، المسؤولية الاجتماعية لوظيفة التسويق للمؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011.

4.الزريقات خالد خلف سالم ، أثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية، جامعه الإسراء الخاصة، الاردن، 2012.

5.فلاق محمد ، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال "دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 2014.

- المقالات:

1.سهو نزهان محمد،محمد عبد الرحمن كريم، دور الجامعات العراقية في إطار المسؤولية الاجتماعية دراسة استطلاعية لآراء عينة من أعضاء الإدارات العليا في جامعة سامراء، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد15، العدد (خاص)، 2019.

- المداخلات:

1.سليماني الياس، صادق زهراء، المسؤولية الاجتماعية للشركات و دورها في حماية المستهلك، الملتقى الدولي حول منظمات الأعمال المسؤولية الاجتماعية، 2012، جامعة بشار، الجزائر.

2.فروانة حازم،الديب سليمان، دور الجودة في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص في قطاع غزة دراسة حالة (شركة جوال، شركة الاتصالات الفلسطينية، بنك فلسطين)، المؤتمر العلمي الاول لكلية المال والاعمال المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص وانعكاساتها على المجتمع الفلسطيني، 2016، جامعة فلسطين.

ب– باللغة الأجنبية:

1. Achibane Mustapha, Tlaty Jamal, The Entrepreneurial Finance and the Issue of Funding Startup Companies, Article in European Scientific Journal, 2019.

2. Boyoung Kim, Hyojing Kin, Youngok Jeon, Critical Success Factors of a Design Startup Business, Case Report, Sustainability, MDPI, Open Access Journal, vol10(9), 2018.

3. Carroll A. B, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizon, Vol. (34) 1991
4. Central Baltic Startup Springboard, Startup Manual, Guide to start and launch your startup business in Tallinn, Riga and Turku, August 2017, p04.
5. http://panmore.com/facebook-inc-stakeholders-corporate-social-responsibilities consulté le 11/07/2020
6. https://notesmatic.com/2019/05/csr-and-sustainability-at-facebook/ consulté le15/06/2020
7. https://www.inc.com/business-insider/facebook-employee-perks-benefits-united-states-california-mark-zuckerberg.html consulté le 15/06/2020
8. https://www.statista.com/statistics/268604/annual-revenue-of-facebook/ consulté le 2020/06/15
9. https://www.statista.com/statistics/273563/number-of-facebook-employees/ consulté le10/07/2020
10. Monica Liba, Remus Dobra, Andrea Cristina Lonica, Right Pollex: From patent to startup, Acta Universitatis cibiniensis, technical Series, vol.lx VI, Romania, 2015.
11. Suat Teker , Dilek Teker, Venture Capital and Business Angels: Turkish Case, 12th International Strategic Management Conference, 28-30 October 2016, Antalya, Turkey.
12. https://www.statista.com/statistics/311827/facebook-employee-gender-global/ consulté le10/07/2020
https://www.indeed.com/cmp/Facebook/salaries

المؤسسات الناشئة والإستجابة السريعة للأزمات (أزمة كورونا)

Startups and rapid response to crises (Corona crisis)

ط.د/ مبروك بوقرة[1]، د/ على بوصنوبرة[2]
[1] جامعة باجي مختار عنابة، boumab23@Gmail.com
[2] جامعة باجي مختار عنابة، ali.bousnobra@graduateinstitute.ch

ملخص:

من نتائج إنتشار الفيروس التاجي المستجد إجراءات الإغلاق التي تهدد وجود العديد من المؤسسات الناشئة المبتكرة، لذا يتم تسليط الضوء في هذا البحث على الإستجابة السريعة من خلال، **أولاً:** التحديات التي يواجهها رواد الأعمال بسبب الأزمة؛ **وثانياً:** كيفية تعامل رواد الأعمال مع آثار الأزمة؛ **وثالثا:** تقدم التدابير لواضعو السياسات لمساعدة رجال الأعمال المنكوبين.

يستنتج من هذه الدراسة، أن نجاح المؤسسات الناشئة المستفيدة من مواردها المتاحة كإستجابة أولى للأزمة، فإن نموها وإبتكارها مهدد بمخاطر. لذا يجب ألا تقتصر تدابير سياسة الإسعافات الأولية للمؤسسات الناشئة على تخفيف القيود المفروضة على التدفق النقدي فقط، بل يجب أن تتعدى إلى تدابير طويلة المدى تخص دعم نظامها البيئي الأوسع لضمان التعافي والنمو السريع.

الكلمات المفتاحية: سياسة الترقيع، فيروس كورونا، الأزمة، رجال الأعمال، المؤسسات الناشئة.
تصنيفات JEL : L26؛ M23؛ P46.

Abstract:

From the results of the spread of the new coronavirus is the closure measures that threaten the existence of many innovative Startups. Therefore, this research highlights a rapid response through. Firstly: the challenges that entrepreneurs face due to the crisis; Second: How entrepreneurs deal with the crisis effects; And third: measures are provided to policymakers to help distressed businessmen.

It is concluded from this study, that the success of Startups that benefit from their available resources as a first response to the crisis, their growth and innovation is threatened by risks. Therefore, first aid policy measures for Startups should not be limited to easing restrictions on cash flow, but rather long-term measures to support their wider ecosystem to ensure rapid recovery and growth.

Keywords: Patchwork policy, Corona Virus, Crisis, Entrepreneurs, Startups.
Jel Codes: L26; M23; P46.

المؤلف المرسل: ط.د/ مبروك بوقرة **الإيميل:** boumab23@Gmail.com

1. مقدمة:

هذا البحث يستهدف شد الإنتباه نحو زاوية معينة تم إهمالها إلى حد كبير في مناقشات الأدبيات العامة، تتمحور حول المؤسسات الناشئة المبتكرة، التي يبدو أن معظم المبادرات السياسية المطبقة لحماية الإقتصاديات خلال أزمة كورونا تعالج الشركات القائمة، لحماية اليد العاملة وضمان إستمرارية النشاط الإقتصادي. كما تركز الجهود حاليًا على حماية كل ما هو الحاضر، بينما يحظى مستقبل النشاط الإقتصادي بإهتمام أقل. رغم أن المؤسسات الناشئة المبتكرة ستشكل نسيج هذا النشاط الإقتصادي المستقبلي، فهي واحدة من أكثر الفاعلين ضعفًا في أي إقتصاد. حيث أنها تواجه إلتزامات من الحداثة والصغر التي تهدد إستمرار وجودها، وقد يزداد هذا الوضع سوءًا خلال الأزمات، وعليه فإن إنتشار فيروس كورونا سيحد ويقلص إمكانات هائلة للإبتكار المتراكمة في السنوات الأخيرة، حيث يفترض أنها تكون مصدر لتوليد قيم إقتصادية وحتى مجتمعية وبيئية في أقرب الآجال. فالإجراءات التي إعتمدتها الحكومة الألمانية مثلا، المستهدفة لحماية الشركات بما فيها الشركات الناشئة المتضررة من أزمة الجائحة، ثمتلت في الدعم الضريبي، والقروض والبرامج الخاصة التي تطرحها بنوك الإئتمان لإعادة التنمية الألمانية (**KfW**)، كما تقدم بنوك التنمية الألمانية أيضا برامج دعم أخرى للشركات الناشئة، تمثلت في قروض النمو، وخطط الإستثمار المشترك. علاوة على ذلك، فإن التدابير الأساسية تتمحور حول حزمة المساعدات على مستوى الوطني للشركات الكبيرة والتجار ورجال الأعمال. لكن العديد من هذه التدابير ليست متاحة للشركات الناشئة، لكون أن معيار الربح من أحد المعايير التي يتعذر على الشركات الناشئة خاصة منها المبتكرة تلبيتها في الآجال القريبة من إنشائها، وهو ما يفسر بوضوح وقوع هذه الشركات تكون تحت الضغط المستمر.

كما أن جائحة كورونا تسببت في العديد من إغلاق إقتصاديات معظم دول العالم، وهو ما أدى إلى خلق وضع لا مثيل له في أدبيات ريادة الأعمال، رغم وجود مجموعة من الأبحاث تناولت ريادة الأعمال وإدارة الأزمات ، والتي يمكن الإستعانة بها في هذه الدراسة. حيث يُطلق على القسم الأول منها تسمية إدارة أزمة ريادة الأعمال، يناقش من خلاله كيفية إستبجابة الشركات للأزمة بالتركيز أكثر على عامل المرونة. ويسمى القسم الثاني من هذه الأبحاث، السياسات المعززة لبقاء الشركة خلال الأزمة، بحيث يدعم هذا التيار واضعي السياسات ويمكنهم من تطوير التدخلات الملائمة. على خلفية ذلك، جاءت هذه الدراسة البحثية بهدف محاولة تقديم الأدلة في الوقت المناسب بدلاً من شرح الأزمة وتأثيراتها بعد الحدوث.

إذًا فالإشكال المطروح هنا يكمن في مدى إستبجابة المؤسسة الناشئة لأزمة إنتشار فيروس كورونا، كما تهدف الإستبجابة السريعة إلى تسليط الضوء على ثلاثة أسئلة بحثية فرعية ملحة ترتبط بإدارة أزمة ريادة الأعمال على المستوى الجزئي ومبادرات السياسة على المستوى الكلي، والتي هي على النحو التالي:

1. ما مدى الإهتمام بتحديد أشكال الصعوبات التي تواجه المؤسسات الناشئة على ضوء الإغلاق الفوري؟

2. ما مدى نجاعة الإستراتيجيات المستخدمة في تكيف المؤسسات الناشئة مع إدارة الأزمات؟

3. ما هي الإجراءات المتخذة لحماية الشركات الناشئة أثناء أزمة كورونا؟

المراجعة المبدئية للأبحاث السابقة المعالجة للأزمات وريادة الأعمال، تبدو الإجابات المقدمة لهذه الأسئلة في سياق معين يغلب عليه الطابع الوصفي التحليلي من خلال الإعتماد على الأساليب المختلطة، والأساليب المتضمنة هي تحليل نوعي لمقابلات أجريت على مجموعة من المشاركين في أدوار مختلفة في النظام البيئي لريادة الأعمال الألماني. وعليه تمت هيكلة موضوع الدراسة على النحو التالي:

2. أدبيات المؤسسات الناشئة ومفاهيم حول أزمة كورونا وتطوراتها:

1.2. الأدبيات حول المؤسسات الناشئة:

1.1.2. مفهوم المؤسسة الناشئة (Start-up):

يكمن سر نجاح المؤسسة حاليا في ما ينبثق من فكرة مشروع وما يتجسد بما لها من إمكانات في إطار سياسات وإستراتيجيات وخطط تنسجم مع أهدافها، كما تعد بداياتها في شكل مؤسسة ناشئة من أهم مراحل دورة حياتها، لذا وقبل كل شيء يستوجب الرجوع إلى مجموعة من التعاريف لهذه المؤسسة الناشئة كالتالي:

تعريف (Eric RIES): أحد المنظرين لهذا المفهوم في كتابه (**The lean startup**) المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صمم لخلق منتوج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة. (Ries, 2011, p. 37) حسب هذا التعريف فالمؤسسة الناشئة تقدم منتوج أو خدمة جديدة مع عدم التأكد من بيئة الأعمال المحيطة بها.(بروال، 2017، صفحة 20)

تعريف (Patrick FRIDENSON): في كاتبه (**Enterprise historian**)، يرى أن تكوين مؤسسة ناشئة ليس مسألة عمرها أو حجمها أو قطاع نشاطها، بل يجب توفر أربع شروط جوهرية كما يلي: (بروال، 2017، صفحة 20)

- النمو المحتمل عال؛
- استعمال تكنولوجيا جديدة؛
- التمويل الضخم، والحصول على مختلف أشكال المساهمة؛
- أن تكون في سوق جديدة وصعوبة تقدير خطرها.

لذا فالمؤسسة الناشئة تتبنى تكنولوجيا جديدة لفتح سوق جديد في ظل احتياجات مالية معتبرة ومعدل نمو سوق عالية، لكن هذا التعريف صيغ بالإعتماد على

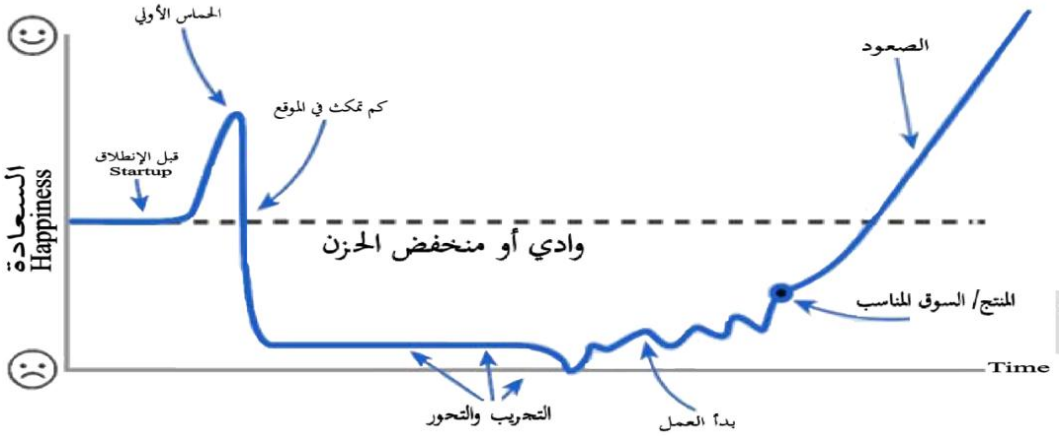
تحليله لمؤسسات كبرى مثل (Google; Apple; Facebook; Amazon; Microsoft)، وغيرها من المؤسسات الأخرى المعتمدة على تمويلات كبيرة وجاءت بتكنولوجيات جديدة في الأسواق، وهو ما لا ينطبق على مؤسسات تنشط في قطاعات لا تعتمد على التكنولوجيات بقدر ما تدرس حجم الطلب المتوقع وقدراتها التمويلية محدودة.

من خلال التعاريف السابقة، يمكن التوصل إلى تعريفا شاملا للمؤسسة الناشئة، والتي هي عبارة عن مجموع الموارد المادية وخاصة منها المالية والبشرية الموضوعة لتطوير وتنمية فكرة إبداعية قد تكون إما جديدة أو موجودة في أسواق، وغالبا ما تمول هذه الفكرة المبدعة من متعاملين إقتصاديين والمؤسسات الرائدة والبنوك والدعم الحكومي.

2.1.2. دورة حياة المؤسسة الناشئة:

قد يتبادر إلى الأذهان أن ما يميز المؤسسات الناشئة هو إستمرارية النمو، لكن الواقع بخلاف ذلك، لأن الكثير من هذه المؤسسات يتعثر ويجتاز مراحل غاية في الصعوبة وتباين شديد في النمو قبل إدراك الطريق نحو القمة، وهو ما يمكن توضيحه من خلال شكل المنحنى التالي: (Graham, 2014, p. 01)

الشكل رقم (01) "منحنى السعادة للمؤسسة الناشئة"



Source: (Graham, 2014, p. 01)

يوضح الشكل أعلاه المراحل الخمسة التي تمر بها الشركات الناشئة نحو تطورها، والتي هي كما يلي: (الشريفة، 2018، صفحة 421)

المرحلة الأولى: وتكون قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حين إعتماد شخص ما، أو مجموعة من الأفراد على طرح نموذج أولي لفكرة إبداعية جديدة، حيث يتم التعمق في البحث، ومعالجة الفكرة جيدا ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلكين المستهدفين، قصد التأكد من إمكانية تنفيذها في الواقع وتطويرها مع إمكانية إستمرارها مستقبلا، وبالتالي البحث عن تمويل لها، والذي غالبا ما يكون في المراحل الأولى ذاتيا، مع الحصول على بعض المساعدات الحكومية إن أمكن.

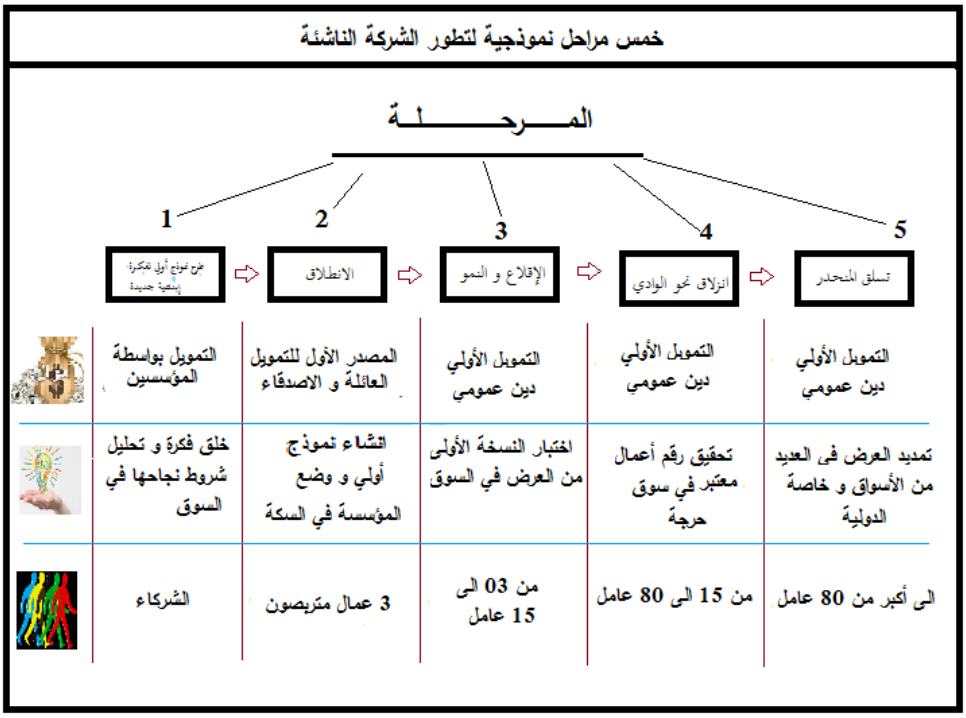
المرحلة الثانية: وهي مرحلة الانطلاق، التي يتم خلالها إطلاق الجيل الأول من المنتوج أو الخدمة غير معروفة، تمتاز هذه المرحلة بصعوبة إيجاد من يتبنى الفكرة واقعيا لأجل تمويلها، وتعرف أيضا هذه المرحلة بإعتماد رائد الأعمال على ما يعرف بـ **(FFF: Friends, Family, Fools)**، وغالبا ما تكون العائلة والأصدقاء هم المصادر الأولى التي يعتمد عليها المقاول في الحصول على التمويل، كما يمكن الإعتماد على تمويل الأشخاص المقامرين بأموالهم، خاصة عند البداية، أين تكون درجة المخاطرة عالية جدا. وتمتاز هذه المرحلة بارتفاع سعر المنتوج، وضرورة الترويج بشكل كبير، والشروع في الدعاية للمنتج من قبل الاعلام.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو، حيث يبلغ فيها المنتج الذروة، تمتاز بالحماس العالي، ويزداد العرض ويرتفع ليبلغ المنتوج لذروته، كما يمكن توسيع النشاط إلى خارج دائرة مبتكريه الأوائل، ويظهر حينها الضغط السلبي بسبب تزايد تعداد عارضي المنتج، وبالتالي ظهور الصعوبات والتحديات (على رأسها الفشل) التي تدفع بمنحنى النمو نحو التراجع.

المرحلة الرابعة: تعرف بمرحلة الانزلاق نحو الوادي، رغم إستمرار تمويل المغامرين (رأس المال المغامر) للمشروع، إلا أنه يستمر في التقهقر ليصل إلى مرحلة وادي الحزن أو وادي الموت، وهو بمثابة سببا لخروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة.

المرحلة الخامسة: وتوصف بمرحلة تسلق المنحدر، حيث يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بتعديل منتوجه والدفع بإصدارات محسنة، والإعتماد على إستراتيجيات ناجعة، مع اكتساب الخبرة لفريق العمل، هذا ما سيدفع بالشركة الناشئة للنهوض من جديد، حيث يتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع. وتسرع المؤسسة الناشئة في النمو المتزايد والمستمر، حيث يرتفع المنحنى، مع احتمال أن 20% إلى 30% من الجمهور المستهدف قد اقتنع بالإبتكار الجديد، لتبدأ مرحلة إقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

الشكل رقم (02) "المراحل النموذجية الخمس لتطور الشركة الناشئة"



المصدر: (Ludovic, 2018, p. 01) بتصرف

3.1.2. أسباب فشل المؤسسات الناشئة:

إنه لمن الصعب تحديد نقاط قوة وضعف المؤسسة الناشئة في بداية نشاطها، ومنه ليس بالأمر الهين أن تكسب ميزة تنافسية في المجال الذي تنشط فيه، في ظل سوق يديرونه قادته من موردين ومنتجين، مع صعوبة كسب المستهلك وجعله يثق بالمنتوج الجديد أو إستعمال علامة جديدة، وهو ما يفسر التحديات والعراقيل التي تحول دون التوسع والنمو، مع إمكانية الإفلاس، فأسباب الفشل يمكن حصرها في ما يلي: (بروال، 2017، صفحة 21)

- ✓ **عدم دراسة السوق وتحليل البيئة العامة**، خاصة فيما يتعلق بتحليل سلوك المستهلك ومدى احتياجه لهذا المنتوج أو الخدمة. مع دراسة المنافس وموقعه في السوق، والتركيز على الموردين ومدى تعاونهم.
- ✓ **سوء دراسة الجدوى**: حيث أنه إذا تم الإعتماد على معلومات غير دقيقة وتتسم بالعمومية في دراسة جدوى المشروع وعوائده المتوقعة وتكاليفه ومخاطره، يؤدي إلى هدر الكثير من الأموال والجهد والوقت في الآجال القريبة دونما رقابة أو مراعاة لمحدودية القدرات.

- ✓ **الإعتماد على الهيكل التنظيمي يشوبه الركود الإبداعي**، مع عدم إحداث هندسة للمورد البشري بشكل دوري، لتحسين الأداء ورفع الكفاءة.
- ✓ **نقص الخبرة في مجال النشاط**، مع عدم اللجوء إلى التكوين والتدريب اللازم لتجسيد فكرة المشروع.
- ✓ **نقص الاستشارة المتخصصة والتأهيل** والهيئات المرافقة سواءا كانت عمومية أو خاصة.
- ✓ **التحديات اللوجستية أمام المصدرين**، في ظل عدم التمكن من ميكانيزمات التصدير.
- ✓ **اللجوء إلى صيغ تمويل خاطئة** كالقروض قصيرة الأجل أو صيغ تمويل لا تصل فيها نسبة صاحب المشروع أحيانا إلى 10% مثل ما هو في حالة القرض المصغر.
- ✓ **التسرع في تحقيق الأرباح** وإهمال بناء صورة للمؤسسة على المدى البعيد.
- ✓ **الغموض في التركيز على هدف معين** ورؤية واضحة لمستقبل المؤسسة، وعدم تبني إستراتيجية مخصصة للمراحل التالية من دورة حياتها.
- ✓ **غياب الحافز المحرض** لمواصلة المشروع في ظل الإعتماد على فريق عمل يسوده الصراع.
- ✓ **إمكانية تقادم فكرة المنتوج** مع عدم التميز بتحسينات وإضافات مفيدة للمستهلك، أو عدم تطويرها بعد إطلاقها والاكتفاء بمداخيلها الأولية التي سرعان ما تتراجع بدخول البدائل ووجود منافسة.

2.2. مفاهيم حول أزمة كورونا:

1.2.2. مفهوم مرض (COVID-19):

عند الإستفسار عن ماهية فيروس كورونا، يمكن توضيحه على أنه: "فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عددا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (المارس)".((UNRWA)، 2020) إذن فهو مرض معد يسببه فيروس كورونا المكتشف مؤخرا.

2.2.2. تطور جائحة كورونا:

قبل ظهور وباء كورونا في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، لم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس المسبب للمرض المستجد، الذي تبدو أعراضه أكثر شيوعا في الحمى والإرهاق

والسعال الجاف. ضف إلى معاناة بعض المرضى من الآلام والأوجاع. وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة. فيتعرض بعض الناس للعدوى دون أن تظهر عليهم أي أعراض ودون أن يشعروا بالمرض. كما يتعافى أغلب الأشخاص من المرض دون علاج. لكن قد تشتد حدة المرض لدى شخص واحد على الأقل مقابل كل 6 أشخاص يصابون بالعدوى، هؤلاء المصابون يعانون من ضيق التنفس. مع تزايد إحتمالات إصابة المسنين والأشخاص المصابين بالأمراض المزمنة (كإرتفاع ضغط الدم أو داء السكري أو أمراض القلب) بأمراض مستعصية. وقد توفي عدد معتبر من الأشخاص الذين أصيبوا بالمرض. مما يستوجب على المرضى الذين يعانون من الحمى والسعال وصعوبة التنفس طلب الرعاية الطبية.

مع بداية ربيع عام 2020، تطور وباء فيروس كورونا إلى جائحة تستوجب حالة طوارئ عالمية للصحة العامة، وهو ما ساهم في تفاقم الأزمة الإقتصادية الحادة. إضافة إلى أزمة الطاقة التي كان يعاني منها الإقتصاد العالمي، وقد إنخرطت جل حكومات دول العالم في إتخاذ إجراءات سياسية سريعة ضمن نطاق غير مسبوقين، لغرض إحتواء الفيروس، وتوفير رعاية صحية فعالة، ومنع الإنهيار الإقتصادي.

على غرار هذه صدمة خارجية غير المسبوقة التي تعاني منها إقتصاديات جميع بلدان العالم، رغم من أن حدوث جائحة ناجم عن تفشي فيروس جديد أمر غير مفاجئ بالنسبة لعلماء الفيروسات، إلا أن إجراءات مكافحة العدوى، المتمثلة في التباعد الإجتماعي، أصبحت تحدث ضغطًا كبيرا على إقتصاديات الدول. فأغلب القادة السياسيين في المعادلة الإقتصادية يطلقون على هذه الجائحة مجازا بـ"البجعة السوداء"، أي حدث مفاجئ وغير متوقع ذو أهمية كبيرة وعواقب وخيمة تؤثر بشكل كبير على البيئة السياسية والإقتصادية.(Winston, 2020, p. 01) لكن يمكن تفسير مثل هذه الأحداث على أنها فرص، إلا أن الإغلاق غير المسبوق لأجزاء كبيرة من المجتمع بسبب أزمة (COVID-19) يظهر مدى تخبط الوضع الآني هذه الأزمة الحادة. حيث يمثل وضع وباء فيروس كورونا إمتحانا غير مسبوق على كافة النظم الصحية في مختلف أنحاء العالم، كما تسببت إجراءات مكافحة العدوى في أزمة إقتصادية خانقة، على غرار إيقاف العديد من النشاطات الإقتصادية بشكل مفاجئ. علاوة على ذلك، بخلاف الكثير من الأزمات السابقة الأخرى التي ضربت الإنسانية إقليميًا خلال فترة زمنية معينة، كإعصار كاترينا لعام 2005 مثلا، أو تلك الأزمات التي دام مداها فترة زمنية أطول، وكانت آثارها عالمية، كالأزمة المالية لعام 2008، فإن أزمة إنتشار مرض (COVID-19) تطور ليصبح جائحة، أجبرت المجتمع الدولي على إتخاذ الإجراءات المضادة اللازمة، والتي أثرت سلبا على الإقتصاد العالمي ككل وبشكل فجائي.

3. الإستبجابة الإقتصادية لتحديات المؤسسات الناشئة إزاء أزمة كورونا:

1.3. تحديات الشركات الناشئة المبتكرة التي تم إنشاؤها بواسطة تأمين (COVID-19)

1.1.3. بحوث سابقة حول التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة أمام سيناريو الأزمة:

تزامنا مع أزمة حرب الأسعار البترولية العالمية، بالإضافة إلى المأساة الإنسانية الناجمة عن جائحة فيروس كورونا، فإن الفيروس له أيضًا مخلفات متزايدة على الإقتصاد العالمي والإقتصاديات المحلية، ومن خلال مخاطر التأثيرات غير المتوقعة لفيروس (**COVID-19**) الكبيرة، والتي تأثرت بها كبرى الإقتصاديات في العالم، حيث توقع العديد من الإقتصاديين ركودا إقتصاديا كبيرا، وقد إنعكس ذلك التهديد (أي تهديد أزمة جائحة كورونا) على أداء الأعمال التجارية، (Winston, 2020, pp. 733-769) ولسوء الحظ، ولغرض إدارة الأزمة بشكل أحسن، يعتمد ذلك على التحضير الجيد لها، لكون ذلك الأمر ضروريًا، كما كان من الممكن أن يتم إعداد عدد قليل من المؤسسات الناشئة للأزمة بحجم أزمة جائحة كورونا، وهو ما ذهبت إليه بعض الدراسات التي ركزت على المرونة في سياق ريادة الأعمال والأزمات بشكل أساسي للفترة ما قبل الأزمة، وعلى الموارد والمهارات التي يضعها رواد الأعمال والمنظمات للتصدي والمقاومة أو التكيف مع أحداث الأزمات بشكل عام.(Korber, 2018, pp. 1129-1154) فالخصائص المحددة للمؤسسات الناشئة المبتكرة يجب أن تمكنهم من الإستعداد بشكل أفضل للتعامل مع أزمة كورونا من الأنواع الأخرى من المؤسسات. أي أن تكون مبتكرًا كشرط مسبق للمرونة، حيث تميل المؤسسات المبتكرة إلى التوقع والتكيف بشكل دائم ومستمر مع العديد من الأزمات. (Linnenluecke, 2017, pp. 4-30) إلا أن هذه المؤسسات لا تدرك دائمًا التهديد الفعلي الذي ينطوي عليه حدث أزمة محتمل، وهو ما يفسر عدم إستعداد غالبية المؤسسات الناشئة لأحداث الأشهر الخمسة الماضية من أزمة كورونا.(Muñoz, 2019, pp. 413-434) كما أنه من خلال أبحاث آثار إعصار كاترينا وما أعقبه، يظهر أن الفشل في الإستعداد يمكن أن تكون له عواقب وخيمة، لاسيما بالنسبة للشركات المتناهية الصغر المعرضة لتوقف التدفقات النقدية، ونقص الوصول إلى رأس المال للتعافي، ضف إلى مشاكل عدم الحصول على المساعدات، ومشاكل البنية التحتية الخطيرة.

2.1.3. تحديات غلق أزمة كورونا للمؤسسات الناشئة المبتكرة في ألمانيا:

نظرًا لتعذر توفر البيانات حول التأثيرات المباشرة لأزمة (**COVID-19**) وما يتبعها من غلق للعديد من الإقتصاديات العالمية، فإنه يتم اللجوء إلى محاولة تصميم وإعداد بحث نوعي للإجابة على التساؤل الأول حول الصعوبات التي تواجه الشركات الناشئة المبتكرة أثناء الإغلاق، وتظهر النتائج كما هي مبينة في الشكل رقم (03) التالي:

الجدول رقم (01): "تحديات المؤسسات الناشئة للأزمة"

فئات الدرجة الأولى	مظاهر الدرجة الثانية	الأبعاد الكلية
تصاعد الفجوة في المبيعات المتوقعة ؛ مواجهة انخفاض طفيف في نفقات التشغيل.	انعدام السيولة	الفشل
تطور مخاوف الواقع.	تهديد للوجود	
تجربة مناخ معاد للإبتكار بسبب التركيز على الإستجابة للأزمات من خلال تدابير "إنقاذ الحياة"؛ لا تعرف مدة إستمرارية الأزمة.	تحافظ على الإبتكار والتقدم	ضعف التنمية
مراقبة عقبات إضافية في التمويل، حيث أن المستثمرين "لن يستثمروا بعد الآن"؛ خوفا من تقليص النمووالتطور.	عوامل معيقة للنمو	
زيادة العوائق أمام توظيف وإدارة الموظفين؛ الضغط لإعادة تنظيم هياكل العمل والتعاون؛ تواجه الانقطاع في عمليات توليد القيمة.	تعطل البنية التحتية الداخلية	الضغط للتكيف
مواجهة "مشاكل جهات الاتصال الأولية والمتابعة" وكذلك "فقدان الاتصال .بالعملاء الحاليين"؛ تواجه "اختناق" يحدث في سلسلة التوريد.	تعطل البنية التحتية للشركة الخارجية	
أن تكون أقل تأثراً بالتدابير المسبقة "لم تكن هناك حاجة للتغيير بسبب الأزمات"؛ أن تكون أقل تأثراً بسبب نموذج الأعمال، بالإعتماد على "الاحتياطيات المبنية" للأزمات.	مرونة مسبقة	مرونة ما قبل الكارثة
طلب الدعم من شركاء الأعمال؛ أي تطالب بدعم المستثمرين من أجل "البقاء"	النية الحسنة للشركاء التجاريين	الإعتماد على القدرات العقلانية
طلب تجربة الدعم المتبادل لشبكة ريادة الأعمال عبر التخصصات والمناطق؛ تجربة الدعم المتبادل لقطاع معين على أنه "اقتراب الشبكة من بعضها البعض"؛ والإعتماد على الدعم المتبادل الإقليمي في شبكة الشركات الريادية؛ "تبادل المعلومات" حول تدابير السياسة في مجموعات الأزمات المحددة في شبكات ريادة الأعمال، دعم من شركاء الأعمال من أجل "البقاء".	استشارة شبكة الأعمال	
الإعتماد على الدعم غير المالي لشركاء الأعمال من خلال شبكاتهم ومعلوماتهم؛ والإعتماد على الدعم غير المالي للمستثمرين من خلال استعدادهم "لفتح بوابات" لمواردهم الداخلية؛ واللجوء إلى دعم الجمعيات من خلال الضغط ودعم السياسات.	دعم الوسطاء	
تقليل النفقات من خلال تدابير خفض التكاليف مثل "الدفع المؤجل" تحسين التدفق النقدي عن طريق "توليد فاتورة في أسرع وقت ممكن".	تراكم رأس المال من خلال الإجراءات الداخلية	بناء القدرات المالية
قبول حزمة مساعدات الطوارئ الحكومية (منحة غير قابلة للسداد)؛ النظر في التقدم بطلب للحصول على حد ائتمان من بنك حكومي؛ النظر في مدفوعات الضرائب المؤجلة؛ قبول التمديدات في برامج ريادة الأعمال الحكومية.	تراكم رأس المال من خلال الدعم الحكومي	
إدراك الرغبة السياسية في دعم الفاعلين الإقتصاديين.	الدعم السياسي	عدم تطابق المساعدات
المعاناة من عدم كفاية التدابير السياسية "لعدم تمكن المؤسسات الناشئة للوصول إليها في الوقت الحالي".	عدم الثقة وحواجز استخدام خدمات الدعم السياسي	
إنشاء عروض قيمة جديدة من خلال تحديد شرائح العملاء الجدد التي تبيع من خلال القنوات الجديدة على أنها "كل شخص لديه الوقت الآن".	تكييف نموذج الأعمال	تحديد ومتابعة فرص تنظيم المشاريع
تنفيذ عمل قصير الأجل مدعوم من الحكومة؛ والحصول بشكل استباقي على المعلومات والتحكم في الأزمة؛ ثم إعادة تخصيص الموارد بشكل مؤقت عن طريق "تقليص بعض الأنشطة" من أجل "إعادة التنظيم".	إعادة الهيكلة الداخلية	

Source: (Brush, 2009, p. 489)

من خلال هذا الشكل يتضح أن الشركات الناشئة تواجه عواقب فورية ناتجة عن إنتشار جائحة كورونا، ويظهر ذلك في شكل إنخفاض المبيعات مع إستمرار التكاليف الثابتة؛ ومزيج يهدد سيولة هذه الشركات وبقائها على المدى الطويل. وقد أوضح مؤسسو الشركات الناشئة أن المناخ الإقتصادي غير مواتي حاليًا للإبتكار. ويتعاون الشركاء الرئيسيون والعملاء والمستثمرون بأنفسهم وبشكل كامل في الإستبجابة للأزمة وحالة عدم اليقين بشأن كيفية تطور الأزمة، فعندما تكون الأسواق في حالة جمود، تضطر المؤسسات الناشئة للجوء إلى ما يُعرف بـ "نمو نمط الهضبة"،(Brush, 2009, p. 489) هذا ما يؤثر سلبًا على مسار نموها، إلى جانب عقبات التمويل. فالصعوبات الناشئة عن الأزمات يمكن أن تولد فرصًا وتهديدات على حد سواء، لأنها تخلق ضغطًا خارجيًا للتكيف. في حين أجبرت المؤسسات الناشئة على إتخاذ تبني سلوك بديل، كما إضطرت مؤسسات أخرى فجأة إلى تعديل بنيتها التحتية التنظيمية، لجمود عمليات توليد القيمة، وتأثر سلاسل التوريد بالأزمة. وفي الوقت نفسه، لم تتأثر مؤسسات أخرى بأزمة كورونا إما لأن أعمالها لا تزال نشيطة على الرغم من الأزمة أو بسبب وجود إجراءات لدى المؤسسات منذ الأزمة التي عززت من قوتها، وهذا يفسر صمودها على الرغم من أن هذه المرونة ستكون على الأرجح مؤقتة.

2.3. إدارة أزمة ريادة الأعمال كرد على إغلاق (COVID-19):

1.2.3. معالجة إدارة أزمة المشاريع:

من أهم المفاهيم الأساسية لإدارة أزمات المشاريع، مفهوم المرونة، فهي إذن لا تتوقف عند قدرة المنظمة على الإستمرار في العمل خلال حدث مدمر، ولكن أدبيات المصطلح تأخذ في الحسبان الموارد التي تم تجميعها قبل حدوث الأزمة، وإستغلالها أثناءها. فيتم إستخدام إدارة الأزمات لتعزيز المرونة لأهميتها الكبرى خلال أزمة كورونا، كما يتم إستعمال إدارة الأزمات لتقليل آثار الأزمة، فإذا حسن تنفيذها، يمكنها إستعادة وظائف المنظمات التي تعاني من آثار الأنظمة المعطلة أو الضعيفة بسرعة.(Spillan, 2003, pp. 398-407)

عالجت بعض الدراسات إدارة الأزمات في أبحاثها حول ريادة الأعمال، وقد قامت بتقييم الإجراءات التي يتخذها رواد الأعمال أو المنظمات للتخفيف من العواقب السلبية المحتملة للأزمة، كالتغييرات في المبيعات والتسويق. وتميل المؤسسات الناشئة المتناهية الصغر على وجه الخصوص إلى التفوق في القدرة على التكيف والمرونة، وبالتالي ترتبط إدارة الأزمات في سياق تنظيم المشاريع إرتباطا وثيقًا بمفهوم الترقيع (**Bricolage**)، فبدلاً من إقتراح عمليات فعالة لمواجهة تحديات أزمة كورونا، يبدو أنه من الأنسب للمؤسسات الناشئة المبتكرة أن تتبنى مناهج متكررة ومرنة.(Doern, 2019, pp. 400-412)

تبين نتائج بحوث زلازل إميليا لعام 2012 بإيطاليا أن صمود رواد الأعمال مكنهم من خلق التغيير والفرص بالموارد المتاحة حنها، أي إتباعهم جليا لأحد المبادئ الفعالة المهمة. (Martinelli, 2018, pp. 1222-1243)

2.2.3. إدارة أزمة ريادة الأعمال للمؤسسات الناشئة المبتكرة خلال أزمة كورونا في ألمانيا:

تكمن معالجة التساؤل الثاني في إعتماد المؤسسات الناشئة بشكل كبير على قدراتها العقلانية، حيث إستند الرد على الصعوبات، أولاً وقبل كل شيء على مفهوم الترقيع الهادف،(B.McNaughton, 2018, pp. 75-80) من خلال الإلمام بين الموارد الداخلية المتاحة وطلبات الموارد الخارجية من شبكة ريادة الأعمال المبنية على حسن نية الشركاء، والوصول إلى رأس المال الإجتماعي من خلال الوسطاء، والدعم المتبادل في مجتمع المؤسسات الناشئة،. بالإضافة إلى سعي المؤسسين في جمع رؤوس الأموال من خلال الإجراءات الداخلية، وتعزيز القدرات المالية لمؤسساتهم، من خلال التقدم بطلب الحصول على الدعم الحكومي، لكنهم قد يتفاجؤن بعدم التوافق بين خدمات الدعم التي تقدمها السياسات الحكومية مع خصائص منظماتهم، بسبب إستبعاد بعض المؤسسات الناشئة من تدابير السياسة لتعذر تمويلها، أو عقبات البيروقراطية التي تفوق فوائد برامج الدعم. وهو دليل كافي لتفسير عدول المؤسسات الناشئة عن اللجوء في إستبجابتها الأولية للأزمة للحصول على الدعم الحكومي الفوري. وبسبب كل هذه الظروف المذكورة سابقا، إستوجب على المؤسسات الناشئة اللجوء في إستبجابتها لأزمة لسياسة الترقيع (**Bricolage**) لحل مشاكلها الجديدة، ومنه إعتمادها على تحديد وإتباع فرصًا جديدة لريادة الأعمال، فإنتهجت إتجاهات جديدة لحماية مؤسساتها.(Williams, 2017, pp. 733-769)

3.3. تفاعلات السياسة الإقتصادية مع إغلاق الأنظمة بسبب أزمة كورونا:

1.3.3. دراسة إستجابة السياسات الإقتصادية للأزمات:

من مهام رواد الأعمال على المستوى الجزئي مهمة إدارة الأزمات، لذا فعلى القادة السياسين دعم رواد الأعمال في تعاملهم مع الأزمات كأزمة كورونا، أي أن السياسيون هم أيضا يهتمون بإدارة الأزمات على المستوى الكلي، خاصة عند إستهدافهم لتعزيز مرونة المؤسسات عموما، ومرونة المؤسسات الناشئة على وجه الخصوص، لكن من المثير للإهتمام تبيان بعض الأبحاث للمناطق التي تظهر مستوى عالٍ من ريادة الأعمال قبل الأزمة في وضع جيد للتعامل مع الصدمات الخارجية، لوضوح مرونة مؤسساتها، بحيث يسمح لنشاط ريادة الأعمال المساهمة في إعادة الهيكلة والتكيف في أعقاب الأزمة. فعلى سبيل المثال بعد إعصار كاترينا والأعاصير

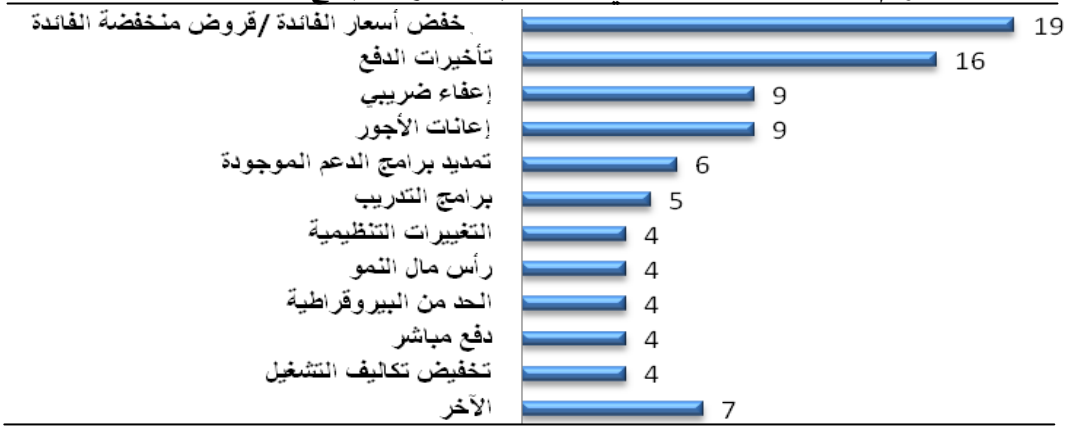
الأ[خرى في كل من توسك ألوسا، ألاباما، ميسوري، تعافى بعض رواد الأعمال في أعقاب الكوارث لإتباعهم لتدابير تمثلت في مساهمتهم في توفير الموارد اللازمة لضحايا الكوارث بعد إستفادتهم من رأس المال الإجتماعي لتغيير شدة عدم اليقين.(Grube, 2018, pp. 800-821)

لكن ما يشاع أن هذه المناطق ستتكيف بشكل مختلف مع عواقب إجراءات الإغلاق الصارمة بعد أزمة كورونا، كما سيستفيد البعض من قدراتهم في تنظيم المشاريع. حيث يعتمد ذلك على مدى إمكانية الإبتكار لدى رواد الأعمال، ومن وجهة نظر القادة السياسيين، سوف لن يكتفوا فقط بمبادرات رواد الأعمال لإصلاح الأضرار الإقتصادية الناتجة عن سياسات الإغلاق، بل يستوجب أن تكون الأولوية الرئيسية لصناع القرار السياسي على المدى القصير خلال أزمة كورونا، ضمان قدرة المؤسسات المبتكرة على الإستعانة بموارد كافية. فعلي سبيل المثال، وحسب رجال الأعمال اليونانيين، إتضح أن التغيرات المؤسساتية الطارئة المتخذة من قبل هؤلاء القادة السياسيون قيدت نشاط ريادة الأعمال بدلاً من تعزيزه، وقد ظهر هذا التأثير بوضوح كبير في خضم الأزمة. لذا وعلى أية حال، ستكون المساعدة الخارجية للمناطق المتضررة قبل وأثناء وبعد إغلاق أزمة (**COVID-19**) ضرورية للغاية.(McEntire, 2004, pp. 140-152)

2.3.3. إستبجابات السياسة الدولية لأزمة وباء كورونا:

أما فيما يتعلق بالإجابة على التساؤل الثالث يتطلب ذلك إجراء تحليلًا بعض بحوث الإعلام الدولي (قرابة 152 مقالة إعلامية)، حيث تناولت تقارير وسائل الإعلام الدولية مختلف الإجراءات والتدابير السياسية التي تم تنفيذها في إطار دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة في حوالي 40 دولة. فعلى سبيل المثال، أبلغت كل من ناميبيا أو نيبال عند بياناتها لأقل من 100 حالة من فيروس كورونا في حينها. وعند التفرقة بين تلك الإجراءات التي دعا إليها أصحاب المصلحة من رجال الأعمال أو العلماء أو جماعات الضغط بحوالي (40.98٪ من مجموع الإجراءات)، والإجراءات السياسية المعلنة من طرف الحكومة أو البنوك المركزية والتي تقدر بنحو (59.02٪). هذا ما يشير إلى أن معظم الحكومات ردت بسرعة وبحزم على أزمة كورونا، وهو ما يفسر العدد الكبير من الإستبجابات الفورية لأزمة (**COVID-19**)، والذي خصص لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي ستتصدى لمختلف التهديدات الآنية المتعلقة بتراجع إيراداتها مع تزايد التكاليف وضعف السيولة.

الشكل رقم (03): "تعداد البلدان التي أعلنت فيها الحكومات إتباع تدبير سياسة المحدد"



Source: (Wyns, 2020, p. 01)

يقدم الشكل رقم (03) لمحة عامة عن عدد البلدان التي أعلنت عن تدابير مختلفة لحماية مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة. ويبدو أن معظم التدابير خاصة منها المساعدات القصيرة الأجل عمومًا، وتتمثل أغلبها في الإجراءات السياسية الأكثر شيوعًا، التي نفذتها الحكومات في جميع بلدان العالم، والتي تعتمد في الأساس على تعزيز رأس المال المالي للمؤسسة عن طريق خفض أسعار الفائدة على القروض أو توفر وتحسين القروض. فسرعة إنتشار الفيروس أجبرت العديد من بلدان العالم بما يناهز (87.80٪) على البحث عن تدابير تلائم الإغاثة الفورية، وقد تجاوز القليل منهم هذه المرحلة. لكن دعوات إتخاذ الإجراءات والتدابير طويلة الأجل لحل المشاكل الأساسية للأنظمة قاربت ما نسبته (17.07٪ من بلدان العالم)، ويبرز ذلك مثلا في الدعوة الصينية للتأمين بشكل عام. (Wyns, 2020, p. 01)

إذن فإمكانية الوصول إلى رأس المال المالي للمؤسسة الناشئة المبتكرة. أضحى من الإجراءات المطلوبة، كما دعا بعض القادة الأمريكيين إلى عدم إهمال أهداف التنمية المستدامة، من خلال إقتراحاتهم المتمثلة في ربط إجراءات تحسين تغير المناخ مع المساعدات الإقتصادية الحكومية. فإذا نجحت الحكومات في تقديم الإغاثة العاجلة لأصحاب المشاريع تحت الضغط، بطريقة لا تزال تتماشى مع الأهداف طويلة الأجل "تعزيز الصحة والإنصاف وحماية البيئة"، فقد تساهم أزمة (**COVID-19**) حتى إلى مستقبل أفضل. فيلاحظ في جميع البلدان (إي ما يقارب (82.93٪) من البلدان)، أن الإجراءات السياسية المعلن عنها عادة ما تكون متاحة للمؤسسات بشكل عام. كما تم إحصاء ما نسبته 63.41٪ من الدول إتبعت إجراءات خصصت لتلبية متطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وجه التحديد، ومع ذلك فإن البلدان التي تعلن عن تدابير سياسية تعالج بشكل صريح المؤسسات الناشئة لا تمثل سوى ما معدله (26.83٪) من مجموع البلدان المدروسة.(Wyns, 2020, p. 01)

4.3. دور رجال الأعمال والحكومات:

لقد تم التوضيح كيف تؤثر الأزمة الإقتصادية الناجمة عن تدابير مكافحة العدوى ولاسيما إغلاق النشاط الإقتصادي على المؤسسات المبتكرة، والتدابير التي يمكن إتخاذها لحمايتها، بخلاف الأزمة التي تسببت بها طفرة الأنترنت،(Richardson, 2003, pp. 1113-1137) فإن أزمة كورونا يستهدف تهديدها على وجه الخصوص إمكانيات الإبتكار، القابلة للتجسيد في الأوقات العادية، ففيما يخص إنخفاض أسعار أسهم الإنترنت في مطلع الألفية، يمكن تكييف ذلك على أنه هزة عنيفة تم من خلالها التخلص من نماذج الأعمال غير القابلة للبقاء. بخلاف ذلك تبدو أزمة كورونا مختلفة تماما، فالوضع ليس فقط حول تدخل الدولة وحماية المؤسسات الناشئة المبتكرة. وللتوضيح أكثر يمكن الإستئناس بالجدول التالي الذي يبين نتائج التدابير القابلة للتنفيذ لرواد الأعمال وواضعوا السياسات:

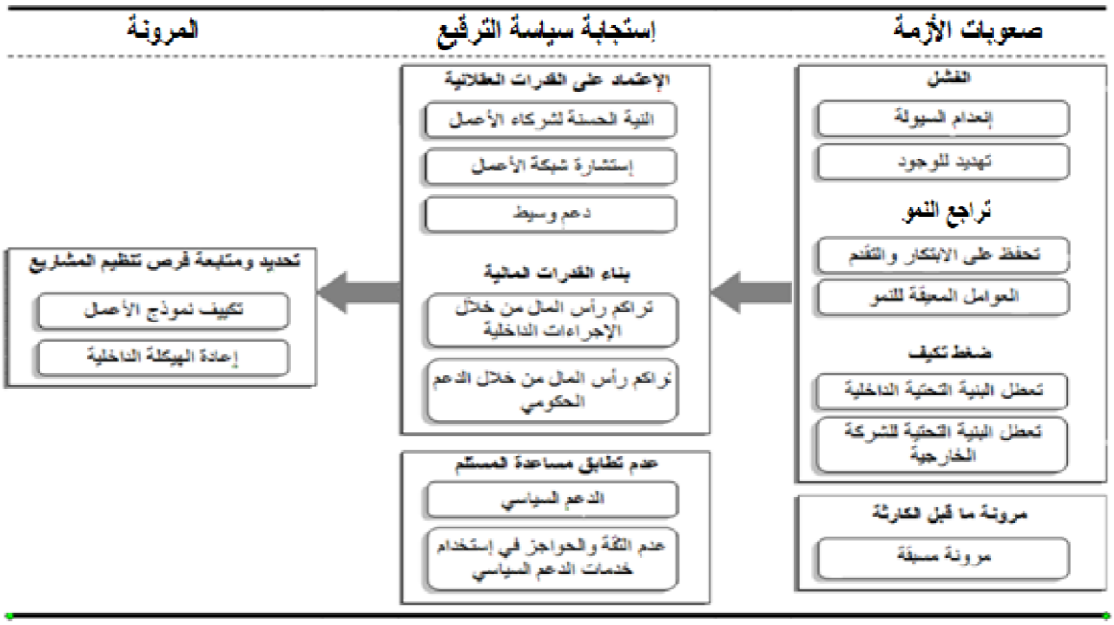
الجدول رقم (02): تدابير قابلة للتنفيذ من قبل المؤسسات الناشئة وواضعي السياسات الإقتصادية

التحديات	خيارات المؤسسة الناشئة	خيارات السياسات الإقتصادية
تجنب فشل المؤسسة الناشئة الفوري انخفاض المبيعات وتكاليف التشغيل المتزايدة تقود إلى انعدام السيولة. إدراك رجال الأعمال للمخاوف المتواجدة.	▪ استخدم الموارد المتاحة لإيجاد حلول للمشكلات الجديدة (على سبيل المثال، الجمع بشكل خلاق بين التكنولوجيا الحالية ورأس المال البشري) ▪ تنشيط موارد الشبكة (على سبيل المثال، خيارات الدفع المرنة، مبادرات المبيعات المشتركة، التناوب المرن للموظفين)	▪ تقديم تأخيرات في الدفع وإعانات الأجور والمدفوعات المباشرة ▪ التواصل مع شعور المجتمع لتحفيز المساعدة المتبادلة
التكيف بسبب الاضطرابات في البنية التحتية الأساسية للمؤسسة الناشئة . انقطاع في عمليات توليد القيمة، وتعطل في سلسلة التوريد، وزيادة العوائق أمام تعيين الموظفين وإدارتهم.	▪ إعادة الهيكلة داخليًا مع التركيز على توجيه الموارد فقط على الأنشطة المجدية حديثًا والتي تحقق القيمة المضافة. ▪ تقليص الأنشطة الأخرى (الاحتفاظ بإمكانية زيادة الحجم مرة أخرى في وقت لاحق).	▪ عرض برامج تطوير الموظفين (كالتكوين في الرقمنة) ▪ دعم تقليص الوقت (على سبيل المثال، من خلال إعانات الأجور).
الإستمرار في نمو المؤسسة الناشئة مقابل كل الصعاب. التحفظات على الإبتكار من خلال مناخ معاد للمنتجات والخدمات المبتكرة (باستثناء حلول الإستجابة للأزمات) جنبًا إلى جنب مع عقبات إضافية في تمويل بدء التشغيل.	▪ اكتشاف الفرص التي تخلق قيمة في حل عواقب الأزمة (على سبيل المثال، تطوير النظافة أو حلول العمل بالرقمنة). ▪ الانخراط بشكل استباقي في فرص أوسع قد تنشأ في أعقاب الأزمة (على سبيل المثال، الاتجاهات المتغيرة والسلوك بعد الأزمة – تعزيز الرقمنة).	▪ تأمين الإبتكار المستقبلي من خلال تدابير السياسة متوسطة أو طويلة الأجل المرتبطة بأهداف سياسية أكبر (على سبيل المثال، الاستدامة و/ أو التحول الرقمي). ▪ وضع أسس للتعافي بعد الأزمة (مثلا، تحفيز المستثمرين على توفير رأس مال نمو إضافي). ▪ رعاية تنوع المعرفة وثقافة تنظيم المشاريع في النظام البيئي. ▪ تعزيز مناخ الأعمال الإيجابي للاستهلاك والإبتكار.
الإستجابة لعدم تطابق تدابير السياسة الأولية اعتبار خدمات دعم السياسات الأولى على أنها ليست مخصصة للمؤسسات الناشئة. وعوائق إضافية في تطبيق وتنفيذ خدمات دعم السياسات خاصة بالمؤسسات الناشئة.	▪ جمع المعلومات وأفضل الممارسات من خلال شبكات ريادة الأعمال (مثل تبادل المعلومات في مجموعات الأزمات عبر الإنترنت، والتعرف على تطبيق وتنفيذ خدمات الدعم من الشركات الناشئة المماثلة). ▪ دعم مبادرات الضغط من جمعيات (التجارة) لإدراجها في قرارات وبرامج السياسة	▪ توفير المعلومات وخدمات الدعم التي تتصدى للتحديات المحددة للشركات الناشئة . ▪ التواصل بنية دعم بدء التشغيل في وقت مبكر. ▪ تقليل الحواجز المحددة للمؤسسات الناشئة في تطبيق الدعم المحدد لبدء التشغيل (مثل، النظر في مسارات النمو المستقبلية بدلاً من الإيرادات السابقة) وكسر الروتين.

Source: (Louise K. Comfort, 2010, pp. 1-12)

يشير هذا الجدول إلى الجزء النوعي من هذا البحث، حيث أن بعض رجال الأعمال في النظام البيئي لريادة الأعمال ينظرون بالفعل إلى فرصة ريادة الأعمال بمعنى إيجابي، أي أنهم يرون فرصة لمعالجة القضايا الحالية من خلال إستخدام تدابير ريادة الأعمال، حيث يمكن تحديد العوامل التي تتعلق بإستراتيجيات مقاومة التحديات والتكيف، والتي لا تشكل سوى خطوة أولى لفهم ردود فعل المؤسسات الناشئة تجاه الأزمات بشكل عام وأزمة كورونا بشكل خاص، لذا يتعين على الأبحاث المستقبلية تحديد كيفية تفاعل تلك العوامل، وسيكون من المثير للإهتمام تحديد كيفية إدارة المواقف المعاكسة لإحداث عواقب إيجابية. وهو ما يمكن توضيحه في الشكل رقم (03) الموالي:

الشكل رقم (04): نموذج ديناميكية رجال الأعمال الرئيسية تجاه الأزمة.



Source: (Williams, 2017, pp. 733-769)

يقترح الشكل رقم (04) نموذج الديناميكيات الرئيسية لإستجابة رجال الأعمال لأزمة فيروس (**COVID-19**)، فهم يتبعون نهجًا ثنائي التكافؤ كجزء من الإستجابة الأولية لتحويل الصعوبات التي تسببها الأزمة إلى المرونة. لإرتباط عادةً جودة إستجابة المنظمة للأزمة بالمرونة، "تعتمد على القدرة على تحسين الإرتجال، والتنسيق، والمرونة، والتحمل ..."،(Comfort, Boin, & Demchak, 2010, pp. 1-12) ، وهي صفات قريبة من السلوك الروتيني بين مختلف المؤسسات الناشئة المبتكرة مما هي عليه بين الشركات الأكثر تواجدا. علاوة على ذلك، غالبًا ما تكون المؤسسات الصغيرة أكثر إبداعًا من المؤسسات الكبيرة، وهو ما سيمكنها من ضمان بقائها صامدة في مواجهة التحديات والصعوبات. كما يتبنى أغلب رجال الأعمال الدور ثنائي اللون عند محاولتهم لتحفيز التغيير وخلق الفرص بالموارد المتاحة.

(Martinelli, 2018, pp. 1222-1243) ويوضح أيضا قادة سياسات الترقيع (**Bricoleurs**) إمكانية تعزيز الأزمات لتنمية الفرص الجديدة، في الإبتكار للمنتوجات أو الخدمات البديلة. كما أنه على المدى القصير، ستظهر فرص أخرى متاحة ناتجة عن أزمة كورونا، مثل تطوير عمليات النظافة أو التحول الرقمي...إلخ. رغم بقاء عواقب هذه الجائحة البعيدة المدى ليست متوقعة بعد، إلا أنه وكما يبدو أنه لا مفر من ظهور فرص أخرى واسعة النطاق. حيث تشير الأدبيات الفكرية إلى أن التعامل مع عدم اليقين والفشل هو جزء طبيعي من رجال الأعمال، حتى عندما يكون عدم اليقين ناتجًا عن أزمة مثل جائحة (**COVID-19**). بناءًا على ذلك، من المتوقع أن يُظهِر رواد الأعمال المرونة والتكيف مع نماذج أعمالهم إستبجابة للأزمة. هذا ما يشير إلى أن المؤسسات الناشئة مستعدة بشكل أفضل للأزمات من أي جهة إقتصادية أخرى.(Mand, S.C.Berger, & Kuckertz, 2016, pp. 9-13)

لذا يرى البعض أن مرونة المؤسسات الناشئة والأعداد المنخفضة نسبيًا التي تستخدمها تعني أن إستبعادهم من برامج المساعدة الحكومية لن يكون له تأثير بالغ الأهمية على الإقتصاد، إلا أن ترك المؤسسات الناشئة تصطدم بجدار سيعرض الدولة لمخاطر زوال الإبتكار مستقبلا، لذلك فإن تدابير السياسة متوسطة أو طويلة الأجل التي تستهدف الإبتكار المستقبلي، على الرغم من أنه من غير المرجح أن تكون الإستبجابات الأولى لهذه الأزمة، إلا أنها تبدو ضرورية. هذا ما ذهب إليه البعض الآخر عند الإشارة إلى أن إستبجابة ريادة الأعمال للأزمات يتم تحديدها من خلال عوامل مثل ثقافة ريادة الأعمال وتنوع المعرفة، والتي لا يمكن معالجتها من خلال إجراءات قصيرة المدى، ولكن نتيجة للسياسات المتسقة التي تعزز روح المبادرة، فالبلدان التي أنشأت أنظمة بيئية مرنة للمقاولاتية ستكون قادرة على إستئناف مستوى نشاط ما قبل الأزمة بسرعة من تلك التي لم تفعل ذلك. ويتضح أن الشركات الناشئة ستعتمد بشكل كبير على دعم نظامها البيئي لريادة الأعمال لإدارة الأزمة، وبالتالي فإنه من المرجح أن تنجح تدابير السياسة فقط إذا تم إستكمالها بالسمات الأوسع لنظام ريادة الأعمال. وتحفيز المستثمرين لتوفير رأس المال للنمو على الرغم من الأزمة.(Spigel, 2017, pp. 49-72)

4. خاتمة:

من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي وتساؤلاته الفرعية تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ فهم ومناقشة الإجراءات السياسية العاجلة التي تم طلبها وإعلانها وتنفيذها بهدف حماية الشركات الناشئة المبتكرة خلال أزمة (**COVID-19**)؛
- ✓ المؤسسات الناشئة مستعدة بشكل أفضل للأزمات من أي جهة إقتصادية أخرى؛

- ✓ تعمل المؤسسة الناشئة في بدايات نشاطها على دخول السوق بأفكارها الإبتكارية المعتمدة بشكل كبير على التكنولوجيا، وقد تكون في المنتوج، أو في العمليات التسويقية، أو في نظام التوزيع والإتصال التسويقي، أو في الهيكل التنظيمي، أو توليفة مختلفة بين العناصر المذكورة؛
- ✓ تصميم البحث النوعي، يثبت فائدته بشكل خاص في سياق بحث الإستبجابة السريعة، وبشكل عام يبدو أن البحث النوعي يهيمن كثيرا على أبحاث الأزمات في سياق ريادة الأعمال؛
- ✓ تسليط الضوء على التجارب الناجحة لرواد الأعمال، والتحقيق في أحداث الأزمات وتطورات إقلاع المؤسسات الناشئة بعد الأزمة.

الإقتراحات والتوصيات:

- عدم الإكتفاء بالسياسات التي يغلب عليها طابع الإسعافات الأولية للمؤسسات الناشئة أثناء الأزمة (المتمثلة في الدعم المالي فقط)، بل يجب التركيز أكثر على مستقبل تواجد مثل هذه المؤسسات في السوق وما ستحققه من قيم مضافة للمجتمع؛
- ضرورة إستهداف المؤسسات الناشئة في توفير الدعم المادي والمعنوي من قبل الحكومات، وعدم الإكتفاء بمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لضمان صحية المنظومة الإقتصادية وتكاملها؛
- إستهداف الإبتكار في الإعتماد على السياسات المتوسطة والطويلة الأجل في مساعدة المؤسسات الناشئة؛
- إنشاء أنظمة بيئية مرنة للمقاولاتية (ريادة الأعمال) من شأنها الصمود قبل وأثناء وبعد الأزمات؛
- التركيز على ثقافة ريادة الأعمال وتنوع المعرفة لدى واضعي سياسات الإستجابة الفورية على الأزمات المدمرة للمؤسسات الناشئة (مثل أزمة كورونا).

5. قائمة المراجع:

أولا: باللغة العربية:

1. الأنروا (UNRWA). (05 03, 2020). فيروس كورونا المستجد (COVID-19)، دليل توعوي صحي شامل. تاريخ الاسترداد 17 04, 2020، من: https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019
2. بوالشعور الشريفة. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم تنمية المؤسسات الناشئة (Startup): دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الإقتصادية ، 04 (01)، صفحة 421.
3. هشام بروال. (2017). التعليم المقاولاتي وحتمية الإبتكار في المؤسسات الناشئة. *مجلة معهد العلوم الإقتصادية* ، 20.

ثانيا: باللغة الأجنبية

4. B.McNaughton, A. l.-S. (2018). Decision and design heuristics in the context of entrepreneurial uncertainties. *Journal of Business Venturing Insights , 9*, 75-80.
5. Brush, C. G. (2009). Pathways to entrepreneurial growth: The influence of management, marketing, and money. *Business Horizons* (52(5)), 481-491.
6. Comfort, L. K., Boin, A., & Demchak, C. C. (2010). Designing Resilience: Preparing for Extreme Events. *University of Pittsburgh Press* , 1-12.
7. Daniel A. Gruber, Kathleen M. Sutcliffe, Dean A. Shepherd and Eric Yanfei Zhao Trenton A. Williams .(2017) .Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams .*Academy of Management Annals ، Vol. 11*) No. 2.
8. Doern, R. W. (2019). Special issue on entrepreneurship and crises: business as usual? An introduction and review of the literature. *Enterpren. Reg.* (31), 400–412.
9. Graham, P. (2014, 10 16). *Startup happiness curve*. Retrieved 04 12, 2020, from https://www.slideshare.net/kissmetrics/starting-lean-how-to-find-out-if-your-business-idea-has-potential-in-days-and-not-years/13-The_Startup_Curve_Before_Startup
10. Grube, L. E. (2018). Embedded entrepreneurs and post-disaster community recovery. *Entrepreneurship & Regional Development* (30(7-8)), 800-821.
11. Korber, S. &. (2018). Resilience and entrepreneurship: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* (24), 1129-1154.
12. Linnenluecke, M. K. (2017). Resilience in business and management research: A review of influential publications and a research agenda. *International Journal of Management Reviews* (19(1)), 4-30.
13. Louise K. Comfort, A. B. (2010). Designing Resilience: Preparing for Extreme Events. (U. o. Pittsburgh, Ed.) *Press, University of Pittsburgh* , 1-12.
14. Mand, C., S.C.Berger, l., & Kuckertz, A. (2016). Do you plead guilty? Exploring entrepreneurs' sensemaking-behavior link after business failure. *Journal of Business Venturing Insights* (5), 9-13.
15. Martinelli, E. T. (2018). The resilient retail entrepreneur: dynamic capabilities for facing natural disasters. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research , Vol. 24* (No. 7), 1222-1243.
16. McEntire, D. A. (2004). Preparing communities for disasters: issues and processes for government readiness. *Disaster prevention and management: An international journal* (13), 140-152.
17. Muñoz, P. K. (2019). Living on the slopes: entrepreneurial preparedness in a context under continuous threat. *Entrepreneurship & Regional Development* (31(5-6)), 413-434.

18. Richardson, E. O. (2003). DotCom Mania: The Rise and Fall of Internet Stock Prices. *The Journal of Finance* (58), 1113-1137.
19. Ries, E. (2011). The lean Startup. *The Crown Publishing 1st ed.* , 37.
20. Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice* (41(1)), 49-72.
21. Spillan, J. &. (2003). Crisis planning in small businesses:: Importance, Impetus and Indifference. *European Management Journal* (21(3)), 398-407.
22. Williams, T. A. (2017). Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams. *Academy of Management Annals* (11(2)), 733-769.
23. Williams, T. A. (2017). Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams. *Academy of Management Annals , 11* (2), 733-769.
24. Winston, A. (2020, March 16). *Is the COVID-19 Outbreak a Black Swan or the New Normal?* Retrieved 04 20, 2020, from https://sloanreview.mit.edu/article/is-the-covid-19-outbreak-a-black-swan-or-the-new-normal/
25. Wyns, A. (2020, 04 02). *How Our Responses to Climate Change and the Coronavirus Are Linked*. Retrieved 04 20, 2020, from Climate change researcher, World Health Organization: https://www.weforum.org/agenda/2020/04/climate-change-coronavirus-linked/

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الناشئة

the startups Social responsibility

د. جويـدة بلعـة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة فرحات عباس – سطيف 1–

البريد الالكتروني: belaadjaouida@yahoo.com

ملخص:

إن تطبيـق المؤسسـات للمسـؤولية الاجتماعيـة بمفهومهـا الشـامل يحقـق منفعـة لجميـع أصحاب المصالح المشاركة في محيطها الداخلي والخارجي . إلا أن خصوصية المؤسسات الناشئة والمشاكل التي تعاني منها قد يعيق تحقيق تلك المنفعة مما يكبح استراتيجية التنمية المستدامة. وعليه، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد طبيعة وأهمية ممارسة المؤسسات الناشئة للمسؤولية الاجتماعية، وإلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية في رفع القيمة السوقية للمؤسسة الناشئة، وفي تشكيل حماية ذاتية لها في ظروف الأزمات، إضافة إلى مساهمتها في بناء وتعزيز صورة ذهنية إيجابية لها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات،مؤسسة ناشئة،تنمية مستدامة، ابتكار اجتماعي، تضامن اجتماعي.

Abstract:

The application of corporate social responsibility in its comprehensive concept brings benefit to all stakeholders involved in its internal and external perimeter. However, the privacy of startups and the problems that suffers from may hinder the realization of this benefit what Holds back the sustainable development strategy. Accordingly, this study aimed to determine the nature and the importance of startups exercising social responsibility, and to clarify the role of social responsibility in raising the startup market value, and in the formation of self-protection for its in crisis conditions, , in addition to its contribution to building and reinforcement a positive mental image of its.

Keywords: Corporate social responsibility, startups, sustainable development, social innovation, social solidarity.

المؤلف المرسل: جويـدة بلعـة ، الإيميل: belaadjaouida@yahoo.com

مقدمة

إن نجاح ونمو المؤسسات الاقتصادية لم يعد قائما على تعظيم الأرباح والمراكز المالية فقط بل ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق ديناميكية عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية، ومن أهم هذه المفاهيم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

إن المؤسسات الناشئة لها خصوصيات تميزها عن المؤسسات الكلاسيكية مما قد يجعلها تستبعد فكرة تبني المسؤولية الاجتماعية خاصة فيما يرتبط بمشاكل التمويل وضعف الخبرة وغيرها. فهناك من ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها ليست بالإنتاجية بل تسبب تدهورا للقيمة وللربحية. وهناك من ينظر اليها على أنها تزيد من القيمة السوقية فضلا عن أنها حماية ذاتية للمؤسسات في ظروف الأزمات وإضافة إلى ذلك فإنها تساهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية.

بناء على ما سبق يمكن طرح وصياغة **الإشكالية التالية**: ما هو واقع تبني المؤسسات الناشئة للمسؤولية الاجتماعية؟

وللإجابة على هذا السؤال توضع **الفرضية التالية:** المؤسسات الناشئة لا تدرك ولا تمارس المسؤولية الاجتماعية تخوفا من آثارها السلبية عليها.

أهمية وهدف البحث

تنبع أهمية هذا البحث من الأهمية المتزايدة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على اختلاف أنواعها وأحجامها، والتركيز على توجه المؤسسات الناشئة للاهتمام أكثر بها.

ومنه يهدف هذا البحث إلى معرفة الإطار الفكري للمسؤولية الاجتماعية وتسليط الضوء على المؤسسات الناشئة، وذلك بالاستناد إلى الأدبيات الاقتصادية والإدارية أو الدراسات والبحوث ذات العلاقة بها؛ ويحاول توضيح علاقة وتأثير المسؤولية الاجتماعية على المؤسسات الناشئة.

الطريقة والأدوات

اعتمد البحث على المنهج الوصفي والتحليلي باعتباره المنهج المناسب لعرض كل ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية والمؤسسات الناشئة، وتحليل العلاقة بينهما.

وللإلمام بالموضوع والإجابة على الاشكالية تم تقسيم البحث إلى المحاور التالية:

أولا: مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة: تعريف المؤسسات الناشئة، مميزات المؤسسات الناشئة، دورة حياة المؤسسة الناشئة، والاختلاف بين المؤسسة الناشئة والمؤسسة التقليدية.
ثانيا: مفاهيم عامة حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية، وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
ثالثا: المؤسسة الناشئة والمسؤولية الاجتماعية: خطوات تبني المؤسسة الناشئة للمسؤولية الاجتماعية، أسباب تبني المؤسسة الناشئة للمسؤولية الاجتماعية، ريادة الأعمال الاجتماعية (بين الخطر والنجاح)، التوفيق بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية الاقتصادية، مساعدة المبتكرين الاجتماعيين على النجاح، ونتائج ممارسة المؤسسة الناشئة للمسؤولية الاجتماعية.

أولا: مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة

1- تعريف المؤسسات الناشئة startups

يعتمد تحديد تعريف أو مفهوم المؤسسات الناشئة على عدة معايير، ومن أهم المعايير المستخدمة في تعريف المؤسسات الناشئة المعيار الكمي، ويخص مجموعة من المؤشرات التقنية والاقتصادية، وتتمثل في (مصطفى بورنان، علي صول، 2020، صفحة 133):

معيار الحد الأدنى والحد الأعلى للعمالة؛ ومعيار رأس المال المستثمر؛ ومعيار العمالة ورأس المال؛ ومعيار حجم الإنتاج أو قيمة الإنتاج؛ ومعيار قيمة المبيعات؛ ومعيار القيمة المضافة؛ ومعيار الطاقة الإنتاجية؛ ومعيار كثافة العمل.

يعرف القاموس الانجليزي مصطلح المؤسسة الناشئة startup على أنها مشروع صغير بدأ للتو. تتكون كلمة Start-up من جزأين هما: Start ويعبر عن فكرة الانطلاق و up ويعبر عن فكرة النمو القوي. بدأ استخدام مصطلح start-up بعد الحرب العالمية الثانية مع ظهور شركات رأس المال المخاطر لينتشر استخدامه بعد ذلك بشكل واسع. أما القاموس الفرنسي la rousse فيعرف هذا المصطلح على أنه المؤسسة الشابة المبتكرة، في قطاع التكنولوجيات الحديثة. (علاء الدين بوضياف،محمد زبير، 2020، صفحة 90)

وحسب Eric Ries المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صمم لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة في بيئة الاعمال المحيطة بها. (Eric Ries, 2011, p. 37)

بينما يرى Patrick Fridenson أن تكوين مؤسسة ناشئة لا يرتبط بمسألة العمر ولا الحجم ولا قطاع النشاط، بل يتطلب ما يلي (بروال هشام، خلوط جهاد، 2017، صفحة 20): نمو

محتمل قوي؛ واستخدام تكنولوجيا جديدة؛ وتمويل ضخم، والحصول على مختلف أنواع المساهمات؛ والتواجد في سوق جديد يصعب تقدير المخاطر فيها.

كما تعرف المؤسسة الناشئة حسب الموقع Investopedia على أنها "مؤسسة حديثة العهد يتم تأسيسها بواسطة رائد أعمال أو مجموعة، بهدف تطوير منتَج أو خدمة مميزة لإطلاقها في السوق. بحكم طبيعتها، تميل المؤسسات الناشئة إلى الأعمال المحدودة عند التأسيس والانطلاق من مبلغ استثماري أولي يضعه المؤسسون أو أحد أقاربهم. وتقوم على أعمال تجارية قابلة للنمو بطريقة سريعة جداً وفعالة بالمقارنة مع مؤسسة تقليدية صغيرة أو متوسطة الحجم التي تحتاج إلى استثمار مبالغ معينة من المال للدخول إلى السوق، وتتطلب بعض الوقت لتظهر عائداتها".

وعليه يمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، بغض النظر عن حجمها أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بالعمل في ظل ارتفاع عدم التأكد والمخاطر العالية لتحقيق نمو قوي وسريع مع احتمال جني أرباح ضخمة في حالة نجاحها. وبالتالي فإن المؤسسات الناشئة هي مؤسسات تراهن على قيمة الابتكار واستقباله من قبل السوق المحتمل. (Olivier Marty, 2015, p. 6)

2- مميزات المؤسسات الناشئة

على ضوء التعاريف يمكن استنتاج مجموعة من مميزات المؤسسات الناشئة حسب ما يلي:

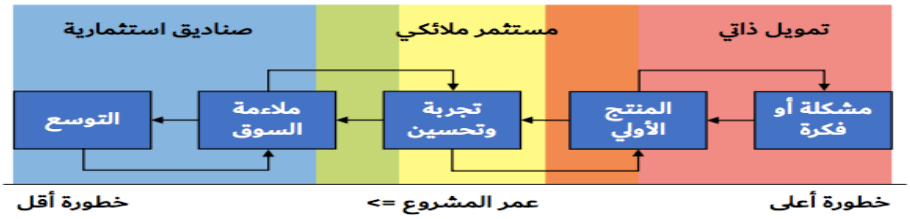
- مؤسسات حديثة العهد أي مؤسسات فتية وليست مؤسسات صغيرة حيث تُرتكب أخطاء كثيرة في تصنيف المؤسسات الصغيرة وقولبتها على أنها مؤسسات ناشئة.
- تتميز المؤسسات الناشئة بكونها مؤسسات شابة يافعة وأمامها خياران إما التطور والتحول إلى مؤسسات ناجحة أو الخسارة والخروج من السوق.
- المؤسسة الناشئة ترتبط بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها حيث تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة (Julie Larguie , 2020) وعلى إشباع احتياجات السوق بطريقة ذكية وعصرية.
- مؤسسات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد حيث يمكنها النمو السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل.
- المؤسسة الناشئة تنمو بسرعة حيث تتميز بزيادة الإنتاج والمبيعات دون زيادة التكاليف، مما يؤدي إلى نمو هامش الأرباح لديها بشكل كبيرأي مؤسسات قادرة على توليد أرباح كبيرة جداً.

- المؤسسة الناشئة تعتمد على التكنولوجيا للنمو والتقدم (Kevin A. Bryan† Hovenkamp Erik, 2020, p. 353)، والحصول على التمويل من خلال الإنترنت ومن خلال مساعدة ودعم حاضنات الأعمال.
- المؤسسة الناشئة تتطلب تكاليف منخفضة مقارنة بالأرباح التي تحصل عليها عادة بشكل سريع وفجائي؛ ومن الأمثلة على ذلك أمازون، جوجل، مايكروسوفت...الخ.

3- دورة حياة المؤسسة الناشئة

تمر المؤسسات الناشئة بعدة مراحل قبل وصولها إلى القمة. يمكن توضيح ذلك حسب الشكل التالي.

شكل 01: دورة حياة المؤسسة الناشئة (المشروع الإبتكاري)



المصدر: جاسم الهارون، تقييم الشركات الناشئة، جاهزية مشروعك للإستثمار، عالم الشركات الناشئة. startups-wd.com/2017/11/05/startups-valuation

من خلال الشكل يتضح أن المؤسسات الناشئة أو المشاريع الإبتكارية تمر بعدة مراحل تعرف بالجولات الاستثمارية ويمكن توضيحها كما يلي:

مرحلة ما قبل البذرة (Pre-seed) : تمتد هذه المرحلة من الفكرة إلى حين بناء المنتج الأولي؛ حيث يقوم شخص أو مجموعة من الأشخاص بطرح فكرة ابداعية أو جديدة ودراستها جيدا ودراسة السوق وسلوك وأذواق المستهلك المستهدف (Mohammed DJELTI , Bouchama CHOUAM, p. 44) للتأكد من امكانية تجسيدها في الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل. وغالبا ما تمول هذه المرحلة من قبل المؤسسين والأصدقاء والعائلة أو ما يعرف بـ Friends Fools Family (FFF) والجهات المانحة والمستثمرين الملائكيين. تهدف هذه المرحلة إلى مساعدة ودعم صاحب المشروع لتحويل فكرته إلى واقع ملموس أو إلى برنامج قابل للتجربة والاختبار.

مرحلة البذرة (Seed) : تأتي بعد تجهيز المنتج الأولي وهي تهدف إلى اختبار المنتج الأولي وتحسينه من خلال بناء المنتج النهائي أو دراسة السوق أو المستهلك المستهدف أو بناء الفريق (غير المؤسسين). وغالبا ما تمول هذه المرحلة من طرف المستثمرين الملائكيين ورأس المال المخاطر.

تعتبر هذه المرحلة نقطة سوداء بالنسبة لرائد الاعمال نظرا للاحتمال الكبير للفشل الذي يقد بنسبة 70% خلال السنتين الأوليتين وبـ 90% خلال السنوات الخمسة الأولى.,Michel Marchesnay) 1987, p. 152)

مرحلة التأسيس أو الجولة أ (Series A): يتم فيها اختبار توسع المنتج النهائي وتجربته على شرائح جديدة، وتنظيم المؤسسة وهيكلة عملياتها. ويتم تمويلها في الغالب برأس المال المخاطر.

مرحلة البناء أو الجولة ب (Series B): في هذه المرحلة تبدأ المؤسسة في التحول من مؤسسة ناشئة إلى مؤسسة ناضجة حيث تسعى إلى توسيع عملياتها على المستوى الإقليمي و الاستحواذ على مؤسسات أخرى(Stéphanie Gangnon, 2018, p. 36) . وتمول برأس المال المخاطر والملكية الخاصة.

مرحلة النمو وما بعدها أو الجولة ج (Series C and beyond): المؤسسات التي تصل لهذه المرحلة تثبت أنها ناضجة حيث تصبح محكمة وقابلة للطرح العام أو توزيع أرباح أعمالها. وهي تشبه الجولة "ب" ولكن على مستوى أوسع. وتمول برأس المال المخاطر والملكية الخاصة.

4- الاختلاف بين المؤسسة الناشئة والمؤسسة التقليدية

تختلف المؤسسة الناشئة عن المؤسسة التقليدية في نقاط عدة لكن أهمها النمو الكبير. ويمكن تلخيص نقاط الاختلاف فيما يلي (بوالشعور شريفة، 2018، صفحة 423):

- تمر دورة حياة مؤسسة تقليدية بمرحلة الانطلاق فالنمو ثم النضج وبعدها تبدأ في التراجع، بينما تمر المؤسسات الناشئة بسلسلة من التراجع والتقدم غير القابل للتنبؤ في المرحلة ما بين الانطلاق والنمو، ولما تصل إلى مرحلة النضج ستستمر في الارتفاع والنمو (مثل تويتر Twiter وآبل Apple)؛

- تقدم المؤسسة الناشئة منتجها لسوق جد كبير على عكس المؤسسات التقليدية؛

- يتم الاستثمار في المؤسسات الناشئة بالرغم من الخطر المرتفع المرتبط أي يتم التركيز على العائد الكبير المحتمل في حال نجاح المشروع، بينما في المؤسسات التقليدية يتوجه المستثمر لسوق تنخفض فيه درجة عدم التأكد وتحقيق أرباح عادية (Eric Ries , 2018, p. 35)؛

- كذلك هناك اختلاف في مصادر التمويل حيث تعتمد المؤسسة الناشئة على المستثمر الملاك والمستثمر المغامر أو رأس المال المخاطر أو مؤسسات رأس المال الاستثماري التي تقوم على أساس المشاركة حيث تمول المؤسسات الناشئة من دون ضمان العائد ولا مبلغه ولهذا فهي تساعد

أكثر المؤسسات الناشئة الجديدة أو التوسعية التي تواجه صعوبات في هذا المجال، حيث ترفض البنوك إقراضها لعدم توفرها على الضمانات (قارة رابح، 2017، صفحة 3) أو لكونها مشاريع عالية المخاطر.

تتمثل أهمية رأس المال المخاطر بالنسبة للمؤسسة الَناشئة في العديد من العناصر منها (الأغا تغريد، حشماوي محمد، 2016، صفحة 12):

* مساهمة مؤسسة رأس المال المخاطر في التمويل والمتابعة وتقديم النصائح للمؤسسة الناشئة لتمكينها من التسيير الجيد فأهم مشكل هو توفير التمويل والتسيير(Frédérick Marcil, 2013, p. 91) ؛
* يكون التمويل على عدة مراحل حيث يتم عرض نتائج الأعمال المنجزة لكل مرحلة ممولة ما يضمن جدية الاستثمار ويمنح فرصة جديدة للمؤسسة لتدارك فشلها قبل تراكم الخسائر عليها؛
* لا تنسحب مؤسسة رأس المال المخاطر من المؤسسة الناشئة إلا بعد تمكنها من الإنتاج والنمو.
* لا يكون رأس المال المخاطر مستحقا أو واجب الوفاء إذا كان وضع المؤسسة الناشئة لا يسمح بذلك، على اعتبار أنها أصبحت تشكل جزء من أموالها الخاصة وتشترك مع المؤسسة في الخسائر.

رغم وجود اختلافات بين المؤسسة الناشئة والمؤسسة التقليدية إلا أنه توجد علاقة بينهما حيث يمكن للمؤسسات الناشئة ان تتعاون مع المؤسسات الاخرى وتقدم لها خدمات تستفيد منها. وهناك العديد من المؤسسات الكبيرة التي استفادت واعتمدت على خدمات مؤسسات ناشئة مثلا في مجال تجديد ثقافة المؤسسات هناك Rabobank , Google, Dell وفي مجال ابتكار ماركات كبيرة يوجد Telefónica و Accenture و Microsoft وفي مجال حل مشاكل العمل هناك Unilever و Diageo و glh Hotels وفي مجال توسيع الأسواق المستقبلية يوجد BMW و Enel. (Valerie Mocker, Simona Bielli And Christopher Haley, 2014, p. 17)

ثانيا: مفاهيم عامة حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة Corporate social responsibility (CSR)

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات منذ خمسينيات القرن الماضي من خلال عمل بوين Bowen (قاسمي كمال، بعلي منية، 2016، صفحة 83) وتلاها بعد ذلك موجات جديدة من التعاريف والنقاشات حول حدود المسؤولية الاجتماعية. (Djilali Benabou,Abdesselem Bendiabdellah & Habib Tabet, 2013, p. 43)

تعددت تعاريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات نظرا لتعدد أصحاب المصالح واختلاف اتجاهاتهم وأهدافهم وتناقضها أحيانا، ولوجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع من هذه المؤسسات وبين ما يتصوره أصحاب المؤسسات عن ما يمكن تقديمه للمجتمع من جهة أخرى.
ومن بين التعاريف المقدمة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ما يلي:

مؤتمر الأمم المتحدة والتجارة: عرفها بـ "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تشكل إجراءات تدمج بموجبها المؤسسات الشواغل الاجتماعية في سياساتها وعملياتها المتصلة بأعمالها التجارية، ويشمل ذلك الشواغل البيئية والاقتصادية والاجتماعية. ويشكل الامتثال للقانون الحد الأدنى من المعايير التي يتعين على المؤسسات الالتزام بها". (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2004، صفحة 5)

اللجنة الأوروبية: عرفتها بـ "المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم يقوم بدمج الانشغالات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في مختلف نشاطات المؤسسة والتفاعل مع مختلف الأطراف المتعاملة مع المؤسسة بشكل إرادي أو تطوعي". (Commission Européenne، 2001)

يركز تعريف اللجنة الأوروبية على: (Mokhtari Bouchaib, Asdiou Abdelkarim, 2016, p. 3) أن CSRهي مفهوم إرادي وهي تهتم بالموارد البيئية والاجتماعية وهي لا تنفصل عن الإستراتيجية والعمليات التجارية و الجزء المهم منها يتمثل في علاقة المؤسسة مع الأطراف الداخلية والخارجية.

منظمة الأمم المتحدة: عرفتها بـ " تتلخص المسؤولية الاجتماعية في تحلي الشركات بروح المواطنة العالمية والتي تغطي كلا من حقوق ومسؤوليات الشركات الوطنية في السياق الدولي، من خلال قيام هذه الأخيرة باستصدار عدد من القيم والمبادئ المتفق عليها عالميا، في إطار السياسات العامة لدعم حقوق الإنسان في ظل ظروف عمل مريحة وحماية البيئة.

المنظمة العالمية للمعايرة: عرفتها بـ" المسؤولية الاجتماعية هي نشاطات المؤسسة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر أعمالها التي تقوم بها على المجتمع والمحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة، وترتكز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، واحترام القوانين والأدوات الحكومية وتدمج مع النشاطات اليومية للمؤسسة" (Ministere Des Mines Et De LaGéologie;, 2016, p. 30) حيث اعتبرتها معايير ISO 26000 بأنها "ذلك الأثر الذي يظهر في قرارات ونشاطات المؤسسة على المجتمع والبيئة من خلال سلوك يتسم بالشفافية والأخلاقية حيث يساهم في التنمية المستدامة، ويأخذ بعين الاعتبار توقعات أصحاب

المصالح، والامتثال للتشريعات المحلية والدولية.". (Sanz-Mendiola I & al, 2013, p. 849) هذا ما يؤدي إلى التنمية المستدامة بما فيها الصحة ورفاهية المجتمع والأخذ بعين الاعتبار ما تتوقعه المجموعات الضاغطة واحترام القوانين مع مراعاة المعايير الدولية وجعلها ضمن ثقافة المنظمة وعلاقاتها (العابد لزهر، 2014، صفحة 93).

البنك الدولي عرفها بـ " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي التزام أصحاب النشاطات التجارية بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم الاقتصاد والتنمية في آن واحد".(World Bank, March 2007, p. 1)

المنتدى الدولي لقادة الأعمال عرفها "أنها ممارسة الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة إضافة إلى المساهمين." (حسين الأعرج، 2010، صفحة 3)

منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية عرفتها كالتالي: " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بغية تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف" (Marie-Françoise Guyonnaud, Frédérique Willard, 2004, p. 5).

مجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة عرفها على أنها "التزام شركات الأعمال المستمر بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي وللمجتمع ككل ".(أحمد زغب، صفحة 8)

وعليه فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتمثل في أداء المؤسسات لالتزاماتها الاقتصادية والقانونية والاجتماعية والأخلاقية والبيئية تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم والعاملين والمستهلكين والعملاء والموردين والبيئة والمجتمع. فمسؤولية المؤسسة تتمثل في مسؤوليتها اتجاه تحقيق الربح واتجاه أصحاب المصالح واتجاه المجتمع. (داود خيرة، 2019، صفحة 6)

لقد تعددت المصطلحات المطلقة على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ومنها الاستجابة الاجتماعية للمؤسسة ومواطنة المؤسسات والمؤسسات الأخلاقية والحوكمة الجيدة للمؤسسات.

تجدر الإشارة إلى أنه لم يتم تعريف المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية ولا تزال المسؤولية الاجتماعية في جوهرها أدبية

ومعنوية، أي أنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية. (عبد الناصر طلب الزيود، تالا عارف الخشمان، ناديا ابراهيم الخشمان، 2014، صفحة 377)

يتضح أن المؤسسة من خلال ممارسة المسؤولية الاجتماعية تستهدف زيادة مساهمتها في التنمية المستدامة بالاعتماد على مجموعة من المبادئ والتي تتمثل في: (عرابة رابح ، بن داودية وهيبة، 2012، صفحة 7) القابلية للمساءلة؛ والشفافية؛ والسلوك الأخلاقي؛ واحترام مصالح الأطراف المعنية؛ واحترام سيادة القانون؛ واحترام المعايير الدولية للسلوك؛ واحترام حقوق الإنسان.

2- أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية

تتمثل أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في: (لطرش محمد، جعيل جمال، 2018، صفحة 239)

- لها دورا مهما في التوظيف والاحتفاظ بالكفاءات وتوليد روح الفخر والانتماء للمؤسسة. كما تعمل على زيادة الرضا الوظيفي ورفع الثقة التنظيمية والالتزام التنظيمي، وتخفيض معدل الدوران.

- تلعب دورا مهما في تخفيض العديد من المشاكل (الغرامات وتخفيض الأحكام الصادرة ضد المؤسسات التي تخالف القانون؛ وتجنب النزاعات، وخطر مقاطعة المستهلكين).

- إن تخفيض التكاليف هو أهم دافع لتبنى المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية، فقد أوضح تقرير Grant Thorton الدولي لسنة 2014 حول أزيد من 2500 مؤسسة في 34 دولة، بأن 67 % من المؤسسات ترى أن تخفيض التكاليف هو من أهم دوافع تبنيها لممارسات المسؤولية الاجتماعية.

- المؤسسة المسؤولة اجتماعيا تكسب ثقة المجتمع وتأييده مما يمنحها رخصة اجتماعية للنشاط ويسمح لها بتوطيد علاقاتها مع زبائنها الحاليين وكسب زبائن جدد في المستقبل.

- تساهم في بناء صورة وسمعة جيدة للمؤسسة وكسب ولاء الزبون، وتعطي انطباعا بأن المؤسسة لا تبحث فقط عن الربح بل هي مهتمة كذلك برفاهية المجتمع وحماية البيئة. لقد بينت دراسة في الدنمارك لأكبر 30 مؤسسة أن الدافع الأساسي لتبني المسؤولية الاجتماعية هو تحسين صورتها.

- تعد المسؤولية الاجتماعية وسيلة تسويقية استراتيجية مهمة ولها تأثير كبير على سلوك المستهلكين. ففي الفترة الممتدة بين 2002 و2007 تزايدت الإعلانات التي تظهر المسؤولية الاجتماعية في المجلات الأسبوعية الألمانية Wirtschafts, Woche, Spiegel Der بـ 390%.

- تسمح المسؤولية الاجتماعية بالحصول على أفضل مصادر التمويل لأن المستثمرين يتجنبون المؤسسات ذات السمعة السيئة.

- تسمح للمؤسسة باكتساب ميزة تنافسية تساعدها على التفوق والتميز على منافسيها من خلال تقليل المخاطر والتكاليف وكسب كفاءات عالية والتحلي بالالتزام وبناء علاقة جيدة مع أصحاب المصالح. كما تساعدها على التميز من خلال طرح منتجات أو خدمات جديدة تدرج الاعتبارات البيئية والاجتماعية في نشاطاتها، مثل السيارة الكهربائية أو المنتجات الغذائية العضوية وغيرها.

- إمكانية الحصول على معاملة تفضيلية من الحكومة، ما يعزز مكانة المؤسسة لدى الجهات القانونية والبنوك وشركات التأمين.

- المساهمة في تحسين العائد المالي والأرباح وقيمة الأسهم، ولقد أثبتت دراسات عديدة العلاقة الإيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي. حيث قام رُوف وكَمَر بمراجعة دراسات سابقة بتحليل (76 دراسة) للفترة الممتدة من 1972 إلى 2012، وتوصلا إلى أن 48 دراسة بينت العلاقة الإيجابية، بينما أربع دراسات أظهرت علاقة مختلطة، وثمانية دراسات توصلت إلى علاقة سلبية، و16 دراسة بينت عدم وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي.

- تحقيق العديد من الايجابيات للدولة كتخفيف الأعباء التي تتحملها وتخفيض النفقات من ناحية أخرى، (وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة في تحمل التكاليف الاجتماعية).

3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية

أشار Carrollإلى أربعة أبعاد رئيسية للمسؤولية الاجتماعية تتمثل في البعد الاقتصادي والبعد القانوني والبعد الأخلاقي والبعد الخير (Carroll A B, 1991, p. 405).

يمكن تمثيل أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال الشكل التالي:

شكل 02: هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص 83.

ومنه يمكن إيجاز أبعاد المسؤولية الاجتماعية فيما يلي: (Naima Bouferas, 2016, p. 7)

- **البعد الاقتصادي:** يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر CSR التي تؤكد على احترام قواعد المنافسة العادلة والحرة والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي. فهذا البعد يشير إلى خلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات ومن خلال خلق فرص العمل ومصادر الدخل. (بوتيارة عنتر، واضح فواز، شريط حسّين الأمّين، 2016، صفحة 82)

- **البعد القانوني:** ويقوم هذا البعد على أساس مبادئ حماية البيئة والسلامة المهنية والعدالة وقوانين حماية المستهلك، ويحتوي مجموعة كبيرة من العناصر التي يفترض أن تحترم من قبل المؤسسات بشكل يعزز الارتقاء بالعلاقة مع المستهلك ومع العاملين وكذلك منع الإضرار بالبيئة.

- **البعد الأخلاقي:** يستند إلى مبادئ ومعايير أخلاقية وكذلك إلى أعراف وقيم اجتماعية، لذا يفترض على إدارة المؤسسات أن تستوعب الجوانب القيّمة والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها، لأن هذه الجوانب لم تؤطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمرا ضروريا لزيادة سمعة المؤسسة في المجتمع وقبولها، فعلى المؤسسة أن تكون ملتزمة بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه.

- **البعد الخير:** هي خدمة تلتزم المؤسسة طواعية بتقديمها للمجتمع من خلال تحسين جوانب الحياة فيه والمساهمة في حل مشاكله، ودعم القضايا البيئية كاستخدام مواد صديقة للبيئة، وتبني أنظمة إنتاج خضراء ودعم مؤسسات المجتمع المدني.

فحسب Caroll فإن CSR هي التزام المؤسسة بالاهتمام خلال عملية صنع القرارات بالآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بشكل يضمن التوازن بين الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن القرارات. (ضيافي نوال، 2016، صفحة 4)

ثالثا: المؤسسة الناشئة والمسؤولية الاجتماعية

يمكن ربط علاقة المؤسسة الناشئة بالمسؤولية الاجتماعية انطلاقا من أهمية CSR بصفة عامة، فرغم وجود وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسة لـ CSR إلا أن هناك اتفاق

عام على أن CSR بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها. (Alain Chauveau et Jean-Jacques Rosé, 13 février 2003, p. 45)

رغم الأهمية التي تكتسيها CSR لدى المؤسسة إلا أنه يوجد جدل بخصوص تبنيها بين مؤيدين ومعارضين دون أن يتم التوصل إلى اتفاق نهائي حول عدد من الأسئلة الرئيسية أهمها: (عجيلة محمد، شنيني عبد الرحيم، 2012، صفحة 8 و 9.)

- كيف يمكن توزيع موارد المؤسسة بشكل يساعد في حل المشاكل الاجتماعية؟
- ما هي المشاكل التي يجب على المؤسسة أن تهتم بها بشكل خاص؟

ما هي الأولويات التي يتوجب أخذها بعين الاعتبار؟

- هل المسؤولية الاجتماعية تقتصر على نشاطات المؤسسة واستجابتها للقوانين أم أنها تتعلق أيضا بالنشاطات التطوعية التي تمتد إلى ما هو أبعد من المتطلبات القانونية؟
- ما هي الأهداف والمعايير التي يمكن اعتبارها كافية أو ملائمة؟
- ما هي المعايير والمقاييس التي تقرر إذا ما كانت المؤسسة مسؤولة أو غير مسؤولة اجتماعيا؟

لقد ركز المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية مناقشتهم حول القضايا الرئيسية التالية:

* يجب أن ينظر إلى تحقيق الأرباح بمنظور الأجل الطويل وليس بمنظور الأجل القصير، حيث أن إنفاق المؤسسة لحل المشاكل الاجتماعية والذي يؤدي إلى خفض الأرباح في الأجل القصير من شأنه خلق ظروف بيئية ملائمة لبقائها ونموها واستمرار تدفق أرباحها في الأجل الطويل؛
* كسب صورة جيدة للمؤسسة؛
* المؤسسة التي تتحمل CSR عادة ما تتجنب وطأة التشريعات والقوانين الحكومية؛
* تحويل المشاكل الاجتماعية إلى فرص مربحة للمؤسسة؛
* المؤسسة مصدر المشاكل الاجتماعية حيث تخلق مشكلة تلوث البيئة وأماكن عمل غير صحية.

أما معارضو تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية فركزوا مناقشتهم على النقاط التالية :

+ الالتزام بـ CSR يؤدي إلى زيادة إنفاق المؤسسة والذي ينعكس على تكلفة السلع والخدمات التي تقدمها وبالتالي تنخفض قدرتها على منافسة المؤسسات الأخرى وخاصة الأجنبية منها؛
+ تؤدي CSR إلى خرق قاعدة تعظيم الأرباح حيث تصبح عاجزة عن الارتقاء بالإنتاجية والاستثمار في البحث وتطوير تكنولوجيات الإنتاج وتقديم منتجات جديدة. فالمؤسسة وجدت

أساسا للعمل وتقديم سلع وخدمات بنوعية عالية وأسعار معقولة والحصول على عائد تعيد استثماره مما يسمح لها بالتوسع وبالتالي زيادة تشغيل العمال. وهذا ما يسمى بإستراتيجية الممانعة أو عدم تبني CSR وهي تهتم بالأولويات الاقتصادية دون تبني أي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب أن تتركز على تعظيم الربح؛ (هشام مكي، عبد الرحمان بوطيبة، 2017، صفحة 105)

+ مهما كانت موارد المؤسسة فإن قدرتها محدودة فإذا حُمّلت بأهداف اجتماعية تتجاوز هذه القدرة فستتعرض للمخاطر وبالتالي إلحاق الضرر بالمجتمع ككل؛

+ صعوبة المساءلة والمحاسبة الاجتماعية بسبب غياب معايير موحدة لقياس الأداء الاجتماعي.

أما استراتيجية التكيف فتعني التزام المؤسسات بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية ثم تراعي بعد ذلك المتطلبات الأخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم والأعراف السائدة والسلوكيات المقبولة اجتماعيا في بيئتها الداخلية التي تمثل ثقافة المؤسسة وكذلك بالنسبة للمجتمع الذي تعمل فيه؛ أما الاستراتيجية الدفاعية فهي أن تهتم المؤسسة بالقيام بأقل ما هو مطلوب منها قانونيا كدور اجتماعي وبيئي. (سميرة كتفي، عادل جربوعة، 2017، صفحة 390)

بناء على ما سبق فإن CSR تلقى اهتماما كبيرا من طرف المؤسسة الناشئة أو من طرف الدولة التي تهتم بالمؤسسة الناشئة فعلى سبيل المثال الخبراء والمختصون في المملكة العربية السعودية طالبوا بتأسيس "صندوق للمسؤولية الاجتماعية" يخصص 50 % من موارده للمؤسسات الناشئة، و50 % للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشروط ميسرة في التمويل دعماً لنموها، وهناك مقترحات بتخصيص 20 % من موارد الصندوق (صندوق CSR) لبناء مدارس ومستشفيات وغيرها، و80 % للمؤسسات الناشئة، فنمو المؤسسات الناشئة سيؤدي حتما إلى خلق وظائف وخدمات وسلع للمجتمع بأسعار معقولة وجودة مقبولة، كما سيفيد المؤسسات الكبيرة بالحصول على منتجات وخدمات لمشترياتها بميزة تفضيلية مما يتحقق مصلحة الطرفين.

يتضح أن كل مؤسسة مهما كان تصنيفها تنتهج CSR التي تناسبها فهي ليست حكرا على المؤسسات الكبيرة فقط. كذلك مع الاهتمام المتزايد بالبيئة والطاقة للحفاظ على الأرض وجب تغيير أنماط حياة المجتمع ككل من مواطنين وسياسيين وجمعيات ومؤسسات. فالالتزام بـ CSR يعني أن المؤسسة ليست مجرد فاعل اقتصادي بسيط بل يجب أن تقوم بدورها الاجتماعي.

1- خطوات تبني المؤسسة الناشئة للمسؤولية الاجتماعية

حتى تتبنى المؤسسة الناشئة المسؤولية الاجتماعية عليها اتباع مجموعة من الخطوات:

الخطوة 1: تجاهل المعلومات السيئة عن CSR وطرح الأسئلة المفيدة والجيدة. فيجب تفادي التساؤل حول الإجراءات الإدارية المعقدة وتخصيص الميزانية الكبيرة لذلك لأن هذا لا يتوافق مع المؤسسات الناشئة فهي لا تملك الموارد البشرية ولا الموارد المالية لمحاولة تلبية معيار ISO 26000.

الخطوة 2: وضع نظرة عامة واقعية أي تكون شيء ملموس. يجب على المؤسسة أن تحدد مكانتها بكل موضوعية وتقيم مستوى عملها في المجال الاجتماعي والبيئي والاقتصادي والإقليمي والحوكمة.

الخطوة 3: إنشاء خطة عمل للمسؤولية الاجتماعية.

الخطوة 4: المتابعة والتقييم أو البدأ من جديد بالخطوة الاولى. سيسمح التقييم المنتظم لإجراءات CSR بقياس التقدم المحقق وتحديد المزيد من الأهداف الجديدة ذات الطموحات الأكبر.

2- أسباب تبني المؤسسة الناشئة للمسؤولية الاجتماعية

تختلف المؤسسة الناشئة عن المؤسسات الأخرى ولكنها تهتم بنفس القضايا تجاه المجتمع. وهناك عدة أسباب **لتبني** المؤسسة الناشئة للمسؤولية الاجتماعية تتمثل في:

أ- الابتكار، القاسم المشترك للمؤسسات الناشئة والمسؤولية الاجتماعية.

إن المؤسسة الناشئة مبتكرة على عكس المؤسسة التقليدية، فهي تبحث عن نموذج اقتصادي قابل للتكرار يمكنها من تغيير حجمها (الحداثة والتكيف). كذلك تبني CSR يقتضي الابتكار؛ فلدمج القضايا الاجتماعية والبيئية في أنشطتها يجب على المؤسسة تحويل نموذجها الاقتصادي بشكل عميق مما يضمن تغيير البرامج والابتكار. وعليه تكون المؤسسة الناشئة فاعلة ومؤثرة في الابتكار المسؤول سواء البيئي أم الاجتماعي من أجل المساهمة في التنمية المستدامة. أي أن CSR تضمن استدامة المؤسسة وعيه فإن المؤسسة الناشئة التي تشرع في الابتكار المسؤول احتمال فشلها جد ضعيف لأن الابتكار وCSR يخلقان التحفيز والخيال والفرص الثمينة لها.

ب- الشباب (المؤسسات الناشئة) يغيرون العالم

إن تبني مبادئ الالهام والمبادئ الأخلاقية والقيم البيئية لا يؤثر فقط على الجيل الجديد من المساهمين ولكن أيضًا على رواد الأعمال الجدد حيث يلعب عالم الأعمال دوره في

التعبئة العالمية. وCSR هي أحد الأدوات المطبقة للمساهمة في التأثير الإيجابي على الإنسان والأرض.

باختصار، إذا كانت المؤسسة الناشئة ترغب في جذب المواهب يجب عليها أن تدمج CSR في استراتيجيتها. إذ تشير أغلب الدراسات والتقارير المتعلقة بهذا الجانب إلى أن هذه الأجيال الشابة تفضل التعامل مع المؤسسات التي تخدم قضية اجتماعية ما أو تكون فاعلة في المجتمع المحيط بها.

ج- الاستجابة لتوقعات المستهلكين الجديدة

على العموم، المستهلكون يفقدون الثقة بشكل متزايد في العلامات التجارية. فحسب إيدلمان Edelman فإن 65 % من الفرنسيين يطالبون العلامات التجارية بالالتزام بـ CSR فالشفافية والوعي الأخلاقي والالتزام و(صُنع في فرنسا) هي التوقعات الجديدة للمستهلكين. وبالتالي فإن التنمية المستدامة هي عمل جميع المؤسسات بما في ذلك المؤسسات الناشئة. لذلك يجب على المؤسسات الناشئة أن تبتكر في هذا الاتجاه من أجل تلبية الاحتياجات الجديدة للمستهلكين مما يكسبها وضعا جديدا ويجعلها تتفوق فيه لأنها تركز جهودها على تجربة العميل.

كذلك لا ينبغي التقليل من أهمية النظام البيئي للمؤسسات الناشئة في فرنسا؛ فبين سنتي 2012 و2015 زاد عدد المؤسسات الناشئة التي تم إنشاؤها بنسبة 30 % سنويًا وفي سنة 2017 تم إدراج 9400 مؤسسة ناشئة في فرنسا مما يدل على أن النظام البيئي الكامل الملتزم يلعب دورا أكبر في تحديات التنمية المستدامة.

د- المسؤولية الاجتماعية ليست من اختصاص المجموعات الكبيرة

الرؤية طويلة المدى ليست فقط للمؤسسات الكبيرة؛ ففي الواقع إنه من الأسهل تبني CSR عند إنشاء المؤسسة حيث ستبذل جهدًا أقل لتوفير مجموعة كبيرة وإنشاء نموذج أعمال أكثر احترامًا للمجتمع والبيئة. كذلك فإن فوائد CSR تمس جميع أنواع المؤسسات كالالتزام والاهتمام بالتغيير والتحسين المستمر وتحسين الأداء.

هـ- الرقمنة (المشكلة والحل)

حتى وإن لم تكن جميع المؤسسات الناشئة تكنولوجية إلا أنها غالبًا ما تعتمد على الأدوات الرقمية للابتكار. من خلال الالتزام بـ CSR فإن المؤسسات الناشئة تنفتح على عالم التكنولوجيا والرقمنة المسؤولة. (خاصة GreenTech أي التكنولوجيا والرقمنة من أجل التحول البيئي).

3- ريادة الأعمال الاجتماعية (بين الخطر والنجاح)

يتم إنشاء العديد من المؤسسات الناشئة التي تختار وضعًا مميزًا يتوافق مع الاتجاه الأساسي لها على أنها مبتكر اجتماعي. فهذه المؤسسات لا تستجيب بشكل أساسي لاحتياجات السوق التي تسمح لها بفرض نفسها بين المنافسة ولكن للاحتياجات الاجتماعية الجديدة أو غير المشبعة بشكل جيد في ظل الظروف الحالية للسوق وللسياسات الاجتماعية.

لتطوير مؤسسة مبتكرة اجتماعيا يمكن الاعتماد على ثلاثة سبل إما أن تكون طوعية أو خاضعة للإشراف أو أن تستجيب للمنطق الخاص بـ CSR والاقتصاد الاجتماعي والتضامن.

البعد الأول للابتكار الاجتماعي يتمثل في إنشاء نماذج اقتصادية جديدة عن طريق ربط البحث عن الربح والبعد الاجتماعي في العرض، أو عن طريق التبرع بجزء من حجم المبيعات للمشاريع التي تهتم بالبعد الاجتماعي. يمكن الاستشهاد بمثال Pixza وهي مؤسسة مكسيكية تنشئ مطاعم توظف الأشخاص المشردين؛ فالنموذج الاقتصادي يرتكز على نشاط الإطعام ولكن مع تحقيق هدف أو تأثير اجتماعي يتمثل في إعادة إدماج الأشخاص المشردين في المجتمع. وهناك مثال آخر هو Toms وهي مؤسسة تصنيع أحذية تخصص جزءً من مبيعاتها لدعم المشاريع ذات التأثير الاجتماعي كالتبرع بزوج من الأحذية للأشخاص الذين يعانون من الفقر مقابل كل زوج يتم شراؤه.

أما البعد الثاني فيتعلق بالحوكمة، وهو "تطبيق مجموعة من الأدوات (القواعد والمعايير والبروتوكولات والاتفاقيات والعقود، وما إلى ذلك) لضمان تنسيق أفضل لأصحاب المصلحة في المؤسسة وإعطاءهم جزء من سلطة اتخاذ القرارات". وهذا ما جعل بعض المؤسسات تقوم بتفويض القرارات الإستراتيجية لموظفيها. فعلى سبيل المثال تُشرك مؤسسة Semco البرازيلية موظفيها في خياراتها الإدارية (المرتبات، وساعات العمل، والمكافآت، وما إلى ذلك). كذلك مثال Coopaname وهي تعاونية فرنسية لتجميع العمل والتي تشرك جميع أعضائها في اتخاذ قرارات اختيار مشاريع الاستثمار والتدريب.

لكن الابتكار الاجتماعي يمكن أن يُترجم أيضًا إلى قرار العمل حصريًا داخل مجتمع أو منطقة معينة. يتم تحديد هذا الإرساء الإقليمي حسب نوع رأس المال البشري (أو المعرفة) التي ستتمكن المؤسسات الناشئة من الوصول إليها والجهات الفاعلة التي ستتفاعل معها في هذا النظام البيئي (العملاء، والموردون، والجامعات، والمجتمعات، وما إلى ذلك). فعلى سبيل المثال،

قد تقرر مؤسسة في قطاع السيراميك في فرنسا تحديد موقعها في منطقة ليموج Limoges حيث سيكون الموردون والموارد والخبراء أكثر وفرة وتأهيلًا.

4- التوفيق بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية الاقتصادية

أظهرت دراسة حديثة حول المؤسسات الناشئة داخل حاضنة SSE في منطقة Hauts-de-Seine أنه من الممكن التوفيق بين الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية في إطار إنشاء الأعمال التجارية في منطقة معينة. إلا أن التركيز على الابتكار الاجتماعي قد يؤدي إلى تعقيد تطبيق نموذج اقتصادي للمؤسسات الناشئة. حيث تم تحديد ثلاث معوقات في الدراسة:

أ- تحتاج المؤسسات الناشئة إلى قدر كبير من المرونة عند إنشائها. فمجرد وجود فكرة التأثير الاجتماعي يقلل من فرص أن تكون المؤسسة الناشئة قادرة على التمحور أو استكشاف أسواق أخرى أو بيئات أعمال غنية بالموارد.

ب- قد تواجه المؤسسات الناشئة التي تم تأسيسها في منطقة ما مشاكل تطوير الابتكار في حالة غياب بعض الفاعلين ذوي المهارات الأساسية في النظام البيئي. خاصة في حالة رغبة المؤسسات الناشئة في إحداث تأثير خارج إقليمها (مثل تقديم مؤسسة أوروبية المساعدة المادية للأطفال في إفريقيا) لأنها لن تكون قادرة على الاعتماد على الفاعلين في اقليمها.

ج- التحدي الثالث تنظيمي. فمثلا يمكن تطبيق الحوكمة التي تأخذ في الاعتبار جميع أصحاب المصلحة في نموذج إداري يركز على المعيار البيئي والاجتماعي والذي يكون معقدًا. فإذا تبنت المؤسسة الناشئة نموذجا تنظيميا بهذا الشكل فإنها ستشبه الهيئات النقابية أو المنظمات غير الربحية مما يؤدي إلى توليد حوكمة جد معقدة في الوقت الذي يجب أن تكون فيه القرارات سريعة.

5- مساعدة المبتكرين الاجتماعيين على النجاح

يجب أن تركز المؤسسات الناشئة التي تعتمد على الابتكار الاجتماعي على استدامة نموذجها الاقتصادي وتحديد القيمة التي تم إنشاؤها من خلال عدم دمج جميع معايير التضامن الاجتماعي أو CSR في البداية. لذلك ينبغي على الحاضنات وآليات الدعم(المرافقة) أن تقبل بتعريف أوسع لمفهوم المبتكر الاجتماعي وأن تتيح مزيدا من الوقت لنضج المشاريع. وعليه سيكون من المناسب لآليات الدعم أن تأخذ بعين الاعتبار عامل الزمن عند العرض الذي يقوم على مبادئ التضامن الاجتماعي أو CSR التي ستسمح بتنفيذ نموذج أعمال مستدام.

كذلك يجب إيجاد المزيد من عروض الخدمات المناسبة داخل الحاضنات لمراعاة خصوصيات الابتكار الاجتماعي والاعتماد على الخبراء الذين لديهم خبرة في الابتكار الاجتماعي. مما هذا ما يستدعي توفير المزيد من ورشات العمل والتدريب الملائم بما يتناسب مع تنوع سياسات التضامن الاجتماعي أو المسؤولية الاجتماعية.

6- نتائج ممارسة المؤسسة الناشئة للمسؤولية الاجتماعية

إن إنفاق المؤسسة الناشئة على الأنشطة الاجتماعية المختلفة يوفر لها المال ناحيتين: الأولى تتمثل في أن هذه الأنشطة حتى وإن كانت مكلفة ماديًا إلا أنه يمكنها اختيار ما يناسبها وما يناسب ملاءتها المالية، مثل استخدام المواد المعاد تدويرها، أو استخدام الإضاءة الموفرة للطاقة. والثانية تتمثل في أنه يمكن لـ CSR أن توفر المال حيث ستوصل المؤسسة رسالة إلى عملائها الحاليين أو المحتملين بأنها تخدم قضايا مجتمعية وبيئية معينة خاصة ما يعرف بتخضير الأعمال Creening Business (عبد الغفور دادن، حفصي رشيد، 05-06 ديسمبر، 2016، صفحة 415) وهذا ما يدفع عملاءها للتمسك بها ويجلب لها عملاء جدد. مما يدل على أن CSR هي قيمة مضافة وسلاح سري للمؤسسات الناشئة.

يمكن للمؤسسات الناشئة أن تسوق لنفسها دون أن تنفق الأموال؛ فمجرد التزامها بـ CSR هو رسالة دعائية وتسويقية، لكن بشرط أن تحسن استخدام هذه الميزة وأن تدمج CSR في استراتيجية الترويج لنفسها، وأن تعتبرها أسلوبها الخاص الذي يجب إظهاره والتذكير به باستمرار. فإذا تبنت المؤسسة فكرة تغيير العالم للأفضل فإنها تعتبر رسالة دعائية وترويجية فعالة وذات تأثير كبير مما يجعلها تتموضع في السوق بهذه الصفة مما يحتم عليها حل الكثير من المشاكل. وهذا ما ينعكس إيجابًا على معدلات مبيعاتها وعلى جذب العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين.

وهذا ما يعرف حسب caroll بالاستراتيجية الاستباقية أو التطوعية وهي أن تأخذ المؤسسة القيادة في مجال المبادرة الاجتماعية للالتزام بالمتطلبات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتطوعية. (مسعد عبد القادر، أوكيل رابح، 2017، صفحة 41)

إن الالتزام بـ CSR يساعد المؤسسة في تحفيز موظفيها واستغلال طاقاتهم وقدراتهم وفي اقتناص أفضل الكفاءات والمواهب الشابة مما يقوي تنافسيتها.

إن اعتبار CSR قيمة مضافة للمؤسسات الناشئة يوجب عليها وضع استراتيجيات وقواعد تترجم هذا إلى ممارسات فعلية على أرض الواقع لتشق المؤسسة الناشئة طريقها إلى عالم الربح وجلب الأموال والتغلغل في السوق.

كذلك على المؤسسة الناشئة أن تتفطن لمعادلة المجتمع الصحي والمؤسسة القوية، والعامل الأساسي لنجاحها هو محيطها الاجتماعي، فكلما كان هذا المجتمع المحيط قويًا وصحيحًا كانت معدلات خدمته للمؤسسة أقوى وأكثر فعالية.. وعلى سبيل المثال نجحت المؤسسة الناشئة "أس فايف S.FIVE" المختصة في صناعة تجهيزات معالجة المياه وحماية البيئة بعين الدفلى، في تصنيع خراطيم التعقيم عالية الجودة التي تستعمل في الوقاية والحد من انتشار تفشي فيروس كورونا المستجد. ففكرة التوجه نحو إنتاج هذه التجهيزات الوقائية محليا أي تحويل نشاطها الأساسي نحو صناعة هذه الخراطيم جاءت من باب CSR ومحاولة المساهمة في إيجاد الحلول وتوفير المعدّات اللازمة للوقاية من تفشي كوفيد- 19 والقضاء عليه. كما تسعى إلى تصنيع آلة لإنتاج الكمامات الطبية عالية الجودة بمعدل 50.000 كمامة يوميا.

خاتمة

تعبّر CSR عن وفاء المؤسسات بالتزاماتها الاقتصادية والقانونية والاجتماعية والأخلاقية والبيئية تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم والعاملين والمستهلكين والعملاء والموردين والبيئة والمجتمع. فهي تعد معيار مهم لدمج الاهتمامات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والبيئية عند صنع القرار ووضع الاستراتيجيات ورسم السياسات. وهي تهم كل المؤسسات خاصة المؤسسات الناشئة التي قد تستفيد كثيرا من ممارستها لها وإدراكها.

وفي الأخير وعلى ضوء نتائج البحث يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة ممارسة المؤسسات الناشئة لـ CSR لأنها تؤثر إيجابا على إدارة الصورة الذهنية لها.
- يجب على المؤسسات الناشئة أن تطبق CSR لأنها تعتبر قيمة مضافة وسلاح سري يمكنها من الحفاظ على العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
- ضرورة تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الناشئة بإتباع أساليب حديثة لحماية البيئة.
- ضرورة مساهمة المؤسسات الناشئة في تنمية المجتمع وتقديم الحلول للمشاكل التي قد تظهر.
- يجب على المؤسسات الناشئة أن تراعي الابتكار الاجتماعي للمساهمة في أبعاد التنمية المستدامة.

- ضرورة تبني CSR لأنها تعمل على إرساء قواعد الحوكمة في المؤسسات الناشئة.

المراجع:

1-Eric Ries. (2011). The lean startup. New york: the Crown Publishing.

2- Alain Chauveau et Jean-Jacques Rosé. (13 février 2003). L'entreprise responsable: Responsabilité sociale . Paris: Ethique (Français) Broché.

3- Carroll A B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizone, Vol (34), p. 405.

4- Commission Européenne) .juillet, 2001 .(Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises .Livre Vert.

5- Djilali Benabou,Abdesselem Bendiabdellah & Habib Tabet. (2013). La responsabilité sociale des pme : une approche par la cartographie cognitive. p. 43.

6- Eric Ries . (2018). Le Modèle Start-Up, Devenir une entreprise moderne en adoptant le management entrepreneurial. Pearson.

7- Frédérick Marcil) .Juin, 2013 .(Incuber L 'Entrepreneur Pour Développer L' Économie Locale: L 'Expérience Lacere À Acton Vale, Mémoire En Administration Des Aff Aires Présenté À L'université Du Québec À Trois-Rivières, Juin 2013, P 91.

8- Julie Larguie . (2020, 7 25). Dis, c'est quoi une start-up...? Récupéré sur ttp://www.1001startups.fr.

9-Kevin A. Bryan† Hovenkamp Erik. (2020). Startup Acquisitions, Error Costs, And Antitrust Policy. The University Of Chicago Law Review, p. 353.

10- Marie-Françoise Guyonnaud, Frédérique Willard. (2004). Du management environnemental au développement durable des entreprises. France: ADEME.

11- Michel Marchesnay. (1987). la stratégie: du diagnostic à la décision industrielle. Alger: OPU.

12- Ministere Des Mines Et De LaGéologie;. (2016, Décembre). La Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) dans le secteur minier en Guinée. Etat des lieux et perspectives. Conakry.

13- Mohammed DJELTI , Bouchama CHOUAM. (s.d.). Etat des lieux des incubateurs en Algérie, Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran. p. 44.

14- Mokhtari Bouchaib, Asdiou Abdelkarim. (2016, Juin). , La RSE Est-Elle Une Source D'innovation Pour La PME ? Revue D'Etudes En Management Et Finance D'Organisation(N°2), p. 3.

15- Naima Bouferas. (2016, Juin). La Responsabilité Sociétale Des Entreprises Marocaines : Cas De Maroc Télécom. Revue D'Etudes En Management Et Finance D'Organisation(N°3), p. 7.

16- Olivier Marty;. (2015, Septembre). La Vie De Start-Up (S') Investir Dans Les Entreprises Innovantes. HAL Archive Ouverte En Sciences De L'homme Et De La Société, p. 6.

17- Sanz-Mendiola I & al. (2013). Evaluation and implementation of social responsibilityl,2013,p. The Service Industries Journa, l(33:9-10), 849.

18- Stéphanie GAGNON 16) .Novembre, 2018 .(L'innovation Ouverte En Support A La Phase D'expansion De La Startup .Mémoire En Concentration Gestion De L'innovation .36، Montréal، L'école De Technologie Supérieure, Université Du Québec.

19- Valerie Mocker, Simona Bielli And Christopher Haley. (2014). WINNING TOGETHER, A GUIDE TO Successful Corporate–Startup Collaborations. Startup Europe Partnership.

20- World Bank. (March 2007). Beyond Corporate Social Responsibilit. The Scope for Corporate Investment in Community Driven Development, Repor. GLB.

21- أحمد زغب. (بلا تاريخ). دور القطاع الخاص الفلسطيني في تعزيز مبادرات المسؤولية المجتمعية. تأليف جامعة القدس المفتوحة (المحرر)، *مؤتمر المسؤولية المجتمعية*، (صفحة 8).

22- الأغا تغريد، حشماوي محمد. (جوان, 2016). أهمية التمويل برأس المال المخاطر في دعم المؤسسات الناشئة. *المدير*(العدد3)، صفحة 12.

23- العابد لزهر. (2014). التعلم من أزمةالمسؤولية الاجتماعية، حالة شركةNIKE . *مجلة الدراسات الاقتصادية*(العدد 01)، صفحة 93.

24- بروال هشام ، خلوط جهاد. (2017). التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية (مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة)، المجلد 20، العدد 03، 2017، ص 20. *مجلة معهد العلوم الاقتصادية (مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة)، المجلد 20*(العدد 3)، صفحة 20.

25- بوالشعور شريفة. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups :دراسة حالة الجزائر. *مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع*(العدد 2)، صفحة 423.

26- بوتيارة عنتر، واضح فواز، شريط حسّين الأمّين. (2016). إدراك المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيِّرة والمتوسطة في الجزائر، مع الإشارة إلى مجموعة من مؤسسات صناعة البلاط ببلدية مقرة (ولاية المسيلة) . *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة*(العدد: 02)، صفحة 82.

27- بورنان مصطفى ، علي صول. (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة الناشئة). *المجلد 12*(العدد 01)، صفحة 133.

28- حسين الأعرج. (2010). المسؤولية الاجتماعية للشركات. *مجلة جسر التنمية*(العدد 20)، صفحة 3.

29- داود خيرة. (2019). ، قراءة في أدبيات المسؤولية االجتماعية لمنظمات الأعمال. *مجلة البحوث والدراسات العلمية*(العدد 12)، صفحة 6.

30- سميرة كتفي، عادل جربوعة. (سبتمبر, 2017). تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية إشكالية المفهوم: مبادرة أم إلزام. *مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي*(العدد 02)، صفحة 390.

31- ضيافي نوال. (2016). المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة و الموارد البشرية دراسة مجمع شي علي للأنابيب – سيدي بلعباس-. *مجلة التنظيم و العمل*(العدد 05)، صفحة 4.

32- عبد الغفور دادن، حفصي رشيد. (05-06 ديسمبر، 2016). المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية. *الملتقي الدولي حول: المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية* (صفحة 415). جامعة ورقلة.

33- عبد الناصر طلب الزبود، تالا عارف الخشمان، ناديا إبراهيم الخشمان. (2014). المسؤولية الاجتماعية لدى البنوك الإسلامية، دراسة حالة البنوك الإسلامية في الأردن. *المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد 10* (العدد 2)، ص 377.

34- عجيلة محمد، شنيني عبد الرحيم. (14- 15 فيفري 2012). فعالية محاسبة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال، مفاهيم وأسس. *الملتقى الدولي الثالث بعنوان منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية* (صفحة 8 و 9.). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار.

35- عرابة رابح ، بن داودية وهيبة. (2012). المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية – عرض تجارب بعض الشركات العالمية. الجزائر ، ، ص7. *ملتقى المسؤولية الاجتماعية* (صفحة 7). الشلف: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف.

36- علاء الدين بوضياف،محمد زبير. (2020). دور حاضنات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر. *مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 04*(العدد 01)، صفحة 90.

37- قارة رابح. (سبتمبر, 2017). أهمية رأس المال الاستثماري كآلية لتمويل الصناعات الناشئة. *مجلة دفاتر بوادكس*(العدد 08)، صفحة 3.

38- قاسمي كمال، بعلي منية. (2016). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كأحد المتطلبات الحديثة لدعم العلاقات العامة. *مجلة الباحث الاقتصادي*(العدد الثالث)، صفحة 83.

39- لطرش محمد، جعيل جمال. (جوان, 2018). المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية*(العدد التاسع)، صفحة 239.

40- محمد زبير بوضياف علاءالدين. (2020). دور حاضنات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر. *مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 4*(العدد 1)، صفحة 90.

41- مسعد عبد القادر، أوكيل رابح. (ديسمبر, 2017). مدى تبني المؤسساتا الاقتصادية الجزائرية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية، دراسة حالة مؤسسة الاسمنت بسور الغزلان. *مجلة معارف*(العدد 23)، صفحة 41.

42- مصطفى بورنان، علي صول. (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة الناشئة). *مجلة دفاتر اقتصادية، 12*(01)، صفحة 133.

43- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. (2004). كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة. نيويورك وجنيف، الأمم المتحدة ،صفحة 5.

44- هشام مكي، عبد الرحمان بوطيبة. (2017). القياس المتعدد الأبعاد لتطبيقات المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. *مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 03* (العدد 04)، صفحة 105.

مفاهيم عامة حول المؤسسة الناشئة

General concepts about the start-up

جزار وهيبة[1]، مزرق عاشور[2]

[1] جامعة حسيبة بن بوعلي -الشلف، w.djezzar@univ-chlef.dz

[2] جامعة حسيبة بن بوعلي -الشلف ، a.mezrig@univ-chlzefdz

ملخص:

تهدف دراستنا الى وضع مفهوم واضح عن المؤسسة الناشئة startup ومراحل تطورها انطلاقا من فكرة تتطور لتصبح إبداع تحتضن من طرف مختصين لتنطلق من ميزانية بسيطة وتعمل في بيئة مليئة بالعراقيل بهدف الوصول الى مؤسسة ناشئة ناجحة.

توصلنا من خلال دراستنا الى أن المؤسسة الناشئة قادرة على قلب موازين الاقتصاد الوطني رغم العراقيل التي تواجهها من مشاكل تمويل و منافسة وترويج... إلا أنها اثبت قدرتها على النجاح نذكر منها المؤسسة الناشئة startupالجزائرية "واد كنيس" التي أصبحت اكبر سوق افتراضية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية:المؤسسة الناشئة start-up،الابداع،الاحتضان،واد كنيس

Abstract:

Our study aims to create a clear concept of the Startup, based on an idea devloped to creativity It is incubatored by professionals to start from a simple budget in an environment Filled with obstacles to reach a successful start-up

Our study found that the start-up can The national economic balance has been reversed despite the obstacles it faces Finance, competition and promotion But it has proved to be a success, one of which is the start-up Algeria's " Ouedkniss " became the largest virtual market in Algeria

Keywords: the Start-up Enterprise, creativity, incubators, Ouedkniss.

JelCodes:L26, O32

المؤلف المرسل: جزار وهيبة، **الإيميل:** w.djezzar@univ-chlef.dz.

1.مقدمة:

المؤسسات الناشئة startup أضحى مصطلح الساعة و المساهم الأساسي في اقتصاديات الدول و الرفع من قدراتها المادية و التكنولوجية لما تتميز به المؤسسات الناشئة من خصوصية في الأفكار وتطور سريع في النمو و أرباح خيالية من انطلاقات بسيطة هذا ما جعل المؤسسة الناشئة مفتاح التميز وعنوانا للنجاح فاتجهت معظم الحكومات الى احتضان هذا النوع من المؤسسات و استقطابه وتمويله لعائداته الضخمة المؤثرة على الأسواق و قدرتها على قلب موازين الاقتصاد

ظهور هذا النوع من المؤسسات صنع الحدث بمؤسسات صغيرة تنطلق من فكرة غريبة أو غير مقبولة أحيانا لتصبح حاجة ملحة لدى الزبون و تخلق محلا لها في الأسواق بالاعتماد على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وتحقق هذا النوع من المؤسسات مداخيل ضخمة وتتنافس عليها شركات وماركات عالمية لضمها إليها هذا لا يعني أن كل مؤسسة ناشئة مستمرة وان كل فكرة غريبة قابلة للتطبيق و الاستمرار وهنا يكمن سر وصول المؤسسة الناشئة الى النجاح

انطلاقا مما سبق يمكن طرح **الإشكالية** الرئيسية التالية:

ما هي المفاهيم الأساسية للمؤسسة الناشئة startup ؟

لإثراء الإشكالية نقوم بطرح **الأسئلة الفرعية** التالية:

*ما المقصود بالمؤسسة الناشئة startup ؟

*ما هي العراقيل و الصعوبات التي تواجه المؤسسة الناشئة وكيف تتعامل معها ؟

*ما هي المراحل الرئيسية لإنشاء مؤسسة ناشئة startup ؟

الفرضيات:

*المؤسسات الناشئة startup أساسها الإيمان بالفكرة و احتضانها من طرف مختصين للوصول الى مؤسسة ناشئة متميزة تستطيع إحداث الفرق في السوق المحلي و الدولي

*تواجه المؤسسات الناشئة العديد من العراقيل و الصعوبات أهمها مشاكل التمويل وصولا الى التسويق و الترويج للمنتج بالإضافة الى المنافسة

*المؤسسات الناشئة startup تمر بعدة مراحل للوصول الى الاستقرار و الاستدامة وهناك نماذج عديدة تثبت نجاح المؤسسات الناشئة في الوصول

أهمية الدراسة:

تكتسي دراسة المؤسسات الناشئة startup أهمية بالغة يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

*أهمية المؤسسات الناشئة في الاقتصاد الوطني و الدولي

*دور المؤسسات الناشئة في إحداث التغيير بزيادة العائدات وإعادة التوازن للاسواق

*تأثير المؤسسات الناشئة على تفكير الأفراد و الإيمان بقدرات رأس المال الفكري للمجتمعات

*المؤسسات الناشئة تحفز الإبداع و الابتكار وتخلق رواد أعمال

أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا لإلقاء الضوء على النقاط التالية:

*إعطاء مفهوم واضح و بسيط عن المؤسسة الناشئة startup

*التعريف بمراحل وخطوات إنشاء مؤسسة ناشئة

*إيضاح العراقيل و المشاكل التي تواجه المؤسسة الناشئة

*التعريف بالاحتضان و سبل التكفل بالمؤسسة الناشئة لضمان نجاحها

مما سبق ارتأينا تقسيم ورقتنا البحثية الى المحاور الرئيسية التالية:

المحور الأول:مفاهيم عامة حول المؤسسة الناشئة startup

المحور الثاني:كيف انشأ مؤسسة ناشئةstartup

ا 2. مفاهيم عامة حول المؤسسة الناشئةstartup

الثورة التكنولوجية التي يشهدها العصر الحالي والتطور الرهيب في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال خلق نوعا جديد من المؤسسات تعتمد على أفكار غريبة تصبح بعد نضجها و احتضانها حاجات ملحة للزبون لا يستطيع الاستغناء عنها هذا النوع من المؤسسات سمي بالمؤسسات الناشئة startup

1.2 تعريف المؤسسات الناشئةstartup:

نجاح المؤسسات أساسه فكرة المشروع ومدى تميزها وعلى هذا الأساس قدمت تعاريف مختلفة للمؤسسات الناشئة نذكر منها:

- المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صامت لخلق منتج جديد او خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة (eric, 2011, p. 37)

-معهد إدارة المشروع الأمريكي(PMI) يعرف المؤسسات الناشئة بأنها مسعى مؤقت يتعهد فيه لإنتاج سلعة أو خدمة أو نتيجة فريدة من نوعها (PMBOK, 2008, p. 09)

-عرفت الشركة الناشئة بأنه مصطلح يستخدم لتحديد الشركات حديثة النشأة والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعية و أمامها احتمالات كبيرة للنمو و الازدهار بسرعة (بورنان و صولي، 2020، صفحة 74)

-عرفها paul graham في مقاله المشهور حول النمو "growth" على أنها شركة صممت لتنمو بسرعة

start-up= growth وكونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئةstartup company في حد ذاتها كما انه ليس من الضروري أن تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا ا وان تمول من قبل مخاطر أو مغامر venture funding ا وان يكون لها نوع من الخطط الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو وأي شيء آخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو والنمو الجيد يكون بين5و7 بالمائة أسبوعيا وأحيانا بشكل استثنائي 10بالمائة. (بوالشعور، 2018، صفحة 420)

انطلاقا من التعاريف السابقة يمكن استنتاج التعريف التالي:

المؤسسات الناشئة هي مؤسسات فتية شابة تنطلق من فكرة ريادية مبدعة تتطور وتنمو بسرعة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة وتبدع فيها تخلق منتجات وخدمات جديدة وحديثة مع خلق الحاجة في السوق لهذا المنتج.

2.2 الفرق بين المؤسسات الناشئة و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

هناك فروق وخصائص عديدة نفرق بها بين المؤسسة الصغيرة و المؤسسة الناشئة نذكر منها:(tekfi, 2015, pp. 29-30)

1-الشركات الناشئة على عكس المؤسسات الصغيرة و المتوسطة فان بدايتها تكون ضعيفة واقل نضج من مؤسسة صغيرة أو متوسطة إلا أنها تتميز بالنمو و السرعة الكبيرة في التطور نتيجة أفكارها الإبداعية وأهدافها المسطرة وبالتالي يمكن القول أن الشركة الناشئة بمرور الوقت وتحقيق الأهداف قد تتحول الى مؤسسة صغيرة أو متوسطة أو تتحول الى مؤسسات كبيرة

2-الشركات الناشئة عادة ما تختار أماكن عمل هادئة وبعيدة عن الأسواق مثلا مكتب عمل صغير لأنها تحتاج الى الترويج لأفكارها وإبداعاتها خاصة أنها تعتمد على التكنولوجيا و الإعلام

على عكس المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إذ تحتاج لاماكن عمل تناسب إنتاجها السلعي أو الخدماتي

3-المؤسسات الصغيرة و المتوسطة عادة ما تعمل وحدها وتتأقلم مع بيئة عملها على عكس الشركات الناشئة فهي تعمل في إطار حاضنات الأعمال أين تتبلور الأفكار وتصحح في إطار فرق العمل حيث تجتمع الشركات الناشئة ويتم تبادل الأفكار

4-المؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي شركات ذات نموذج اقتصادي واضح تعرف منتجها ومحددة لأسواقها وزبائنها وعملائها على عكس الشركات الناشئة فهي تبحث عن نموذجها الاقتصادي في إطار ما تبتكره من إبداعات.

3.2 الفرق بين المؤسسات الناشئة و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

هناك فروق وخصائص عديدة نفرق بها بين المؤسسة الصغيرة و المؤسسة الناشئة نذكر منها:(tekfi, 2015, pp. 29-30)

1-الشركات الناشئة على عكس المؤسسات الصغيرة و المتوسطة فان بدايتها تكون ضعيفة واقل نضج من مؤسسة صغيرة أو متوسطة إلا أنها تتميز بالنمو و السرعة الكبيرة في التطور نتيجة أفكارها الإبداعية وأهدافها المسطرة وبالتالي يمكن القول أن الشركة الناشئة بمرور الوقت وتحقيق الأهداف قد تتحول الى مؤسسة صغيرة أو متوسطة أو تتحول الى مؤسسات كبيرة

2-الشركات الناشئة عادة ما تختار أماكن عمل هادئة وبعيدة عن الأسواق مثلا مكتب عمل صغير لأنها تحتاج الى الترويج لأفكارها وإبداعاتها خاصة أنها تعتمد على التكنولوجيا و الإعلام على عكس المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إذ تحتاج لاماكن عمل تناسب إنتاجها السلعي أو الخدماتي

3-المؤسسات الصغيرة و المتوسطة عادة ما تعمل وحدها وتتأقلم مع بيئة عملها على عكس الشركات الناشئة فهي تعمل في إطار حاضنات الأعمال أين تتبلور الأفكار وتصحح في إطار فرق العمل حيث تجتمع الشركات الناشئة ويتم تبادل الأفكار

4-المؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي شركات ذات نموذج اقتصادي واضح تعرف منتجها ومحددة لأسواقها وزبائنها وعملائها على عكس الشركات الناشئة فهي تبحث عن نموذجها الاقتصادي في إطار ما تبتكره من إبداعات.

4.2دورة حياة المؤسسة الناشئة:

من خلال التعريف السابق يتبين لنا أن المؤسسة الناشئة تتميز بالنمو السريع هذا لا يعني أنها لا تتعثر ولا تقابل عراقيل في مسارها الإنتاجي بل عكس ذلك تمام فهي الأكثر عرضة للمطبات و المشاكل لكونها تحمل أفكار إبداعية قد تقابل بالقبول أو الرفض وتبحث عن أسواق جديدة وزبائن يتقبلون منتجاتها قد قدم Paul Graham المنحنى التالي يوضح فيه دورة حياة المؤسسة الناشئة.

الشكل رقم01:منحنى المؤسسة الناشئة startup



المصدر: Paul Graham, startup happiness curve, http://t.co/P1FDc1MCUB"<==Good graphic

من خلال الشكل أعلاه يمكن القول بأن الشركات الناشئة تمر بخمس مراحل:

في قراءتنا للمنحنى يتبين لنا أن المؤسسة الناشئة تمر عبر عدة مراحل : (بوالشعور، 2018، الصفحات 421-422)

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

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 بـFFF (Friends, Family, Fools) 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 إذا 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 الإعلام بالدعاية للمنتج

المرحلة الثالثة(مرحلة مبكرة من الإقلاع و النمو): يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشرالعرض ويبلغ المنتج الذروة في هاته المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكريه الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد العارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

المرحلة الرابعة :الانزلاق في الوادي، وبالرغم من استمرار المولين 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 :تسلق المنحدر، يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه و إطلاق 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 التجربةوالاختبار وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20إلى30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة

5.2العراقيل التي تواجه المؤسسات الناشئة:

تعاني المؤسسات الناشئة العديد من العراقيل و المشاكل في جميع مراحل نموها فتختلف من مالية الى إدارية وتسويقية ...الخ و يمكن حصر أهم العراقيل في النقاط التالية:

1-**مشاكل تتعلق ببداية المشروع**: هناك بعض الشركات الناشئة تكون انطلاقتها فاشلة من الأساس لذلك تتعثر وتتوقف رغم أن أفكارها جديدة ومبدعة وذلك بسبب:

*رغم وجود الفكرة إلا أن نقص الإيمان بها من طرف صاحبها وتوقفه و استسلامه عند أول مشكل يعد من اكبر أسباب الفشل

*المحاربة و الاستماتة من اجل تحقيق المشروع وخلق الحاجة الى المنتج المبتكر والترويج لمدى أهميته.

*تطوير فكرة المشروع وليس عيبا البحث عن من يطورها أكثر أو بمصطلح آخر يجب أن تنضج الفكرة وتكون واقعية قابلة للتطبيق

* فكرة المنتج قد تكون متقادمة ولم تتميز بأي إضافة أو قيمة للمستهلك أو عدم تطويرها بعد إطلاقها و الاكتفاء بمداخليها الأولية التي سرعان ما تتراجع مع وجود منافسة و بدائل. (بروال و خلوط، 2017، صفحة 22)

2-**مشاكل تتعلق بإستراتجية المؤسسة الناشئة وإدارتها**: نشهد الكثير من المؤسسات الناشئة التي تنطلق بأفكار إبداعية وتحقق نجاحات أولية مبهرة لكن سرعان ما تنطفئ شمعة هذه الأخيرة وعادة ما تكون مشاكلها إدارية نذكر منها:

-التركيز على تحقيق الأرباح بسرعة ونسيان بناء الصورة على المدى البعيد (بروال و خلوط، 2017، صفحة 22)

-الخبرة الإدارية في قيادة المشروع فعادة ما يكون صاحب المشروع مبتكر الفكرة متخصصا في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وغير ملم بالجانب الإداري هذا ما سيخلق مشاكل مع مرور الوقت وكبر المشروع

-نقص التدريب و التكوين داخل هذه المنشآت التي عادة تكون انطلاقتها المالية صعبة فلا تخصص ميزانية للتدريب و التكوين ما يعود بالسلب على موردها البشري

-صعوبة إدارة الصراعات داخل المؤسسة الناشئة رغم كونها قد تكون مؤسسات ذات مورد بشري قليل إلا أن صراع فرق العمل فيها كبير جدا وهذا يعود إلا أن فرق العمل فيها تتكون من أصحاب الفكرة ومطوريها فالكل يرى انه صاحب الفضل في نجاح المشروع فتسود الأنانية والنرجسية ويصعب حل المشاكل

-عدم دراسة الأسواق وتحليلها ودراسة المنافسين وقدراتهم وكذلك الموردين وباقي عناصر البيئة المحيطة بالمؤسسة الناشئة.

-عادة ما تسيير المؤسسة الناشئة بطريقة عشوائية أي عدم وضع أهداف محددة للوصول إليها ورسم خطط للسير عليها فعادة ما يكون هدفها التعريف بمنتجها وبيعه.

-غالبا المؤسسة الناشئة هيكلها التنظيمي يسوده الركود الإبداعي ولا يحدث هندسة للمورد البشري دوريا بهدف تحسين أدائه ورفع كفاءته (بروال و خلوط، 2017، صفحة 22)

3-**مشاكل تتعلق بالتمويل**: اكبر المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الناشئة فهناك العديد من الأفكار تولد وتموت على المكاتب وفي عقول مخترعيها نتيجة عدم وجود التمويل المناسب لها

-ندرة رأس المال وهي الظاهرة السائدة في معظم الدول النامية، وذلك أن أغلب المجالات التي تنشط فيها المؤسسات الناشئة تتميز بكثافة عنصر العمل و إستخدام أدوات إنتاج بسيطة (السعيدي، 2003، صفحة 19)

-إهمال دراسة الجدوى في بداية انطلاق المشروع هذه الدراسة التي تكون تقريبية وغير حقيقية أحيانا إلا أنها ترسم صورة مستقبلية على الاحتياجات المالية للمؤسسة عموما

-الاعتماد على صيغ تمويل خاطئة كالقروض القصيرة الأجل أو صيغ تمويل لا تصل فيها نسبة صاحب المشروع أحيانا الى 10% كما هو الحال في حالة القرض المصغر (بروال و خلوط، 2017، صفحة 21)

-قابلية الاستمرار ماليا هي هاجس للمؤسسة الناشئة فضمان أخذها قروض لتطوير أفكارها وتنميتها يعتبر من اكبر العراقيل التي وجب عليها تخطيها

-عدم كفاية ضمانات المؤسسة الناشئة تمثل عائقا أمام مؤسسات التمويل وتحد من قدرتها تجاه المشروع، وخاصة في ظل تطبيق معايير مصرفية جديدة وفقا لمقررات لجنة بازل لمنح الائتمان تعتمد أساسا على قابلية الضمانات للتسبيل (بورنان و صولي، 2020، صفحة 75)

-تلجأ المؤسسات الناشئة عادة إلى مؤسسات التمويل لاستكمال احتياجاتها التمويلية، وعلى الرغم من تقديم الدول لخطوط ائتمان ميسرة من مواردها أو موارد منظمات دولية أو إقليمية للمؤسسات الناشئة إلا أنها ليست كافية كما أنها لا تمول بعض احتياجات المؤسسات، حيث تقتصر في العادة على تمويل الأصول الثابتة،الأمر الذي يجعل المشروع يلجأ إلى الاقتراض بأسعار العائد العادية والتي تحددها البنوك في ضوء تكلفة تدبير الأموال

وهامش الربح المطلوب والمخاطرة المحتملة (بورنان و صولي، 2020، صفحة 76)

3. 5العراقيل التي تواجه المؤسسات الناشئة:

تعاني المؤسسات الناشئة العديد من العراقيل و المشاكل في جميع مراحل نموها فتختلف من مالية الى إدارية وتسويقية ...الخ و يمكن حصر أهم العراقيل في النقاط التالية:

أ-**مشاكل تتعلق ببداية المشروع**: هناك بعض الشركات الناشئة تكون انطلاقتها فاشلة من الأساس لذلك تتعثر وتتوقف رغم أن أفكارها جديدة ومبدعة وذلك بسبب:

*رغم وجود الفكرة إلا أن نقص الإيمان بها من طرف صاحبها وتوقفه و استسلامه عند أول مشكل يعد من اكبر أسباب الفشل

*المحاربة و الاستماتة من اجل تحقيق المشروع وخلق الحاجة الى المنتج المبتكر والترويج لمدى أهميته.

*تطوير فكرة المشروع وليس عيبا البحث عن من يطورها أكثر أو بمصطلح آخر يجب أن تنضج الفكرة وتكون واقعية قابلة للتطبيق

* فكرة المنتج قد تكون متقادمة ولم تتميز بأي إضافة أو قيمة للمستهلك أو عدم تطويرها بعد إطلاقها و الاكتفاء بمداخليها الأولية التي سرعان ما تتراجع مع وجود منافسة و بدائل. (بروال و خلوط، 2017، صفحة 22)

ب-**مشاكل تتعلق بإستراتجية المؤسسة الناشئة وإدارتها**: نشهد الكثير من المؤسسات الناشئة التي تنطلق بأفكار إبداعية وتحقق نجاحات أولية مبهرة لكن سرعان ما تنطفئ شمعة هذه الأخيرة وعادة ما تكون مشاكلها إدارية نذكر منها:

-التركيز على تحقيق الأرباح بسرعة ونسيان بناء الصورة على المدى البعيد (بروال و خلوط، 2017، صفحة 22)

-الخبرة الإدارية في قيادة المشروع فعادة ما يكون صاحب المشروع مبتكر الفكرة متخصصا في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وغير ملم بالجانب الإداري هذا ما سيخلق مشاكل مع مرور الوقت وكبر المشروع

-نقص التدريب و التكوين داخل هذه المنشآت التي عادة تكون انطلاقتها المالية صعبة فلا تخصص ميزانية للتدريب و التكوين ما يعود بالسلب على موردها البشري

-صعوبة إدارة الصراعات داخل المؤسسة الناشئة رغم كونها قد تكون مؤسسات ذات مورد بشري قليل إلا أن صراع فرق العمل فيها كبير جدا وهذا يعود إلا أن فرق العمل فيها تتكون من

أصحاب الفكرة ومطوريها فالكل يرى انه صاحب الفضل في نجاح المشروع فتسود الأنانية والنرجسية ويصعب حل المشاكل

-عدم دراسة الأسواق وتحليلها ودراسة المنافسين وقدراتهم وكذلك الموردين وباقي عناصر البيئة المحيطة بالمؤسسة الناشئة.

-عادة ما تسيير المؤسسة الناشئة بطريقة عشوائية أي عدم وضع أهداف محددة للوصول إليها ورسم خطط للسير عليها فعادة ما يكون هدفها التعريف بمنتجها وبيعه.

-غالبا المؤسسة الناشئة هيكلها التنظيمي يسوده الركود الإبداعي ولا يحدث هندسة للمورد البشري دوريا بهدف تحسين أدائه ورفع كفاءته (بروال و خلوط، 2017، صفحة 22)

ج-مشاكل تتعلق بالتمويل:

اكبر المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الناشئة فهناك العديد من الأفكار تولد وتموت على المكاتب وفي عقول مخترعيها نتيجة عدم وجود التمويل المناسب لها

-ندرة رأس المال وهي الظاهرة السائدة في معظم الدول النامية، وذلك أن أغلب المجالات التي تنشط فيها المؤسسات الناشئة تتميز بكثافة عنصر العمل و إستخدام أدوات إنتاج بسيطة (السعيدي، 2003، صفحة 19)

-إهمال دراسة الجدوى في بداية انطلاق المشروع هذه الدراسة التي تكون تقريبية وغير حقيقية أحيانا إلا أنها ترسم صورة مستقبلية على الاحتياجات المالية للمؤسسة عموما

-الاعتماد على صيغ تمويل خاطئة كالقروض القصيرة الأجل أو صيغ تمويل لا تصل فيها نسبة صاحب المشروع أحيانا الى 10% كما هو الحال في حالة القرض المصغر (بروال و خلوط، 2017، صفحة 21)

-قابلية الاستمرار ماليا هي هاجس للمؤسسة الناشئة فضمان أخذها قروض لتطوير أفكارها وتنميتها يعتبر من اكبر العراقيل التي وجب عليها تخطيها

-عدم كفاية ضمانات المؤسسة الناشئة تمثل عائقا أمام مؤسسات التمويل وتحد من قدرتها تجاه المشروع، وخاصة في ظل تطبيق معايير مصرفية جديدة وفقا لمقررات لجنة بازل لمنح الائتمان تعتمد أساسا على قابلية الضمانات للتسبيل (بورنان و صولي، 2020، صفحة 75)

-تلجأ المؤسسات الناشئة عادة إلى مؤسسات التمويل لاستكمال احتياجاتها التمويلية، وعلى الرغم من تقديم الدول لخطوط ائتمان ميسرة من مواردها أو موارد منظمات دولية أو إقليمية للمؤسسات الناشئة إلا أنها ليست كافية كما أنها لا تمول بعض احتياجات المؤسسات، حيث

تقتصر في العادة على تمويل الأصول الثابتة،الأمر الذي يجعل المشروع يلجأ إلى الاقتراض بأسعار العائد العادية والتي تحددها البنوك في ضوء تكلفة تدبير الأموال وهامش الربح المطلوب والمخاطرة المحتملة (بورنان و صولي، 2020، صفحة 76)

3. **كيف انشأ مؤسسة ناشئة ؟**

إنشاء مؤسسة ليس بالأمر الهين خاصة هذا النوع من المؤسسات التي تتميز بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال فهي عادة وليدة الصدفة ويلعب الحظ فيها دورا كبيرا فأصحاب المؤسسات الناشئة غالبا هم مبتكرون مبدعين لأفكار غريبة مجنونة غير قابلة للتحقيق لكن تبدأ حروبهم لتأسيس مؤسساتهم انطلاقا من إثبات أفكارهم

1.3-الانطلاق: أصعب شيء في تأسيس مؤسسة ناشئة هو الخطوة الأولى التي أساسها الفكرة فيطرح الريادي على نفسه سؤال ماذا سأنتج ,بماذا سأتميز وكيف سأقنع الزبون بمنتجي الإجابة على هذه الأسئلة تتطلب زمنا طويلا من التفكير وأفكار كثيرة تصقل وتغربل للوصول الى فكرة مبدعة تخلق التميز فمثلا تطبيق **واتس آب** الشهير أساسه مؤسسة ناشئة صاحبها **جان كوم** خريج جامعة سان خوسيه ستيت خاض حربا ضروسا في رفض أفكاره و اشتغل بشركة ياهو لتفقد نظام الدعاية للشركة وقدم طلب عمل في فيسبوك ورفض لكن لم يستسلم وعمل مع زميله **بريان اكتون** سنة 2009 لإطلاق تطبيق جديد للدردشة عبر جهز آيفون الخاص به وعملا على تطويره من منازلهما وفي لمقاهي وبعد خمس سنوات بلغ عدد المشتركين 450 مليون مشترك وبلغت قيمتها نحو 6.8مليار دولار ليبيع في فبراير 2014 التطبيق الى فايس بوك في اكبر صفقة لمؤسسة ناشئة ب12 مليار دولار على شكل أسهم و4 مليار دولار نقدا ويمنح للمؤسسين و الموظفين 3 مليار دولار على شكل أوراق مالية مقيدة سيتم استحقاقها على مدى أربع سنوات بعد إغلاق الصفقة ب19 مليار دولار (آيت خداش، 2014)

لا توجد مؤسسة ناشئة كانت انطلاقتها سلسة بل اغلبها فشلت من الخطوة الأولى وانسحبت أما التي نجحت فتجدها قد فشلت وتعثرت لأكثر من مرة لكنها حاربت وآمنت بفكرتها وأصرت على تحقيقها.

إذا وجدت الفكرة وتم الإيمان بها الى أين يتوجه صاحب الفكرة وهو لا يملك التمويل ولامكان للعمل ,لا موظفين ,لا زبائن ,لا موردين

3. 2حاضنات الأعمال:

يتجه صاحب الفكرة الى حاضنات الأعمال وهي بناء مؤسساتي (عامة أو خاصة) مخصص لمساعدة منشآت الأعمال الصغيرة سواء الحديثة منها أو التي طور النمو، بما يكسبها القوة والثبات وتجعلها مريحة، وذلك من خلال ما تقدمه لها من مساحات مناسبة من المباني لمزاولة نشاطها وإسداء المشورة والنصح لها في مجال الأعمال، وتقديم الخدمات والتسهيلات الإدارية المساعدة هذا بالإضافة إلى تسهيل الحصول على التسهيلات المالية والمهنية. (السيد عبد الحميد)

كما تعرفها الجمعية الوطنية الأمريكية لحاضنات الأعمال(NBIA) بأنها: هيئات تهدف إلى مساعدة المؤسسات المبدعة الناشئة ورجال الأعمال الجدد، وتوفر لهم الوسائل والدعم اللازمين (الخبرات، الأماكن، الدعم المالي) لتخطي أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس، كما تقوم بعمليات تسويق ونشر منتجات هذه المؤسسات (بوضياف و زبير، 2020، صفحة 88)

تتواجد بشكل عام حاضنات الأعمال في الجامعات ومراكز البحث العلمية حيث أنه لهذه الحاضنات دور هام في استيعاب أصحاب الإنتاج الفكري وتبني المبدعين والمبتكرين وتحويل أفكارهم ومشاريعهم من مجرد نموذج إلى إنتاج حقيقي من خلال الدعم المقدم والمساعدة العلمية في سبيل تطوير المنتج الذي يخلق قيمة مضافة في اقتصاد السوق

أما في الجزائر توجد حاضنات أعمال يتوجه إليها المبتكر الجزائري فيوجد 10 حاضنات و14 مشتله و4 ورشات ربط حسب المرسوم التنفيذي رقم 03-78 المؤرخ في 25 فيفري 2003 وهي:

-محضنة الأغواط ومقرها مدينة الأغواط .

- محضنة باتنة ومقرها مدينة باتنة .

- محضنة البليدة ومقرها مدينة البليدة.

-محضنة تلمسان ومقرها مدينة تلمسان .

- محضنة سطيف ومقرها مدينة سطيف .

-محضنة عنابة ومقرها مدينة عنابة .

-محضنة قسنطينة ومقرها مدينة قسنطينة .

-محضنة وهران ومقرها مدينة وهران .

-محضنة الوادي ومقرها مدينة الوادي.
-محضنة تيزي وزو ومقرها مدينة تيزي وزو.
-ورشة ربط الجزائر ومقرها مدينة الجزائر.
- ورشة ربط سطيف ومقرها مدينة سطيف .
-ورشة ربط قسنطينة ومقرها مدينة قسنطينة.
- ورشة ربط وهران ومقرها مدينة وهران.
-وفي 2004 تقرر إنشاء محضنة الجزائر ومقرها مدينة الجزائر.

حاليا في الجزائر يوجد 12 مشتلة مؤسسة: 4 منها تم إنشاؤها في سنة 2009 وهي : وهران، عنابة، برج بوعريريج وغرداية. أما الباقي تم إنشاؤها في سنة 2013 وهي : باتنة، بسكرة، خنشلة، أم البواقي، ميلة، أدرار، البيض و سيدي بلعباس (عوادي، 06و07 ديسمبر 2017)

هذا ما أقرته القوانين لكن في الواقع هناك حاضنات قليلة يمكن اعتبارها أنها تنشط وترافق المؤسسات الناشئة نلخصها في الجدول التالي:

جدول رقم 01:حاضنات الأعمال في الجزائر

حاضنة الأعمال	إمكانيات الحاضنة	انجازاتها
الحاضنة التكنولوجية سيدي عبد الله	-تأسست في 06 جانفي 2009 تابعة لوزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال -تدعم المؤسسات الناشئة في ميدان تكنولوجيا الإعلام و الاتصال	-اطلاق27 مؤسسة ناشئة في مجال الابتكار في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال -ترافق49 صاحب مشروع إنشاء مؤسسة
الحاضنة الجامعية جامعة الحاج لخضر – المسيلة-	-أسست في ماي 2013 تجسيدا للاتفاقية المبرمة بين الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية –سيدي عبد الله – والمديرية العامة للبحث العلمي	-الدفعة الأولى تكونت من 11 مشروعا ناشئا يرافقه 06 مدربين تنشط في مجالات البيولوجيا و الإعلام الآلي و الاقتصاد

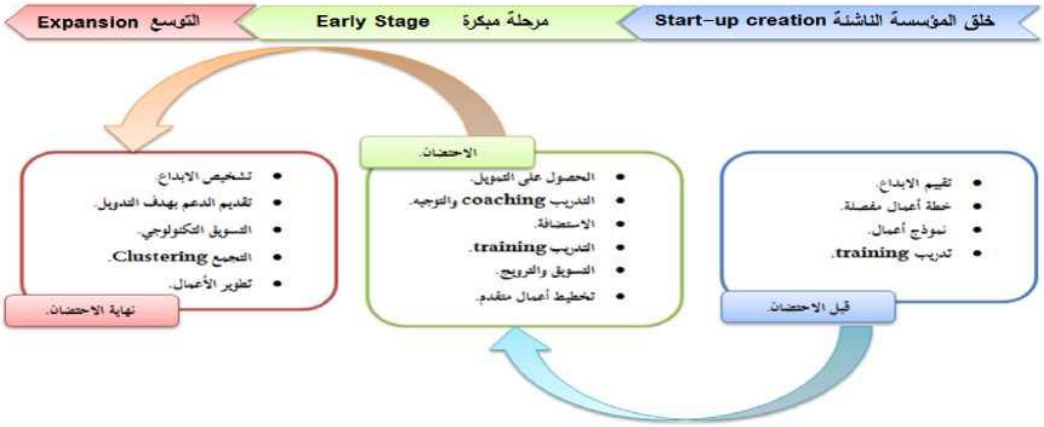
المصدر :من اعداد الباحثين بالاعتماد على www.ANPT.DZ

أما عن الحاضنات الخاصة فنجد حاضنة واحدة تابعة لشركة أوريدو (Ooredoo،)وهذه الحاضنة بالرغم من أنها تقدم تدريبات عالية الجودة وتقديم المساعدة على استخدام المعدات والتقنيات الحديثة، بالإضافة إلى تقديم المساعدات المالية، إلا أنها تدعم عدد جد محدود من المؤسسات الناشئة (بوالشعور، 2018، صفحة 428)

3.3 احتضان المؤسسة الناشئة:

كيف تتم عملية الاحتضان هنا تبدأ حرب صاحب المؤسسة الناشئة إقناعه للحاضنة بفكرته فحاضنات الأعمال تتلقى ألاف الأفكار و المشاريع يوميا لكن بقدراتها وخبراتها قادرة على تمييز الفكرة المبدعة القابلة للنجاح على غيرها وهنا تتم عملية الاحتضان وفق المراحل المذكورة في الشكل التالي:

الشكل رقم 02:مراحل الاحتضان



المصدر:بوالشعور الشريفة2018,,**دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة startup**,مجلة البشائر الاقتصادية المجلد الرابع العدد02,ص425

من خلال الشكل يتبين لنا أن الحاضنة قبل الاحتضان تخضع صاحب الفكرة الى تقييم إبداعه وذلك بمساعدة رائد الأعمال على التعريف بفكرته بشكل دقيق ووضع خطة للعمل مفصلة يعرف من أين ينطلق والى أين يصل بنموذج أعمال مفصل يحوي التقديرات المالية للمشروع كما أن الحاضنة توفر له التدريب سوءا التقني أو الإداري فتعرف رائد الأعمال بالطرق القانونية والأعمال الإدارية وما يحتاجه لضمان سير مؤسسته

عند تخطي المرحلة الأولية و النجاح فيها تتجه المؤسسة للاحتضان وذلك بتوفير التمويل وهي أصعب خطوة لصاحب المؤسسة الناشئة فتوفر له الحاضنة مباني للعمل و بأسعار معقولة وتعمل على تمويله من خلال جمع التبرعات أو التمويل الجماعي وغيرها من وسائل تمويل

المؤسسات الناشئة كالتمويل عن طريق استغلال حقوق الملكية الفكرية و التمويل عن طريق رأس المال المخاطر,التمويل بالقرض بالإيجار.... تستمر هذه الفترة من سنة الى ثلاث سنوات مع بقاء التدريب و المرافقة و التكوين في أساليب التسويق و الترويج للمنتج.

نهاية الاحتضان يكون بتحقيق الأهداف المسطرة وتوسع نشاط الشركة ونموها ويتم وضع خطة لخروج الحاضنة وفق متطلبات (عائدات المؤسسة الناشئة,مستوى التوظيف...) خطة الخروج لا يعني الانقطاع التام عن المؤسسة الناشئة بل تستفيد المؤسسة من خدمات الحاضنة و المرافقة و الاستشارة والتوجيه.

4.3 المؤسسة الناشئة واد كنيس كنموذج:

واد كنيس مؤسسة ناشئة جزائرية وتعتبر من أقوى المواقع الالكترونية في الجزائر، يتصفحه يوميا أزيد من 800 ألف زائر، وهو رقم كبير جدا مقارنة حتى بالمواقع الإقليمية والعالمية، يصنف الأول في الجزائر والرابع عالميا بين المواقع التي يتصفحها الجزائريون، بدأ من فكرة بسيطة لشباب موهوب حملوا صفات التفكير والاطلاع والإنجاز في سن مبكرة وهم خمسة شباب لم تتعد أعمارهم الثامنة عشر آنذاك، أطلقوا فكرة افتراضية تحولت إلى انجاز يتحدث عنه ملايين الجزائريين داخل الجزائر وخارجها، هؤلاء الشباب الذين قطعوا 12 سنة من العمل على تطوير موقعهم يتحدثون عن كواليس مشروعهم الذي بدأ بـ3 آلاف دينار وبلغ الملايير اليوم وبات حديث العام والخاص، المثقف والأمي، واستحدثوا اكبر سوق افتراضية في الجزائر.
(https://goo.gl/CZQWem، 2020)

أساس واد كنيس فكرة جمعت رواد أعمال طوروا وعملوا على تحديث فكرتهم وآمنوا بها للوصول الى مؤسسة ناشئة ومتميزة وجاءت فكرة تسمية الموقع بواد كنيس في نفس الأثناء التي أزيح فيها سوق "دلالة" الشعبي في الجزائر بسبب أشغال قطار المدينة "تراموای" بالرويسو انطلقت سنة 2006 على يد مؤسسيها هشام سودة، أمين بن موفق، مهدي مونس بوزيد وجميل الدين ، ليتبنى الأصدقاء الخمسة فكرة اطلاق منصة بديلة عن تلك السوق الشعبية
(https://ar.wikipedia.org، 2020)

واستغل الشباب الحدث لصنع علامتهم التجارية تمكن واد كنيس من تحقيق أول 1000 زيارة في سنة واحدة من بعد تأسيسه بمبلغ لا يتعدى 3 آلاف دينار فقط، وطوروا المشروع إلى غاية 2009، حيث حولوه من مشروع هاو إلى مشروع محترف مدروس اقتصاديا وتجاريا باعتماد سجل تجاري والعمل بصورة قانونية يخضع فيها الموقع إلى كل القوانين والمعاملات بما فيها تسديد الضرائب.

أما عن مداخيل المؤسسة ، فإن الإعلانات اليومية للأشخاص مكفولة بالمجان وهو ما زاد من عدد زوار واد كنيس، أما بالنسبة للمحترفين الاقتصاديين وأصحاب الشركات والوكالات التجارية عقارية أو سياحية فإن الإعلان إما عن طريق الاشتراك الشهري ابتداء من 1000 دينار فما فوق، أو الدفع أسبوعيا بالنسبة للشركات الكبرى التي لها مساحات إعلانية كبيرة، ولدى الموقع حاليا أكثر من 3 آلاف زبون تجاري لديهم نشاط قانوني بسجلات تجارية وحوالي 300 وكالة سياحية تمرر إعلاناتها عبر موقع واد كنيس.

واد كنيس مؤسسة ناشئة جزائرية ناجحة بامتياز مرت بجميع خطوات المؤسسة الناشئة من إيمان بالفكرة وخلق الحاجة عند الزبون وطرق التمويل الذاتي التي اعتمدتها وأكدت على أن أساس النجاح الفكرة الصحيحة فرغم البداية المالية المحتشمة إلا أنها حققت وفي سنوات قليلة ما عجزت عن تحقيقه مؤسسات و وكالات ناشطة منذ سنوات عديدة في المقابل أصحاب المشروع ولحد الساعة يرفضون بيع مشروعهم ومتمسكين بتطويره وإيصاله للعالمية رغم المشاكل الكثيرة التي يعاني منها الموقع كغياب الدفع الالكتروني في الجزائري و القرصنة .

4.خاتمة:

المؤسسات الناشئة startupمؤسسات فتية أثبتت وجودها على الساحة الاقتصادية وغيرت في طبيعة المجتمعات وأحيانا وصل نفوذها الى التغيرات السياسية أثبتت هذه المؤسسات جدارتها وحددت مكانتها في عصر المعرفة فبعد أن أصبحت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الركيزة الرئيسية للتطوير و البحث أخذت الفكرة النيرة مكانتها وأصبح الإبداع و الابتكار عنوان المؤسسة الناشئة فرائد الأعمال يحضن الفكرة الغريبة القابلة للتطبيق التي تخلق حاجات جديدة لدى المستهلك ليؤسس بها شركة تنطلق من ميزانية بسيطة لتصل لعائدات خيالية.

من خلال دراستنا للمؤسسة الناشئة و التطرق لمختلف الأدبيات التي تناولت هذا النوع من المؤسسات توصلنا الى النتائج التالية:

إن أساس المؤسسة الناشئة الإيمان بفكرة الانطلاق وإيجاد أساليب الاحتضان الملائمة للوصول الى مؤسسة ناشئة ناجحة هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى التي مفادها المؤسسات الناشئة startup أساسها الإيمان بالفكرة و احتضانها من طرف مختصين للوصول الى مؤسسة ناشئة متميزة تستطيع إحداث الفرق في السوق المحلي و الدولي.

أما عن الفرضية الثانية التي مفادها "تواجه المؤسسات الناشئة العديد من العراقيل و الصعوبات أهمها مشاكل التمويل وصولا الى التسويق و الترويج للمنتج بالإضافة الى المنافسة" فقد أثبتت الدراسة أن العديد من المؤسسات الناشئة توقفت عند الانطلاق بسبب قلة التمويل أو عدم مقاومتها للمنافسة الشرسة وغيرها من المشاكل التي لاتستطيع مؤسسة ناشئة مقاومتها

أخذنا في دراستنا المؤسسة الناشئة الجزائرية "واد كنيس" كنموذج عن المؤسسات الناشئة التي شقت طريقها في بيئة صعبة و تمويل ضئيل لتصل الى النجاح وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة التي مفادها" المؤسسات الناشئة startup تمر بعدة مراحل للوصول الى الاستقرار و الاستدامة وهناك نماذج عديدة تثبت نجاح المؤسسات الناشئة في الوصول"

من خلال دراستنا لموضوع المؤسسات الناشئة startup نوصي بجملة من النقاط نختصرها في مايلي:

*ضرورة توعية الطلبة الجامعيين وغيرهم من طلبة المعاهد والتكوين المهني بمفهوم المؤسسة الناشئة startup

*تنظيم ملتقيات وندوات علمية تربط بين المؤسسة الناشئة ومختلف القطاعات الاقتصاد لتصحيح المفهوم الشائع بان المؤسسة الناشئة startupخاصة بميدان الإعلام الآلي فقط

*تزخر الجزائر برأس مال فكري متميز يحتاج الى التوعية و الانطلاقة الصحيحة وهذا ما سيجده في المؤسسة الناشئة

*اهتمام الحكومة بسياسة الاحتضان وتطويرها لان المؤسسة الناشئة حل للاقتصاد الوطني

5. قائمة المراجع:

Bibliographie

1- شريفة بوالشعور. دور حاضنات الاعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة:دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائ الاقتصادية المجلد 4 العدد2

2- علاء الدين بوضياف، و محمد زبير. دور حاضنات الاعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية المجلد 04/العدد01.

3- محمود واضح، و هارون الطاهر. ادارة المشاريع الانشائية في الجزائر بين الواقع و المامول:دراسة عينة من المشاريع الكبرى. مجلة العلوم الانسانية العدد41.

4- مصطفى بورنان، و علي صولي. الاستراتجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لانجاح المؤسسات الناشئة). مجلة دفاتر اقتصادية المجلد:11 العدد03

5- مصطفى عوادي. (06و07 ديسمبر 2017). حاضنات الاعمال ودورها في استدامة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة. اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر. جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

6- هشام بروال، و جهاد خلوط. التعليم المقولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة. مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و التجارة المجلد20 العدد03

7- سعدية السعيدي. (2003). واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر وآفاق تنميتها. مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص ادارة اعمال . كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية جامعة ورقلة.

8- eric, r. (2011). *the lean startup* (Vol. 1st ed). new york: the grown publishing.

9- PMBOK. *A GUIDE TO THE PROJECT MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE.* NEW YORK.

10- tekfi, s. *LE CROWDFUNDING: UNE INNOVATION FINANCIERE POUR LEDEVELOPPEMENTDES STARTUPS.* Revue des Sciences Économiques de Gestion et de Commerce N32.

11- *https://ar.wikipedia.org*. (2020, 06 20).

-12*https://goo.gl/CZQWem*. (2020, 06 03).

13- https://blog.hotmart.com(20.06.2020) ana Codeglia (01.08.2019) *تعرّف الآن على لتواكب العصر، من Startupالاتجاه العصري في الأعمال التجارية : إقامة الشركات الناشئة*

14-السيد عبد الحميد , م. (s.d.). Consulté le 06 09, 2020, sur http://www.acrseg.org.

15-آيت خداش , ر. (2014, 02 23). *مخترع الواتس آب من فقير عاش على التبرعات الى ملياردير*. Consulté le 06 09, 2020, sur https://www.albayan.ae/editors-choice/varity.

16-www.ANPT.DZ

مقومات المؤسسات الناشئة والتحديات التي تواجهها

Startup's elements and the challenges facing

نوال بن لكحل[1]، عمر ولد عابد[2]

[1] جامعة مرسلي عبد الله تيبازة ، Benlakehal.nawel@cu-tipaza.dz

[2] جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف ، O.ouldabed@univ-chlef.dz

الملخص:

تحتل قضية تنمية وتطوير الأعمال الريادية أهمية فهي عامل أساسي في تحفيز النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل، لذلك يعتبر دعم الحكومات لريادة الأعمال هو إستراتيجية هامة لتطوير الاقتصاد.

تؤدي الشركات الناشئة دورا ميزا في المساهمة في إنشاء اقتصاد وطني قوي نابع من عدة أسباب؛ أنها لا تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة لإنشائها، تعتبر الأكثر كفاءة في توظيف رأس المال ، تساهم في توفير العديد من فرص العمل التي تساهم في الحد أو التقليل من نسب البطالة، كما وأنها تعتبر مصدرا والخدمات المبتكرة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة ، الإبداع ، الابتكار

Abstract:

The development of entrepreneurship is of great importance to economic leaders throughout the developed and developing world**,** thus presenting a future driving force for state economies.

It is the cornerstone of economic stimulation, the supply of jobs, , they do not require large amounts of capital to set up, more efficient investment of funds, better performance in terms of creating economic added value from capital, help to recruit and create jobs and, above all, are a source of creativity and innovation in products and services.

Keywords: start up ,creativity, innovation

المؤلف المرسل: نوال بن لكحل، **الإيميل:** Benlakehal.nawel@cu-tipaza.dz

1.مقدمة:

تشهد الآونة الأخيرة اهتمام كبير من الدول من خلال انتهاجها سياسات وإستراتيجيات لاحتضان وتطوير إنشاء المؤسسات الناشئة،وذلك لمجموعة من الخصائص التي تحملها في طياتها انطلاقا من استغلال الأفكار الإبداعية التي من شأنها عمل ثورة في المنتجات والخدمات والاستثمار في تقديم الحلول وتسهيل الممارسات دون أن يتطلب ذلك رؤوس أموال كبيرة أو عقارات ضخمة لتحقق قيم مضافة هامة مع تنوع مصادر دخل الدولة ، ومحاربة البطالة كون أن هذا النوع من الشركات مدخلاتها متواضعة بينما مخرجاتها ضخمة إذ لها قدرة توسعية وبالتالي قدرات هائلة في تحقيق مردوديات خيالية و فتح مناصب عمل بشكل ملحوظ.

تنمو هذه الشركات بشكل سريع لذلك تحدياتها في الإدارة و التسيير تتطلب مهارات مميزة .

ترتبط ريادة الأعمال القائمة على التكنولوجيا ارتباطا قويا بنظرة قائمة على الموارد والقدرات لميزة تنافسية مستدامة التي تهتم بكيفية إنشاء القيمة وحصادها.

ترتبط النظرية القائمة على الموارد لميزة تنافسية مستدامة أداء الشركة بموارد الشركة وتشمل مفاهيم مثل القدرات والقدرات الديناميكية والكفاءات الأساسية وكيف يمكن للشركة إنشاء والتقاط قيمة أكثر من منافسيها و ضمان إبقائها على هذه الدرجة من التنافسية

2. تعريف المؤسسة الناشئة Startup

تعرف المؤسسة الناشئة على أنها مشروع صغير بدأ لتوه و تتكون الكلمة من جزأين "Start"وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و "up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي .وتم استخدام المصطلح start-up بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر ليعمم استخدام المصطلح بعد ذلك على أن المؤسسات الناشئة هي مؤسسات شابة مبتكرة، في قطاع التكنولوجيات الحديثة صممت لتنمو بسرعة".

عرفها **Paul Graham** أن كونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئة في حد ذاتها .كما أنه ليس من الضروري أن تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا، أو أن تمول من قبل مخاطر أو مغامر أو أن يكون لها نوع من خطط الخرج. الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو، وأي شيء آخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو،أين حسبه يتراوح النمو الجيد بين (5-7) **%** أسبوعيا، وأحيانا بشكل استثنائي 10 % (2017www.paulgraham.com/growth.html)

حسب **Patrick Fridenson** لا يتعلق موضوع شركة ناشئة لا بالعمر ولا بالحجم ولا بقطاع النشاط، بل يجب تحقيق الأربع أركان التالية:

- نمو قوي محتمل

-استخدام تكنولوجيا حديثة

-تحتاج لتمويل ضخم، جمع التبرعات الشهيرة.

- أن تكون متأكد من أن السوق جديد حيث يصعب تقييم المخاطرة

عليه يمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف تحقيق سوق كبير، وبغض النظر عن حجم الشركة، أو قطاع أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بارتفاع عدم التأكد ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها .

الشركة الناشئة أو startup هو مصطلح يُستخدم لتحديد الشركات حديثة النشأة، والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعية بواسطة رائد أعمال أو مجموعة بهدف تطوير منتَج أو خدمة مميزة لإطلاقها في السوق وأمامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بطريقة سريعة جداً وفعالة بالمقارنة مع شركة تقليدية صغيرة أو متوسطة الحجم.

3. مميزات الشركات الناشئة Startups

1.3. شركات حديثة العهد:

الكثير من يرتكب أخطاء في تصنيف الشركات الصغيرة وقولبتها على أنها شركات ناشئة، لكن ليس عن هذا النوع ما نتحدث اليوم .

تتميز الشركات الناشئة بكونها شركات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة ، أو الخسارة و إغلاق أبوابها

2.3 شركات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد:

من سمات الشركة الناشئة هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل.

بمعنى آخر تتمتع الشركة الناشئة بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة، أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، كنتيجة على ذلك، ينمو هامش الأرباح لديها بشكل ملحوظ. وهذا يعني أن الشركات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس، هي شركات قادرة على توليد أرباح كبيرة جداً.

3.3 شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها:

تتميز الـ Startup بأنها شركة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة Innovative ،وموجهة لإشباع حاجات السوق بطريقة مبتكرة وعصرية .

يعتمد مؤسسو الشركات الناشئة على التكنولوجيا للنمو والتقدم، والعثور على التمويل من خلال المنصات على الإنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

4.3 شركات تتطلب تكاليف منخفضة:

يتطلب إنشاء الشركة الناشئة تكاليف صغيرة جداً بالمقارنة مع الأرباح التي يدرها نشاطها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وقد يفوق ما كان متوقعا.

من الأمثلة على startups نذكر Amazon ،Apple ، Google، Microsoft..... الخ

يمكننا تقديم أمثلة على شركات بدأت شركات ناشئة نذكر منها:

أ- **Uber**

تم تأسيس الشركة من طرف **Garret Camp**، **Idir Hedjem**، **TravisKalanick**، في الولايات المتحدة عام2009، انطلقت من فكرة مساعدة الزبائن والناس على طلب سيارة أجرة بنقرة واحدة فقط باستخدام الهواتف المحمولة، السمارت فون أو الايباد.

هي مؤسسة قائمة على تكنولوجية المعلومة تقوم بتطوير واستغلال تطبيقات المحمول لاتصال المستعملين بالسائقين محققة بذلك خدمات النقل

انتشرت فروع الشركة في جميع القارات، و نجد تطبيقاتها مسوقة في أكثر من 310 مدينة في العالم،كما نعلم

حديثاً، توسعت **Uber** في أعمالها التجارية لتصل إلى تقديم خدمات توصيل الطعام **.Uber Eats**

انجازات الشركة:

- حققت الشركة سنة 2020 رسملة مقدرة بـ70813 مليون دولار بعدد مناصب عمل يفوق15000عامل

- حققت في سنة2019 رقم أعمال 14.058 مليار دولار، وفي 2018 حققت 11.3ميلياردولارمقابل 495مليون دولار 2014

- قدرت قيمتها السوقية سنة 2015 بـ 50مليار دولار

- سنة 2019 تخصيص 457مليون دولار مليون لتطوير التكنولوجيا

- تعداد 91 مليون مستعمل
- تسجيل 5.2 مليار مسار

ب- **Airbnb**

تم تأسيس الشركة سنة 2008 من طرف **Brian Chesky**،**Joe Gebbia**، **Nathan Blecharczyk**، وهي قاعدة مدفوعة للإيجار أو حجز المساكن،هي الشركة العالمية المعروفة بتقديم خدمات الضيافة والخدمات اونلاين، بدأت أيضاً كشركة ناشئة startup وعملت على تلبية طلبات السوق لوصل أصحاب الشقق بالمسافرين .

إنجازات الشركة:

سنة 2019 تتواجد شركة Airbnb في حوالي 192 دولة، و 35ألف مدينة حول العالم، وتتمتع بمؤشر تصنيف جيد جداً في تصنيف الشركات الناشئة .

سنة 2015: يحتوي موقع الشركة على أكثر من 1.5 مليون إعلان.

سنة 2017: تقييم الشركة بـ 30مليار دولار مقابل 20 مليار دولار سنة 2015

سنة 2019: وصل عدد العمال 12.376

4. مراحل إنشاء شركة ناشئة:

1.4 تكوين الفكرة الإبداعية :

تنبع الفكرة الإبداعية من واقع الرغبة في تلبية لحاجات أو تقديم حل لمشكلة، إذ تسعى الشركات الناشئة بطبيعتها إلى تقديم حلول للناس وطرح وتطوير الخدمات الرائدة في السوق.

إذا رجعنا بمثالنا إلى الشركة **Uber** نرى أنها بدأت بالعمل انطلاقاً من تركيزها على حاجة الناس لطلب تاكسي في مدينة سان فرانسيسكو الأمريكية. إن هذا المثال يعطينا درساً مفيداً :وهو دراسة معمقة ودقيقة لمتطلبات السوق مع توسيع نطاق التفكير

2.4 وضع إستراتيجية لدراسة مدى إمكانية تجسيد الفكرة:

تخضع الفكرة الإبداعية لمجموعة من الفرضيات والاختبارات التي تثبت إمكانية تجسيدها في الأسواق للمضي فيها أو عدم جاهزيتها أو التوقف.

فهي مرحلة تجريبية، تراوح فيها startup بين الفشل والمحاولة في حلقة من التكرار المتواصل لغاية نمذجة صيغة مناسبة تستفتح بها السوق بجدارة. تحكمها السيرورة المؤقتة وحجم الجهود المُناطة بالفريق العامل من طاقة فكرية وبذل مالي مكثف بغية تقديم منتج يحقق حاجة، يحل مشكلة ويقبل بسلاسة النمو والتطوير.

ومن هنا تبرز الأهمية القصوى لهذه المرحلة متمثلة في تحديد نموذج العمل التجاري « Model Business » بآلياته التي تسمح للشركة بتوليد الدخل.

3.4 تحديد الطرق التي تساعد على الارتقاء بالعمل والمبيعات:

تشغيل المؤسسة يتطلب اختيار حلول تتمتع بإمكانية كبيرة للنمو وتكون قادرة على زيادة الأرباح والدخل دون الحاجة إلى صرف التكاليف الضخمة على البنى التحتية وغيرها.

على سبيل المثال، إذا اخترنا تطوير تطبيقات من أجل الهواتف الذكية، فإن هذا المجال يساعد بالفعل على الارتقاء بالعمل والأرباح، لاعتبار أنه يتوجب إعداد التطبيق مرة واحدة فقط وبهذا يصبح التطبيق متاحاً للكثير من الناس لشرائه.

4.4 استعمال التكنولوجيا:

إن وجود التكنولوجيا بهدف تسهيل الحياة، لهذا السبب استخدم الموارد التقنية المتاحة لتقديم أفضل الخدمات والمنتجات للعملاء المحتملين والمستهدفين.

5.4 تحديد الأاهداف

كأي عمل تجاري، يجب على الشركة الناشئة أن تحدد أهدافها بشكل جيد على الأمد القصير، المتوسط والبعيد.

6.4 التخطيط على الصعيد الاقتصادي:

تحديد مقدار الميزانية التي تحتاج لها للبدء بإقامة الشركة الناشئة ، ما مقدار المال الذي سيساهم به كل شخص مشترك في هذا العمل، و إذا لم تكن الميزانية كافية لرعاية وتنفيذ فكرة الأعمال التجارية يجب التركيز على مختلف الشراكات التي من شأنها تقبل بتبني واحتضان تجسيد الفكرة ماليا، أو البحث عن مصدر تمويل جماعي rowdfunding للعثور على أشخاص يدعمون المبادرة ويساهمون بالمال الضروري للبدء بذلك.

7.4 تشكيل فريق عمل موحد:

من الضروري التركيز على فريق العمل الجاهز والمستعد لمواجهة التحديات والمتحمس لإنشاء وإنجاح الشركة الناشئة. على أن تكون المجموعة بعدد محدود متخصص، و أن يساهم كل عضو بشيء هام من أجل المشروع.

يساعد تكوين الفريق الموحد على التماسك حالة التعرض للأزمات فلا يجب فقد الحماس إذا لم تذهب الأمور في الاتجاه الصحيح منذ البداية بل يهم التركيز على الأهداف وتطوير الحلول فلا يهم التأخر في الانجاز إنما يهم عدم التوقف والمثابرة والاستمرار.

5. أفكار ريادية لإقامة شركات ناشئة :

هناك الكثير من فرص الأعمال التجارية لمَن يرغب في ريادة الأعمال، وخصوصاً على الإنترنت التي يمكنك تطبيقها، بعضها لا يتطلب أي استثمار مالي أولي للبدء.

1.5 التجارة إلكترونية e-commerce:

يحقق البيع على الإنترنت نتائجا وعائدات ممتازة، وكل ذلك اعتماداً على تكاليف استثمارية قليلة.

فيكفي تصميم المتجر الافتراضي ، باعتبار أن العملِ أون لاين لا يتطلب متجر مادي أو مخزن للبضاعة .

2.5 إنشاء مدونة blog:

يمثل إعداد مدونة فكرة ممتازة لكسب المال من الإنترنت ِ أون لاين ، والطريقة الأفضل لأنها تقدم الفرص في النمو والتوسع كثيراً.

إذ تمكن بزيادة الأرباح من دون الزيادة في المصاريف والنفقات، تنحصر الاحتياجات في جهاز حاسوب واتصال جيد بالإنترنت.

3.5 بيع دورات تعليمية أو كتب رقمية e-book أون لاين:

تعتبر المنتجات الرقمية مثل دورات تعليمية أون لاين أو كتب رقمية أحد الأعمال التجارية الأكثر ربحية من حيث التكلفة مقارنة بالفوائد. فمن خلال مبلغ استثماري منخفض أو معدوم، يمكن الحصول على أرباح عالية، وهذا ما يشكل عملاً تجارياً قابلاً للنمو والارتقاء.

يتطلب هذا المجال معرفة ودراية في موضوع يمكن أن يهم الآخرين ويجلب المتابعين، الإبداع، التنظيم وأيضاً المهارات الأساسية في مجال المعلوماتية.

6.معايير أو مؤشرات نجاح الشركات الناشئة :

على الرغم من أن الأمر نسبي جداً ويختلف كثيراً اعتماداً على العوامل والظروف، إلا أن هناك مجموعة من الأمور التي يجب مراعاتها والتي من شأنها الزيادة في فرص نجاح الشركة الناشئة.

قام بيل غروس Bill Gross – الخبير في مجال الشركات الناشئة والذي احتضن العديد منها، بإجراء دراسة واسعة ومعمقة على الكثير من الـ Startups محاولاً أن يفهم العوامل التي تكمن وراء نجاح الشركات الناشئة أو فشلها. فقام بمتابعة 200شركة وتوصل إلى حقيقة مفادها أن هناك بعض الأمور التي تتحكم بذلك، مرتباً إياها تبعاً للأهمية كما يلي:

- عامل الوقت أو العامل الزمني 42%
-الفريق القائم على التنفيذ 32%
-الفكرة في جوهرها 28%
-نموذج العمل التجاري 24%
-التمويل 14%

7.الفرق بين الشركات الناشئة و الشركات الكلاسيكية

معايير الاختلاف الجوهرية بين الشركات الناشئة والشركات الصغيرة الكلاسيكية تتمثل فيما يلي:

1.7النمو السريع:

تختلف الشركات الناشئة عن المشاريع الصغيرة التقليدية بشكل أساسي كونها مصممة لتنمو بسرعة ودون حدود حالما تعثر على نموذج عملها التجاري الأنسب ويوجهها هدف رئيسي يتمثل في التغيير وجعل الحياة أفضل وأسهل للعيش. إذ تقدر إحدى أشهر مسرعات الأعمال أمثال "YCombinator" معدل النمو المطلوب لأي شركة ناشئة ما يعادل 5 إلى 7 % أسبوعيًا. فتسريع الفجوة الزمنية بين منتج/ خدمة/ مفهوم غير مرغوب إلى تحديد جمهور وإقناع عملاء وتحقيق مبيعات متضاعفة هو ما يضمن ما نطلق عليه مرحلة النمو السريع.

2.7 نطاق السوق:

مما يعني أن الشركات الناشئة تطرح منتوجا لسوق واسعة جدا حيث يسهل لها التوسع جغرافيا وهذا غير متاح للشركات الصغيرة التي تكون محدودة السوق ويعتبر التوسع الجغرافي مكلفا لها.

3.7الهدف:

لا يحاج إنشاء مؤسسة صغيرة إلى سوق كبيرة وإنما سوق فقط لتبيع فيها منتوجاتها وأن تكون قادرة للوصول إليها وخدمة الزبائن،كما أن استمرار المشروعات الصغيرة يعتمد على مدى

قدرة أصحابها على تحقيق الاستقرار والربح، فهي طالما تعمل وتنتج ويمكن توسيع نطاقها قليلا، تظل ناجحة ومستمرة إلى فترة غير معلومة.

لا يتجاوز طموح صاحب المشروع الصغير التجاري تطوير الشركة قليلا لترقى إلى مستوى المشروعات المتوسطة.

إن أغلب الشركات الناشئة تكنولوجية قائمة على الأنترنيت لتقديم خدماتها والحصول على الأرباح تستطيع بسهولة أن تصل إلى سوق أكبر دون تقييد بالزمان والمكان، فالزبون يستطيع أن يشتري المنتج في كل وقت وفي أي مدينة .

4.7 قابلية التوسع scalability:

وفقا لما قاله المستثمر والمقاول بول جراهام "الفرق بين جوجل ومحل حلاقة أن الحلاق لا يتوسع و ينمو"

نقصد بمصطلح **"scalability"** الإنجليزي "قابلية التوسع", كخاصية أساسية مرتبطة بالنمو السريع الذي يمكن أن تشهده الـ "startup" خلافا للشركات الكلاسيكية.

تتكيف startup وتزيد من أداءها وفعاليتها في تغطية الأعداد المتزايدة والضخمة للعملاء ومواجهة التحديات المتنامية لسوق العمل بخدمة متطلباتها. هذه القابلية للتوسع تصاحب نمو النطاق الميداني والربحي دون إحداث تغييرات عميقة في نموذج العمل التجاري.

5.7 استنساخ نموذج مستدام:

كل شركة ناشئة ناجحة في الأغلب قابلة للاستنساخ. إذ تمثل "AirBnB" و "Uber" المثال الأفضل لديمومة استنساخ نموذج عمل تجاري في بيئات مغايرة وعلى نطاق أوسع يديره فريق عمل مختلف مع الحفاظ التام على نفس معدلات الربحية. قد يتطلب الأمر تعديلات طفيفة وأحيانا ضرورية لتكييف النموذج على محلية السياق. لكن المنطلق ذاته.

فإن كانت الشركة تلبي احتياجًا محددا بدقة، أو تقدم خدمة موجهة للتسويق على نطاق معين فمن الصعب تسميتها بشركة ناشئة.

تكمن عقلية "رائد الأعمال" في القدرة على تحويل مشكل إلى حل قابل للبيع. مهما تعددت الوسائل، startup، شركة مصغرة، وكل الهياكل المؤسسية التي تسهم في تقديم القيمة المضافة. تسمح بدفع وتحريك عجلة الاقتصاد وتنويع الدخل. ولا يُؤتى ذلك إلى بتحديد منهجيات ومسارات عمل كل وسيلة وآلياتها ضمن أهداف ربحية.

6.7 طرق التمويل:

طرق تمويل الشركات الناشئة قد تكون مختلفة، فالمقاول الذي يملك فكرة مبتكرة وقادرة على التغيير يبدأ بالبحث عن مستثمر يؤمن بها و بأهميتها، حيث أن الشركات الناشئة غالبا ما تميل إلى الاعتماد على رأس المال الذي يأتي عبر المستثمرين الفرديين أو شركات رأس المال المخاطر، أو يمكن أن يشارك بها في مسابقات ريادة الأعمال.

يعتبر تمويل المشاريع الصغيرة أسهل كونها عادة ما تعتمد على القروض والمنح التي يقدمها البنوك وفقا لدراسات الجدوى الاقتصادية كونها تعتمد على خطة عمل واضحة.

نقدم مثال لـ Oculus VR وهي شركة أمريكية متخصصة في مجال التكنولوجيا وتقنيات العالم الافتراضي، والتي أصبحت الرائدة في هذا المجال في الوقت الحالي، كانت في البداية قد طرحت أول منتجاتها التجريبية، كشركة ناشئة بعد تمويلها عن طريق حملة تبرع، قام بها الداعمين لتقنيات العالم الافتراضي وذلك عام 2012، بحيث تمكنت هذه الحملة من جمع 2.4 مليون دولار، لإنتاج جهاز الواقع الافتراضي الأول أوكولوس ريفتOculus Rift ، وكان المبلغ كافيا لإنتاج وتطوير هذا الجهاز، وتم إصدار المنتج الاستهلاكي عام 2016، مع تصميم جديد بالكامل عن النسخ التجريبية يحتوي على تقنيات أكثر تطورًا، عرفت بعد ذلك الشركة نجاحات واسعة وشهرة كبيرة في وسط التكنولوجيات، وأصبحت من أشهر الأعمال الريادية في العالم.

7.7 إستراتيجية الخروج (التخارج من السوق):

أحد أهم أهداف إنشاء المشاريع الصغيرة هو تحقيق أرباح وعوائد والاستمرارية في النشاط، بينما لا يكون الأمر كذلك في الشركات الناشئة حيث يعد أهم أسباب تأسيسها هو تحقيق أكبر عائد على الاستثمار في الشركة من خلال عملية البيع و الاستحواذ للتخارج من السوق مع تحقيق عائد كبير على المال المستثمر.

يحتاج أصحاب رأس مال المخاطر إلى إستراتيجية خروج كما أنهم يحتاجون إلى تعظيم عائد الاستثمار الخاص بهم .

إن تطوير إستراتيجية الخروج مشكلة لن يواجهها المقاول في مشروعه على الأقل ليس حتى يكون قد نجح بشكل كبير أو عندما يغير رأيه بما يتعلق بامتلاك للمشروع.

أما بالنسبة للمشاريع الصغيرة التقليدية لا تحتاج إلى إستراتيجية خروج بالبداية فصاحبها مسؤول بشكل كامل عن مستقبل شركته ويكون عائد بشكل كامل عن مستقبل شركته ويكون عائد إليه إبقائها أو بيعها أو دمجها أو إطلاقها في سوق الأوراق المالية.

1.7الإبداع والابتكار:

لا يقدم صاحب المؤسسة الكلاسيكية على المخاطرة إلا بشكل محدود، عادة ما يبحث عن فكرة ناجحة تجاريا ليقلدها، أما أساس تصنيف الشركات بالناشئة كونها تقوم على الابتكار وهو من أهم سماتها.

الفرق الجوهري بينهما أن الأولى تقوم على الاستمرارية والثبات أما الثانية فتقوم على التغيير والتجديد.

لا يسعنا التطرق إلى الشركات الناشئة دون التوجه إلى أساس مقوماتها :

أ- مفهوم الإبداع Creativity

عملية معقدة من العمليات العقلية أو الذهنية تستدعي توليد الأفكار والمفاهيم الجديدة أو الأصيلة وقد يعني الإبداع في أبسط صوره تحويل الأفكار الجديدة والأفكار الخيالية إلى واقع، وهو يضم عمليتين أساسيتين هما: التفكير والإنتاج

وهو مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصيلة ومفيدة للفرد والشركة/المؤسسة والمجتمع والعالم.

كما يمكن تقديمه على أنه خاصية ذهنية تمكن الفرد من التفكير بطرق غير تقليدية Unconventional، أو كما هو معروف " التفكير خارج المربع أو خارج الصندوق ، "Thinking outside the box or the square" " غالبا ما تؤدي الخاصية إلى الابتكار Innovation أو استخدام أساليب مغايرة غير عادية أثناء التعامل مع مهمة أو قضية معينة. وقد ينتج عن استخدام هذه الخاصية الذهنية بفاعلية النواتج التالية :

- توليد شيء جديد غير مسبوق على الإطلاق (قد يكون هذا المنتج نادر الحدوث إلا في حالات الإبداع العالي).
- توحيد أو ربط ودمج مجموعة أفكار متباعدة أوغير متباعدة بطريقة جديدة غير مألوفة
- إيجاد أو إظهار استخدامات جديدة غير متعارف عليها للأفكار المتداولة أو لمنتج ما
- نقل الأفكار الموجودة أصلا والمتداولة إلى مستفيدين آخرين أو أشخاص جدد.

كثيرا ما يرتبط استخدام مصطلحي الابتكار والاختراع كمترادفين بالتكنولوجيا، وذلك بوصفهما التوصل إلى فكرة جديدة ومن ثم إلى منتج جديد ،كما أشار إلى ذلك كل من:

- ميليا ولاثام (Mealiea and Latham) حيث اعتبرا أن الابتكار والاختراع يمكن أن يستخدما بشكل متبادل. (نجم عبود نجم 2003)،

- بينما أوكيل سعيد أنه يجب التفريق بينهما، حيث يعرف (محمد سعيدأوكيل 1992) الاختراع على أنه: "كل جديد في المعلومات العلمية "، ويرى بأن "الاختراع يمكن أن يكون نظريا في شكل قاعدة أو قانون علمي أو يكون تطبيقا في شكل طريقة حل أو معالجة مشكل معين"

- أما خليل حسن الشماع فأنه يعرف الاختراع بأنه:"إدخال شيء جديد لهذا العالم لم يسبق له أن وجد أو سبق إليه أحد، ويسهم في إشباع بعض الحاجات الإنسانية ." من خلال هذا التعريف نستنتج أن الاختراع يقوم أساسا على عنصر الجدة، كما يجب أن يكون ملبيا لحاجة إنسانية ؛ حيث كانت الحاجة وراء العديد من الاختراعات التي شهدتها البشرية، لكن مع بداية القرن العشرين أصبحت الرغبة هي أم الاختراع، فالمؤسسات لم تعد تنتظر الحاجة لتقوم بالاختراع .ومن جهة أخرى نجد أن التعريف أهمل جانب مهم وهو أن الاختراع يقوم على أساس خلفية تكنولوجية،

- يعرف كل من روبينز وكولتر (Robbins and coulter) بأن" : الاختراع هو التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر على المؤسسات المجتمعية ومما سبق فإن التوصل إلى فكرة حتى ولو كانت جديدة تماما وتلبي حاجة إنسانية لا يمكن أن نسميها اختراع إلا إذا كانت مرتبطة بالتكنولوجيا.

- نجد أن (Yves Chirouze) وفي إطار العلاقة بين الابتكار والاختراع قد فرق بينهم حيث يرى بأن: "الاختراع هو كشف أو اكتشاف علمي يسمح بتنمية المعرفة الإنسانية، بينما الابتكار هو مدخل أساسي للتجديد

- يرى محمد أحمد عبد الجواد بأن: "الابتكار هو القدرة على الاختراع"، بمعنى أنه لا يمكن أن يكون هناك ابتكار بدون اختراع، وفي هذا السياق هناك رؤية تشمل العلاقة بين الابتكار والاختراع، ومفادها أن الابتكار هو تطبيق ناجح للاختراع.

- أما ديبورغ ماري (Debourg Marie) فترى بأن الابتكار هو تطبيق تجاري للاختراع؛حيث أعطت مثال عن الليزر بأنه اختراع ، أما الأقراص الليزرية فهو تطبيق تجاري لاختراع الليزر .

الابتكار= الاختراع + التطبيق التجاري

نجد مما سبق بأن الاختراع يعني بلورة أفكار جديدة ترتبط بالتكنولوجيا، أما الابتكار فيعني تطبيق وتجسيد هذه الأفكار، غير أن التعريف الأخير ركز على أن الابتكار يهتم بتحويل وتنفيذ الأفكار التي ترتبط بالتكنولوجيا بشكل كامل في المجال التجاري، وحسب هذا التعريف والذي سبقه نجد أن الابتكار مرهون بوجود الاختراع، أي أنه بدون اختراع لن يكون هناك ابتكار، كما أنه يحصر الابتكار على أنه مجرد تطبيق تجاري للاختراع، وبالتالي إذا ما نظرنا إلى الابتكار على أنه مجرد تطبيق للاختراع، فإن هذا سيعني حصر مفهوم الابتكار على الجانب التكنولوجي، في حين أن مفهوم الابتكار واسع ويمتد لجميع حقول المعرفة والأنشطة الإنسانية

ب - مفهوم الابتكار :Innovation

من أجل إثراء أكبر لمصطلح الابتكار نقدم مجموعة من التعاريف لباحثين في مجال ريادة الأعمال

- ترى راوية حسن بأن الابتكار: "هو تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة، وهنا كلمة تنمية شاملة فهي تغطي كل شيء من الفكرة الجديدة إلى إدراك الفكرة إلى جلبها للمؤسسة ثم تطبيقها"، وهذا يتوافق مع ما ذكرناه سابقا على أن الابتكار لا يقف عند عتبة الفكرة الجديدة، وإنما يعقبها إلى التطبيق العملي في السوق أو داخل المؤسسة.

- يعرف لونكمان (Longman)الابتكار بأنه أي اختراع جديد أو طريقة محسنة في إنتاج سلعة وكذلك هو أي تغيير في طرق الإنتاج والتي تعطي المنتج أفضلية عن المنافسين في تحقيق احتكار مؤقت

- أما بيتر دراكر (Drucker) فقد عرف الابتكار بأنه التخلي المنظم عن القديم مؤكدا على ما قاله شومبتير من أن الابتكار هو هدم خلاق . "وهنا تجدر الإشارة إلى التمييز بين المقاربتين وهي بحسب مقاربة التدمير الخلاق لشومبتير(Anderson & Tushman,1986)

(la destruction créatrice)والذي يرى أن الجديد يقوم على أنقاض وتدمير القديم، والمقاربة التي تعتبر أن الابتكار يقوم على تعزيز ما هو موجود وتحسينه دون إعادة النظر فيه، والحقيقة أن الابتكار يغطي كلتا المقاربتين، أي تدمير القديم من أجل إبداع جديد وتطويره من جهة، وتحسين وتعزيز ما هو موجود ضمانا للاستمرارية من جهة أخرى.

- تعرف منظمة التعاون والتنمية الابتكار على أنه مجموع الخطوات العلمية والفنية والتجارية والمالية اللازمة لنجاح تطوير وتسويق منتجات صناعية جديدة أو محسنة، والاستخدام التجاري

لأساليب وعمليات أو معدات جديدة أو محسنة أو إدخال طريقة جديدة في الخدمة الاجتماعية، وليس البحث والتطوير إلا خطوة واحدة من هذه الخطوات .

يعرف نجم عبود نجم الابتكار على أنه: "قدرة المؤسسة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق "، ويعني هذا التعريف أن تكون المؤسسة الابتكارية هي الأولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل إلى الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد، والأولى في التوصل إلى المنتج الجديد والأولى في التوصل إلى السوق.

الابتكار=الإبداع + التطبيق

لقد حاول بعض الكتاب وضع مجموعة من الصفات والخصائص والتي يمكن من خلالها معرفة فيما إذا كان تصرف معين ابتكار أم لا، ومن بين هؤلاء مايكل ويست ورفقائه، حيث قاموا بوضع مجموعة من صفات للعمل أو التصرف الابتكاري، وأي عمل إذا توفرت فيه هذه الصفات يعتبر ابتكار من وجهة نظرهم وهي كالآتي :

- ينبغي أن يمثل الابتكار شيئا جديدا بالنسبة للمجتمع المزمع تطبيقه فيه (بمعنى جماعة العمل أو إدارة معينة أو المؤسسة ككل) حتى لو لم يكن جديدا بالضرورة للفرد أو الذي يقومون بتقديمه؛

- يجب أن يكون الابتكار شيئا مقصودا وليس أمرا عارضا، فإذا قام أحد المصانع بتخفيض إنتاجه بسبب الأثر الناجم عن موجة حر أثرت على العاملين فلا يعتبر هذا الأمر ابتكارا، ومن ناحية أخرى إذا قام المصنع بنفس الفعل (تخفيض الإنتاج) بهدف تحسين جودة السلع التي ينتجها، أو لتقليل حالات المرض بين العاملين، عندئذ يمكن وصف هذا الفعل بأنه إبتكاري؛

-ينبغي أن لا يكون الابتكار مجرد تغيير روتيني، فقيام المؤسسة بتوظيف شخص جديد ليحل محل شخص أخر قدم استقالته أو بلغ سن التقاعد، لا يمكن اعتباره تغيير ابتكاري بخلاف ذلك فإن إنشاء وظيفة جديدة تماما يمكن أن تعتبر من قبيل الابتكار؛

- يجب أن يهدف الابتكار إلى تحقيق فائدة للمؤسسة، أو بعض أقسامها الفرعية أو المجتمع الأوسع؛

- ينبغي أن يتسم الابتكار بعمومية آثاره، فإذا قام أحد العاملين بإحداث تغيير في عمله ولم يؤثر ذلك على باقي الأفراد في المؤسسة فلا يعتبر هذا ابتكارا.

ان جميع الابتكارات تبدأ أصلا بأفكار إبداعية حيث يعمل الابتكار على هذه الأفكار بإحداث تغييرات معينة ملموسة في المنتج، وهكذا يصبح الابتكار التطبيقات الناجحة للأفكار الإبداعية في أي مؤسسة أو منظمة ، ومن هنا يكون الإبداع أو الأفكار الإبداعية انطلاقة للابتكار، فهو ضروري للابتكار ولكنه غير كاف في حد ذاته حيث ينبغي أن يتم فحص الأفكار وتجريبها على أرض الواقع للتعرف على فعاليتها والعمليات المرتبطة بها وطرق إدارة هذه العمليات بأقل تكلفة وجهد.

مما سبق نستنتج أن الأفكار الإبداعية تصدر من الأفراد لكن الابتكار غالباً ما يأتي من خلال المؤسسات والمنظمات المحتضنة لتلك الأفكار الإبداعية.

الجدول 01: " الفرق بين الإبداع والابتكار"

الإبداع Creativity	**الابتكار** Innovation
- التميز والتفرد - الاتيان بفكرة أو مجموعة أفكار جديد وغير مألوفة، تشكل تحسينا أو تطويرا للنمط الموجود - عملية أو أسلوب أو طريقة لإنشاء شيئ جديد - مرتبط بما هو جديد من أفكار أو إختراعا	- تقديم منتج أو خدمة جديدة بما من شأنه تحقيق قيمة مضافة - مرتبط بأسلوب جديد لتنفيذ الأفكار بشكل له قيمة - يمتاز عن الإبداع من ناحية القدرة على التطبيق - يشمل ادخال عناصر جديدة أو مزيجا جديدا من العناصر الموجودة، أو تغييرا مهما في أسلوب عمل تقليدي

المصدر: سعيد خلفان الظاهري ، 2016، ص35

- الابتكار= توليد الأفكار الجديدة X تطبيق هذه الأفكار
- =
- الإبـداع
- = الإبـداع X تطبيق هذه الأفكار

❖ الابتكار يشمل الأنظمة والبرامج والأساليب التنفيذية والآليات والمنهجيات الابتكارية، بالإضافة إلى المنتوجات الخدمية سواء تلك التي تخدم وتدعم أعمال المؤسسة لتحقيق التميز(داخل المؤسسة)، أو التي تخدم المتعاملين (خارج المؤسسة).

8.أسباب فشل واندثار المؤسسات الناشئة:

وفقا لرابطة الأعمال الصغيرة الأمريكيةSmall Business Association 50%من الشركات الناشئة تفشل خلال سنتها الأولى .

و حسب دراسة قام بها الإحصائي شيخار غوش Shikhar Ghosh لكلية هارفارد للأعمال Harvard Business School أن 75% منها تفشل خلال الخمس سنين الأولى .

بجانب مجموعة من الدراسات التي تؤكد أن نسبة فشل الشركات الناشئة في سوق العمل تصل إلى 90%، بينما لا تتعدى فرص النجاح سوى 10% فقط.

قامت مؤسسة «CB Insights» :و هي مؤسسة أمريكية تتلقى دعما من كل من مؤسسة العلوم الوطنية National Science Foundation ، و مستثمري رأس المال المغامر Venture Capital Investors ، الرائدة في مجال جمع وتحليل المعلومات والإحصائيات الخاصة بسوق العمل، وتقوم بتزويد رجال الأعمال بها ليتخذوا القرار المناسب في شركاتهم، بدراسة للاستشارات السوقية وشملت 135 شركة ناشئة فشلت قبل ما تحقق أي نجاحات، وأعدت قائمة بأبرز الأسباب وأكثرها ضررا و التي أدت إلى إفلاسها وهي على التوالي:

1.8 الابتعاد عن حاجيات السوق:

تبلغ نسبة الشركات التي أدى بناء نشاطها حول معالجة فكرة محترمة لكنها بعيدة عن حاجيات السوق إلى إفلاسها 42 % من إجمالي الشركات التي درستها المُؤسّسة.

2.8 نقص السيولة:

الدخول برأس مال أقل من اللازم لا يمكِّن صاحبه من مواجهة الظروف أو الموسمية، حيث تبلغ نسبة الشركات التي أدى نقص السيولة إلى عدم مواصلة أنشطتها 29% .

3.8 ضعف الفريق المؤسس:

تحتاج الشركات الناشئة أن يكون فريقها المُؤسّس متنوع الاختصاصات حتى يكون قادرا من ناحية المعرفة أو المهارة على السيطرة في إنجاز المشروع. فإذا ما وجدت هذه الشركات

نفسها في حاجة للاعتماد على شركات أخرى من أجل إنجاز جزء أو أكثر من أجزاء المشروع، وهو ما يعجل بسقوطها باعتبار أن هذه العملية تحتاج تكاليف إضافية.

4.8 شراسة المنافس:

لا تهتم الشركات الناشئة كثيرا بالمنافسة باعتبارها عادة ما تعمل على الانطلاق من فكرة متجدّدة، إلا أنه في الحقيقة متى نجحت أفكار شركة ما في اكتساح السوق، يجب توقع تفريخ منافسين كثر يحومون تقليدا أو محاكاة، وتبلغ نسبة الشركات التي أدت المنافسة لإفلاسها 20 %.

نذكر في هذا السياق مثال أسباب إغلاق شركة «Wesabe»سنة 2007 والتي كانت أيقونة ومرجعا في عالم إدارة الموارد المالية للأفراد ، ثم برز مشروع «Mint »الحامل لذات الفكرة والذي فاز بالمرتبة الأولى في مسابقة«TechCrunch 40» ، فأصبحنا في ذهن الناس أن «Wesabe» أصبحت المرتبة الثانية .. بعد سنتين تم الشراء من طرف المنافس، وأغلقت ن الشركة .

كذلك أنهت المنافسة شركة« Sidecar » لفائدة منافستها«Uber ».

5.8 التسعيرة غير المناسبة:

يعد تحديد سعر الخدمة أو المنتج من أصعب المراحل في إدارة المشروع. فإذا اقترحت أسعارا مبالغا بها فيها فتقل المبيعات أو يقابلها عزوفا. و بالمقابل إذا اقترحت أسعارا منخفضة، قد يؤدي إلى عدم القدرة على تغطية التكاليف.إذن ضروري دراسة السعر الذي يعطي جاذبية للمنتوج ويحقق المردودية المنشودة

6.8 منتوج صعب الاستعمال:

يجب التفكير بجدية في انطباع المستهلك الذي يعزف عن اقتناء كل منتوج يفوق طرق استعماله قدراته المعرفية ويصبح بالتالي معقد و منتج غير مريح لا يتداول إلا في نطاق شريحة معينة.

7.8 ضعف إستراتيجية التسويق:

أغلب الشركات الناشئة يؤسسها تقنيون متميزون في مجالهم، لكنهم ليسوا من ذوي الاختصاص في التسويق والإشهار.فهم ينجحون في خلق منتجا جديدا مميزا ويفشلون في خلق الطلب عليه

حسب دراسة «CB Insights» 14 % من الشركات التي أقامت عليها مؤسسة دراستها أرجعت أسباب فشلها لعدم القدرة على التسويق الأمثل لمنتجها.

وهو حال شركة «Overto» وفي تحليلها لأسباب فشلها يذكر أحد مؤسسيها: «قمنا بكل ما يجب ولم نترك أية ثغرة. كنا في حاجة لبعض التسويق، لكن لم يكن بيننا أحد يتقنه، بل لم يكن بيننا من وجد قليلًا من الوقت ليفكر في مسألة التسويق».

8.8 إهمال انطباع الزبائن:

عند طرح منتج للمرة الأولى من الضروري متابعته عن قرب لدراسة استطلاعية حول الانطباع لدى المستعملين لإمكانية التصحيح و التطوير وتدارك الوضع لتحسين قابليته.

صرحت شركةeCrowds في حديثها عن أسباب فشلها : «أمضينا كثيرًا من الوقت في الإنشاء والبناء، ولم نهتم للآراء الوافدة علينا، فدفعنا الثمن».

9.8 سوء اختيار توقيت طرح المنتوج:

في حالة ما إذا توفر المنتج قبل توفر الحاجة إليه فهذا سيؤدي بالضرورة إلى انعدام فرص البيع والتسويق. وإذا ما أتى المنتج متأخرا، سيكون المستعمل قد وجد منتجا آخر يؤدي نفس الخدمات ، وسيصعب جدا إقناعه بتغيير وجهته، في كلتا الحالتين التوقيت سيئ والنتيجة واحدة:الفشل و الإفلاس.

10.8 عدم الدراسة القانونية قبل بدء المشروع:

يدخل الكثير من رواد الأعمال في مشاريع ناشئة جديدة بدون دراسة العقبات القانونية التي قد تحيط بها، حتى يتفاجئوا عند مراحل متقدمة من المشروع بوجود عوائق تحول دون استمراره.

9.خاتمة:

اليوم وفي بيئة الأعمال سريعة التغير، أصبح الإبداع والابتكار جوهريا من أجل البقاء ولأن بقاء المؤسسة أو المؤسسة الاقتصادية هدف رئيسي، فالتي لا تمتلك القدرة على الإبداع والابتكار في مجال عملها ستواجه – بالتأكيد – تحديات كبيرة وصعبة، وذلك لأن منافسيها يقومون بالابتكار والتحسين المستمر لمنتجاتهم وخدماتهم وعملياتهم. لهذا فإن الإبداع والابتكار

من أولويات اهتمام المؤسسات في جميع المجالات بلا استثناء من أجل البقاء والاستمرار في السوق.

في ظل عصر يتميز بالتكنولوجيا بات الكثير من الشباب في العالم أجمع يحلم بفكرة ريادة الأعمال وإقامة مشروع تجاري خاص، يدر الأرباح ويحقق الاستقلال الوظيفي، الإداري و المالي للفرد.

لكن الدراسات أثبتت أنه لا تكفي الأفكار الريادية وحدها حيث أن 10% من الشركات الناشئة فقط التي تنجح وتستمر بينما 90 % تفشل وتضمحل.

إذن إقامة ونجاح شركة **Startup** هو تحد كبير: يتطلب من المقاول أو رائد الأعمال أن يكون لديه فكرة مميزة، خطة تمويل، خطة عمل محكمة، فريق عمل يساعده على التنفيذ،إستراتيجية تسويق مدروسة، والعنصر الأهم هو الانتباه إلى طريقة تنفيذ الخطة والرقابة على معايير الأداء لضمان استغلال الوقت كما يجب.

إن معظم الشركات الكبيرة الآن والتي تبلغ قيمتها المالية مليارات الدولارات انطلقت في البداية كشركات صغيرة من بيئة ريادة الأعمال التي باتت اليوم محركا مهما لا غنى عنه في خلق فرص العمل وتحقيق نمو شامل في المنطقة. وباتت الدول حول العالم تتنافس بين بعضها البعض لجذب رواد العمل ودعمهم ماليا، لتحويل أفكارهم الخلاقة إلى مشاريع إنتاجية مفيدة للمجتمع والمحيط الذي يعيشون فيه، ولخلق فرص عمل.

11. قائمة المراجع:

- احمد بن قطاف، أهمية حاضنات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة المبدعة في الجزائر، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة،2007

- بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة **:Startups** دراسة حالة الجزائر،مجلة البشائر الاقتصادية المجلد الرابع، العدد ،2018

- داليا أحمد محمد يونس، واقع مسرعات الأعمال في زيادة فرص نجاح الشركات الريادية الناشئة في قطاع غزة،رسالة ماجستير،الجامعة الإسلامية غزة،2017
خالد رجم , دادن عبد الغني, مداخلة بعنوان: مفاهيم عامة حاول حاضانات الأعمال وتجارب عالمية مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية, : الملتقى الدولي حول" إستراتيجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر", جامعة قاصدي مرباح , ور قلة, يومي 15-11 أفريل 2012
- نيفين حسين محمد، دور الإبداع والابتكار المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية والدول دراسة حالة دولة الإمارات،وزارة الاقتصاد، إدارة التخطيط ودعم القرار، 2016
- نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديث)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،
- محمد سعيدأوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992
- خليل محمد حسن الشماع، خضير كاضم محمود، نظرية المؤسسة، دار المسيرة لنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2000
- هيتم سليماني، لماذا تفشل الشركات الناشئة ، ساسه بوست، 2017
- Adam, Longman Dictionary of BUSINESS ENGLISH, YORK Press ,Beirut, 1982,
-Jean Jacques Lambin, le marketing stratégique, Science édition ,Paris, , 2 éme édition, 1993,
- Marie Camille Debourg et al: pratique du marketing, BERTI éditions, 2e édition, Alger, 2004
-Yves Chirouze, le marketing: de l'étude de marche au lancement d'un produit nouveau ,T1 ,4eme ed.chotard et associes, 1991

دور المناولة في ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

The role of handling in promoting small and medium enterprises

ايمان بغدادي [1]

[1] كلية الحقوق جامعة الاخوة منتوريimene.baghdadi@umc.edu.dz

ملخص:

تعد المناولة إستراتيجية هامة لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذ تساهم بذلك في ترقية المقاولة، وتكون شبكة من الصناعات، من خلال المقاولة من الباطن الأمر الذي يستدعي حماية المؤسسات المحلية من سيطرة الأجنبية، ولذلك عملت الدولة الجزائرية على إعادة بعث المناولة بوضع آليات خاصة لترقية وضعها، بهدف تعزيز تنافسية الإقتصاد الوطني، وتكون المناولة الوطنية متطورة لتشمل مناولة الإختصاص وطاقة الإنتاج، لذلك خصصت الدولة هيئات مثل بورصات المناولة والشراكة بغرض تكثيف النسيج الصناعي، واتاحت المجلس الوطني لترقية المناولة، لتشجيع التحاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتيار العالمي للمناولة، ولتزويد هذا القطاع بآلية لتنفيذ السياسة الحكومية في مجال تنميته، كلفت الوكالة الوطنية لتطوير المناولة بذلك، لتساهم بتنفيذ استراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: المناولة؛ تطوير؛ الترقية؛ بورصات المناولة؛ الوكالة الوطنية؛ المجلس الوطني؛ المؤسسات.

Abstract:

Handling is an important strategy for the promotion of small and medium enterprises, as it contributes in this to the promotion of the enterprise, and it will be a network of industries, through subcontracting, which requires the protection of local institutions from foreign domination, and therefore the Algerian state has worked to resurrect the handling by developing special mechanisms to upgrade its position, In order to enhance the competitiveness of the national economy, and the national handling will be developed to include specialty handling and production capacity, so the state has allocated bodies such as the handling and partnership exchanges with a view to intensifying the industrial fabric, and has made the National Council for the promotion of handling, to encourage the enrollment of small enterprises The medium in the global trend of handling, and to provide this sector with a mechanism to implement government policy in the area of its development, the National Agency for the development of handling was assigned to do so, to contribute to the implementation of the development strategy of small and medium enterprises.

Keywords: Handling; development; promotion; handling exchanges; national agency; national council; institutions.

المؤلف المرسل: الاسم الكامل، **الإيميل:** ايمان بغدادي، imene.baghdadi@umc.edu.dz

1. مقدمة:

تعد المناولة بالمنظور الاقتصادي نموذج استراتيجي، يمكن من تحسين مردودية وإنتاجية المؤسسات وما يترتب عن ذلك من إنشاء متزايد للثروة ومناصب الشغل.

والاقتصاديات الحديثة تقتضي التحول من اقتصاد تسيير إلى اقتصاد مقاولين، ولابد معه أيضا ترقية الفكر المقاولات والتنظيمي من خلال دوره في تنمية علاقات التعاون والتشابك وترقية القدرة التنافسية للمؤسسات.

إلا أن المؤسسات الوطنية أصبحت تلجأ آليا إلى الخبرة الأجنبية ضمن عقود المناولة لاقتناء سلع وخدمات، ولعلى هذا السلوك يحرم النسيج الوطني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من النمو و الاستفادة من الموارد الوطنية، بالإضافة إلى منعها من اكتساب الخبرة، ما يظهر أن المقاولة من الباطن أحد أشكال العلاقات بين المنشآت بما يمثل شبكات من الصناعات، وهي أحد أشكال الاعتماد المتبادل بين الوحدات الإنتاجية، حيث تقوم أحد الوحدات بإنتاج المنتج النهائي لصالح وحدة أخرى، وذلك وفقا للمواصفات والجدول الزمني الذي تحدده الوحدة التي يتم الإنتاج لصالحها.

والسؤال الذي يطرح نفسه: إلى أي مدى تساهم المناولة في تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر؟

2. مفهوم وواقع المناولة بالجزائر

أصبح من الضروري جدا تنظيم نشاط المناولة وتقنينها، من خلال إصدار مجموعة من التشريعات التي تضمن تنظيم هذه العلاقة، بالإضافة إلى حماية المؤسسات المحلية من السيطرة الأجنبية، حيث بصدور قانون رقم: 88-25 المؤرخ في 19 جويلية 1988، المتعلق بالاستثمار كان له دور في اعطاء دفع لإنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة، خاصة بما فيها المناولة والسماح لها بالاستثمار في مجالات عدة، وبإقرار قانون الصفقات العمومية الصادر سنة 1991 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم: 03-301 المؤرخ في 11 سبتمبر 2003، خصص قسم منه للمناولة الفرعية باعتبارها وسيلة من وسائل تنفيذ

المشاريع الكبرى، وفي نفس السياق جاءت العديد من الإصلاحات التي دفعت عجلة المناولة من خلال؛ إفراق الأنشطة تحت رعاية برنامج الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، وبمشاركة البنك الدولي والاتحاد الأوربي من جهة، وبمشاركة العديد من الأطراف الجزائرية، حيث أنشئ مجلس وطني لترقية المناولة بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 03-188 المؤرخ في 22 أفريل 2003، المتضمن تشكيل المجلس الوطني المكلف بترقية المناولة وتنظيمه وسيره (المرسوم التنفيذي رقم 03 -188 ، 2003)

وذلك في إطار ترقية المناولة التي جاء بها الفصل الثاني من الباب الثاني للقانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم: 01-18 المؤرخ في 12ديسمبر 2001 (المرسوم التنفيذي رقم 01 -18، 2001)

لأنه وبسبب انخفاض اسعار النفط منذ سنة 2014، فرض على الحكومة الجزائرية ضرورة تفعيل دور المناولة الصناعية وتوسيع رقعة نشاطها، وبسبب نزيف العملة الصعبة الذي يفرضه استيراد السلع القابلة للتصنيع محليا، لذلك قامت الجزائر بتبني إستراتيجية بهدف تأطير نمو ومنح تسهيلات لتطوير القطاع الخاص، من خلال إدخال مفهوم الشراكة العمومية الخاصة ، حيث بلغت ذروة إستخدام هذه الطريقة سنة 2012 (عزيوز، دور التشريعات في تطوير وتنمية المناولة الصناعية، 2006)، ولقد تبنت الجزائر استراتيجية لإعادة بعث المناولة من خلال إنشاء قسم خاص داخل وزارة الصناعة وإدارة فرعية للاهتمام خصيصا باستراتيجية المناولة وتهدف هذه الإدارة الفرعية إلى:

-تنصيب لجنة وطنية للمناولة تهدف إلى تكوين نسيج للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتخصصة في أعمال المناولة.

- إنشاء بنك وطني خاص بالمناولة وتنظيم لقاءات ثنائية الإقامة، علاقات شراكة
- تطوير أقطاب المناولة خاصة في الصناعة الميكانيكية في الجزائر
- إقامة اجتماعات دورية لإعداد وتنظيم مخطط المناولة
- بناء شبكة وطنية للمناولة في كل المجالات وتطوير مشاريع الابتكار فيها
- إنشاء وتنظيم المعارض والصالونات الدولية بهدف التعريف بالمناولة المحلية.
- تنظيم نشاط المناولة وتقنينها حماية للمؤسسات المحلية من السيطرة الأجنبية (الاسود، 2016 - 2017)

1.2 تعريف المناولة:

المشرع الجزائري لم يعرف المناولة لكن أشار إليها بقانون رقم: 17-02 المؤرخ في 10 جانفي 2017، المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (القانون رقم 17- 02، 2017)، في الباب الثاني بعنوان؛ تدابير المساعدة والدعم لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك في الفصل الثاني المعنون بترقية المناولة، حيث تنص المادة 30 منه على أن المناولة تعتبر الأداة المفضلة لتكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتحظى المناولة بسياسة ترقية وتطوير بهدف تعزيز تنافسية الإقتصاد الوطني.

المناولة الصناعية هو مصطلح متعارف عليه في دول المغرب العربي وشمال إفريقيا، أما بالنسبة للدول العربية بالمشرق، فالمصطلح المتعارف عليه هو " التعاقد من الباطن" أو " المقاولة من الباطن" وتسمى بالفرنسية la sous-traitance (آيت زيان، 2006).

المناولة عقد مكتوب يعهد بموجبه صاحب الصفقة إلى الغير تنفيذ جزء من صفقته، ويختار صاحب الصفقة بحرية المتعاقدين معه من الباطن شريطة أن يبلغ صاحب المشروع بطبيعة الأعمال التي يعتزم التعاقد بشأنها (طرشي، 2015).

من خلال ما سبق يظهر أن هناك علاقة قانونية واقتصادية بين المناولين والموردين، اذ أن الموردون هم بشكل عام مسؤولون تجاريا وتقنيا عن منتجاتهم، فحسب بورصة المناولة، تعتبر المؤسسة الا مرة مسؤولة من الناحية القانونية عن ملكيتها للمنتج، وبالتالي فهي مسؤولة عن أي خلل يقع في التصميم، أما المناول فهو المسؤول عن العيوب التي يمكن أن توجد خلال الإنتاج، وهو ما أشارت إليه الهيئة الفرنسية للمواصفاتAFNORتعريفها للمناولة كونها الممارسة التي تقوم من خلالها إسناد جزء من الأعمال إلى مؤسسة ما تحت مسؤوليتها في إطار عقد عمل (AFNOR; organisition et gestion de la prodtiction industrielle sous- traitante, 1987)

2.2. أشكال المناولة

تتحدد وتتنوع صور المناولة التي تتميز بالمرونة والقدرة على التكيف مع متطلبات السوق حسب الاستراتيجية المعتمدة من طرف المؤسسة الامرة ومستوى ونوع النشاط الذي يسعى إلى تحقيقه والقطاع الذي ينتمي إليه، ففي القطاع الخدماتي تقوم المؤسسات المناولة بتقديم عدة خدمات في شكل تعاون مع الغير، كما تقوم بتنفيذ أشغال معينة لصالح الطرف الآخر في وقت عمل محدد مسبقا، من خلال؛ التكوين، البحث والدراسة، الاستشارة، دفع الأجور...إلخ، أما في القطاع الإنتاجي عادة ما تكون في

صيغة مؤسسات صغيرة ومتوسطة PME،وذلك حسب المواصفات والخصائص المتفق عليها، وبذلك يمكن التمييز بين:

– مناولة طاقة الإنتاجsous–traitance de capacité

انتشرت بالسبعينات، حيث تتعاقد المؤسسات المكلفة بالأعمال (تعاقد ظرفي مؤقت)، مع مؤسسات مناولة متخصصة لمواجهة ارتفاع مؤقت في الطلب أو بسبب طلب في أصل أجهزتها، أو العقود طويلة المدى بهدف الاحتفاظ بطاقة إنتاجية مرتفعة توفرها لها المؤسسات المناولة للرفع من القدرة التنافسية التي كانت تقوم على السعر والكمية.

– مناولة الإختصاص sous–traitance de spécialité

ظهرت بالثمانينات، حيث تلجأ المؤسسات الامرة بالأعمال إلى التعاقد مع مؤسسات منفذة متخصصة، تتوفر فيها التجهيزات والكفاءات اللازمة لتوفير احتياجاتها من المواد أو الخدمات المطلوبة، نظرا لعدم توفرها في المنشأة الامرة، ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية على السعر وجودة المنتج ومدى إعتماده على المقاييس والمواصفات العالمية.

– المناولة الوطنية sous–traitance nationale

حيث تتميز المؤسسات المتعاقدة الامرة المغذية للأعمال بنفس الجنسية مع المؤسسة الأخرى المناولة.

– المناولة الدولية sous–traitance international

وفيها تتباين جنسية المؤسسات المتعاقدة بغض النظر عن المكان الذي تمارس فيه نشاطها، وعادة ما يكون المناول فرع تابع للمؤسسة الأم التي تعطي له الأوامر، ومع التطورات المتلاحقة توجهت معظم المؤسسات إلى اعتماد المناهج اليابانية، وظهور مستويات مختلفة للمناولة، أي أن المناول أصبح الشريك المزود بكل

المكونات والأجزاء التي تدمج في المنتج النهائي مع تأمين الجودة لتتكفل المؤسسات الامرة بالتسويق (صيد ، 2017)

3.2. نشاط المناولة بالجزائر

تشير الإحصائيات إلى أن أهم المؤسسات المناولة على المستوى الوطني في اغلبيتها هي مؤسسات تزاول نشاطها في مجال الميكانيك والمعادن وتقدر نسبتها 68% و21% تنتمي إلى قطاع الكيمياء والصيدلة و4% خاصة بقطاع الحديد والتعدين، ونسبة 4% لقطاع الجلد والبلاستيك والقماش، و3% في نشاطات أخرى مختلقة.

وبالنظر إلى حجم عدد العمال فإن أغلب المؤسسات المناولة بالجزائر اغلبيتها مؤسسات مصغرة micro-entrepriseوتشكل 45،83% وتشغل ما بين 1 إلى 19 عامل، ونسبة 41،61% من المؤسسات المقاولة من الباطن تشغل ما بين 20 إلى 99 عامل ونسبة 12،50% من المؤسسات تشغل ما بين 100 إلى 499 عامل بالمؤسسات المتوسطة.

وأكبر المؤسسات المقاولة من الباطن في الجزائر لا يتجاوز رقم أعمالها 10.000.000،00دج وأهم هذه المؤسسات هيDE COFLEXالمختصة في إنتاج كل ما يتعلق بالتلحيم ويقدر رقم أعمالها 8.000.000،00دج (https://aidmo.org/، بلا تاريخ)

حسب معطيات مارس 2010 فقد بلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الامرة حوالي 20615 مؤسسة، وحسب إحصائيات السداسي الأول لسنة 2009 فقد بلغ عدد المؤسسات المناولة 39245 مؤسسة معنوية، بينما بلغ عدد المؤسسات المناولة للأشخاص الطبيعيين أكثر من 200.000 مؤسسة يعملون أساسا في خدمات الصيانة، حيث تتموقع المؤسسات المناولة ما يقارب 16% من إجمالي المؤسسات المناولة بالجنوب لعدة أسباب منها: الإعفاءات الجبائية والضريبية على تلك المناطق كإجراء لتشجيع الاستثمار بها، إضافة إلى تمركز المؤسسات الكبرى العاملة في قطاع المحروقات، ويعتبر ذلك عامل مهم أيضا في استقطاب المؤسسات المناولة، والعاملة في قطاع الخدمات العامة والاشغال العمومية وباقي الخدمات البترولية (- http://www.ons.dz/، 2020)

وتعتبر صناعة السيارات بالجزائر نشاطا اقتصاديا هاما، سيعرف تنمية مطردة خلال السنوات القادمة إجماليا تفتح السوق الجزائرية أفاقا للتنمية المستمرة، يتعلق الأمر بتنمية النشاط لهدفين إثنين يتمثلان في:

زيادة الصادرات خارج المحروقات وتنمية نسيج صناعي في مجال المناولة للسيارات من أجل الامتثال للمادة 52 من قانون المالية لسنة 2014، التي تشير إلى أن أصحاب امتياز بيع السيارات مطالبون بإنشاء نشاط صناعي و/ أو شبه صناعي، وفي هذا النشاط يجب التوجه سريعا إلى نظامCKBالمركب تماما، بدلا من نظامCKDالمركب جزئيا والتوصيات المقترحة: – ربط استيراد السيارات بشرط إنتاج قطع الغيار للتركيب على السيارات الجديدة موجهة لتصدر إلى مصانع السيارات بالخارج، فيترتب عن ذلك نقل التكنولوجيا إلى المؤسسات الجزائرية.

– لابد أن يكون هذا النشاط فعليا سنة 2017، ليتمكن أصحاب امتياز بيع السيارات من إعداد مواقع الإنتاج.

– إنشاء مناطق ذات الأولوية للتنمية في الهضاب العليا والجنوب ويستفيد المستثمرين هناك من الأراضي بالدينار الرمزي، ومن ضريبة واحدة جزافية بنسبة 3% ومن قروض محسنة.

– إنشاء مناطق صناعية جديدة على امتداد محور الطريق شرق–غرب والتكامل بين الفلاحة والصناعة (المؤسسات، 2015)

3. طرق ترقية ودعم المناولة:

برهنت الوقائع الصناعية على اهمية المناولة، التي أصبحت تشكل أهم أبرز الاستراتيجيات الحديثة وأكثرها قدرة على تحقيق التنمية الصناعية لجميع البلدان المتقدمة، فقد مكنت المؤسسات على: تنظيم النشاط، تحقيق التخصص، تقسيم العمل، الحد من النفقات، زيادة الكفاءة، تعظيم المكاسب، رفع القدرة التنافسية.

لذلك لابد من دعم وترقية المناولة بالجزائر من خلال عدة هيئات وإجراءات معينة للنهوض بها.

حيث نص الفصل 2 بعنوان؛ ترقية المناولة من الباب الثاني تدابير المساعدة والدعم لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قانون رقم: 17–02 المؤرخ في 10 جانفي 2017 وتنص المادة 30 منه أن المناولة تحظى بسياسة ترقية وتطوير بهدف تعزيز تنافسية الإقتصاد الوطني، وتنص المادة 32 من ذات القانون على أن الدولة تشجع بعنوان تقوية تكامل القدرات الوطنية للمناولة ما يأتي:

– استبدال الواردات من السلع والخدمات بالإنتاج الوطني

– إدراج المصالح العمومية المتعاقدة لبند يلزم الشركاء المتعاقدين الأجانب باللجوء إلى المناولة الوطنية، ضمن عقود توفير الخدمات والدراسات ومتابعة وإنشاء التجهيزات العمومية.

– إدراج بند تفصيلي ضمن دفاتر شروط المناقصات والاستشارات المتعلقة بالصفقات العمومية الوطنية، لفائدة المتعهدين الذين يلجؤون للمناولة المقدمة من طرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، وفي ذلك تحتاج الدولة إلى مساهمة كل من:

1.3 بورصات المناولة والشراكة

بورصة المناولة تمثل نقطة التقاء وضبط بين العرض والطلب، في مختلف النشاطات وفي نفس الوقت تقديم المساعدة التقنية ومختلف الإرشادات لجميع المؤسسات المنخرطة، سواء كانت امرة أو مناولة وفي نفس الوقت تقوم بتزويد المؤسسات الوافدة أو المستثمرة حديثا في تلك المنطقة بمعلومات تقنية لإيجاد شريكه الأمثل، حسب الإختصاص والقدرات الإنتاجية أو الخدماتية بهدف ربط العلاقات وتسهيل التقارب بين الأطراف وتعرفONDI بورصات المناولة على أنها عبارة عن أجهزة فنية معلوماتي لها خبراتها وعلاقاتها وكيانها الإداري والقانوني والمالي المستقل، بهدف القيام بمجموعة من المهام الأساسية من طرف العاملين فيها بهدف تفعيل علاقات التشابك (ONUDI: guide de promotion de sous – traitance et partenariat, 2009)

وضعت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إطارا قانونيا، يسعى إلى ترقية نشاطات المناولة والتي تهدف إلى تكثيف النسيج الصناعي وإنشاء صناعة جوارية، وفيما يخص شبكة بورصات المناولة جاءت تهدف بدرجة أولى إلى ضمان توافق الطلب والعرض لخدمات الإنتاج وضبط التدفقات في المعلومات بين أصحاب الأوامر الذين يبحثون عن فائض في الطاقة الإنتاجية المتخصصة، والمناولين الذين لديهم طاقة إنتاجية غير موظفة، فقد بدأت بالعمل سنة 1991، وذلك مع إنشاء أول بورصة للمناولة بالجزائر والتي تم اعتمادها رسميا سنة 1992، والتي أصبحت مركز للإعلام التقني الصناعي لترقية المقاولة بين الشركات

وللبورصات الجزائرية للمناولة والشراكة مجموعة من الأهداف اهمها:

– رصد عقود المناولة الممكنة على المستوى الجهوي والوطني والدولي.

– إحصاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي بإمكانها القيام بشراكات أو إبرام عقود مناولة.

– ترقية المنتوج الوطني بغية تحقيق الاكتفاء الذاتي والتقليل من الاستيراد

– تقديم الاستشارات للمؤسسات في المجال التقني والقانوني والتجاري واعداد العروض للقيام بالمناولة.

– إعلام المؤسسات وتزويدها بجميع ومختلف الوثائق والمراجع في مجال المناولة.

– ترقية العلاقات على المستوى الدولي للمؤسسات المنخرطة.

– المساهمة في تنظيم ومشاركة المؤسسات في التظاهرات الدولية والقانونية المختصة (الاسود، 2016 – 2017)

وبالرغم من الإنجازات المحققة من طرف البورصات الأربعة، إلا أنها تبقى بعيدة عن تطلعات المناولة بسبب:

– نقص خبرات مسيري البورصة الجزائرية للمناولة والشراكة.

– عدد الاتفاقيات قليل مقارنة بعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

– نقص الإعلام عن دور بورصات المناولة والشراكة أي غياب ثقافة المناولة لدى المؤسسات الجزائرية.

– عدم توفر الإحصائيات الدقيقة وانعدام البيانات في قواعد المعلومات حول المناولة

– عدم وجود دليل موحد للمناولة أو الانخراط في بورصة المناولة والشراكة للمؤسسات الجديدة.

– عدم وجود مخططات للقيام بدوارات تدريبية للمنخرطين

– نقص الزيارات الميدانية لإجراء تقييم لإمكانيات المؤسسات المنخرطة

2.3 المجلس الوطني لترقية المناولة

بموجب القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم: 01-18 وحسب المادة 21 منه التي تنص على:" يؤسس مجلس وطني مكلف بترقية المناولة يرأسه الوزير المكلف بالمؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة، ويتشكل من ممثلي الإدارات والمؤسسات والجمعيات المعنية بترقية المناولة." وحسب المرسوم التنفيذي رقم: 03-188 المؤرخ في 22 أفريل 2003، الذي يتضمن تشكيلة وتنظيم وسير المجلس الوطني المكلف بترقية المناولة ، أن هذا المجلس يقوم بتشجيع التحاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوطنية بالتيار العالمي للمناولة، ويتشكل من ممثلي مجموعة الوزارات حسب المادة 2 من هذا المرسوم كما يلي: الدفاع الوطني، الداخلية والجماعات المحلية، الشؤون الخارجية ...الخ، ويرأس هذا المجلس الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وحسب المادة 3 منه فإن المجلس يقوم بالمهام التالية:

– يقترح كل تدبير من شأنه تحقيق اندماج أحسن للاقتصاد الوطني.

– يشجع على اندماج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوطنية ضمن التيار العالمي للمناولة.

– يقوم بترقية عمليات الشراكة مع كبار الأمرين بالسحب جزائريين كانوا أم أجانب.

– ينسق نشاطات بورصات المناولة والشراكة الجزائرية فيما بينها.

– يشجع على تثمين قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال المناولة.

ويطلب من المجلس في إطار مهامه ما يلي:

- ينظم ويشارك في تنظيم اللقاءات والتظاهرات والأيام الدراسية سواء على المستوى الوطني أو بالخارج.
- ينجز كل عمل ودراسة من شأنها المساهمة في ترقية المناولة في الأسواق الوطنية والأجنبية
- يقيم علاقات الشراكة في هذا المجال ويبرم اتفاقيات التعاون مع الهيئات الأجنبية.
- ينشر ويوزع كل نشرة ذات صلة بموضوعه
- ينشئ بداخله مركزا للوثائق يتولى جمع واستغلال وتوزيع كل النصوص الاقتصادية المتصلة بترقية المناولة والشراكة بين المؤسسات الامرة بالسحب والمناولين.
- يعمل على ترقية وتطوير عصرنة المنظومة الإعلامية لتمكين المؤسسات الكبرى والمتعاملين الاقتصاديين في مجال المناولة من التعارف فيما بينهم.

3.3 الوكالة الوطنية لتطوير المناولة

تنص المادة 17 من القانون رقم: 17-02 على أن " الوكالة" هيئة عمومية ذات طابع خاص تكلف بتنفيذ استراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فإن هاته الوكالة تتكفل بتنفيذ سياسة الدولة في مجال تطوير المناولة لاسيما:

- ضمان الوساطة بين الأمرين والمتلقين للأوامر.
- جمع وتحليل العرض والطلب الوطني في مجالات قدرات المناولة.
- تثمين إمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال المناولة من خلال دعم بورصات المناولة.
- ضمان مهمة مركز التنسيق في إطار نظام إعلامي موحد لبورصات المناولة.
- اعداد عقود نموذجية حسب مقاربة الشعبة تتعلق بحقوق والتزامات الأمرين والمتلقين للأوامر.
- ضمان الوساطة بين الأمرين والمتلقين للأوامر في حالة النزاعات

تقدم الوكالة دعما تقنيا وماديا لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لمطابقة منتوجاتها وذلك في إطار سياسة تطوير المناولة الوطنية

تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم: 05-163 المؤرخ في 3 ماي 2005، من أجل تزويد قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بآلية قادرة على تنفيذ السياسة الحكومية في مجال تنميته وترقية بصفة عامة، ومرافقته في مسار تنافسيته في خضم التحولات العالمية الجديدة (المرسوم التنفيذي رقم 05 - 163، 2005)

4. خاتمة:

سياسة المناولة من إحدى السياسات التي تعتمدها المؤسسات الكبرى والتي من شأنها أن تقلل بعض الأنشطة، التي تقوم بها الشركات في قطاعات متعددة، فالمناولة علاقة اقتصادية بين إثنين ويدخلون بنهج مميز في إطار النيابة، فالمؤسسة المناولة تقوم بتنفيذ العمليات الإنتاجية والخدماتية نيابة عن الطرف الأساسي وهو المؤسسة الامرة متحملة بذلك مخاطر فنية ومالية وتبعية للمؤسسة الامرة من خلال توجيهاتها وقراراتها، فالمناولة ليست سوى وسيلة لتخفيض التكاليف ، وهذا لا يعني عدم وجود مكان للابتكار والإبداع في عمليات المناولة، بل هي نتيجة لمبدأ تقسيم العمل، والاتفاق التعاقدي في عقود مناولة الإختصاص عادة ما يكون الحافز الأساسي هو ضمان الابتكار ووجود إبداع من وراء التعاقد، حيث الافراق يسمح بإنشاء شبكة من المؤسسات المناولة ذات علاقات متميزة مع المؤسسات المناولة ذات علاقات متميزة مع المؤسسة الأم، والافراق يسمح بظهور شكل من أشكال الشراكة التي تكون صلبة وعلى المدى الطويل.

النتائج:

- ضعف الوعي العام بأهمية المناولة الصناعية.
- عدم وضوح مفهوم المناولة الصناعية في الأوساط الصناعية.
- نقص في الموارد المتاحة لدى الأجهزة العاملة في قطاع المناولة.
- لجوء معظم المجمعات الصناعية الوطنية إلى مؤسسات مناولة أجنبية على حساب المتعاملين الاقتصاديينالوطنيين.
- الاستثمار في قطاعات اخرى خارج قطاع المناولة وهي تعرف اكتظاظ.

التوصيات:

- ترقية المناولة وخاصة الصناعية محليا من خلال دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمتابعة اللازمة للحصول على عقود المناولة واستغلال الحظائر الصناعية للقضاء على أزمة العقار الصناعي.
- العمل على مطابقة المنتوج المحلي للمواصفات العالمية.

– تسهيل الشراكات المحلية الأجنبية واستخدام في ذلك الموارد والعمالة المحلية.

– تبسيط الإجراءات الإدارية الخاصة بإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتفعيل دور مختلف هيئات دعم ومرافقتها.

– تعزيز العلاقة بين الهيئات المدعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

– رفع العراقيل البيروقراطية وتقديم التسهيلات لإنشاء نسيج المناولة.

5. قائمة المراجع:

- *http://www.ons.dz/*. (2020).

AFNOR; organisition et gestion de la prodtiction industrielle sous-traitante. (1987). paris.

https://aidmo.org/. (بلا تاريخ).

ONUDI: guide de promotion de sous - traitance et partenariat. (2009).

العايب عزيوز. (2006). دور التشريعات في تطوير وتنمية المناولة الصناعية. *المؤتمر الاول للمناولة الصناعية*. الجزائر: جامعة الجزائر.

القانون القانون رقم 17- 02. (10 01, 2017). المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . الجريدة الرسمية العدد: 02 المؤرخة في 11 يناير 2017 .

المرسوم التنفيذي المرسوم التنفيذي رقم 03 -188 . (22 04, 2003). المتظمن تشكيل المجلس الوطني المكلف لترقية المناولة وتنظيمه وسيره. الجريدة الرسمية العدد:29 المؤرخة في 23 افريل 2003.

المرسوم التنفيذي المرسوم التنفيذي رقم 01 -18. (12 12, 2001). القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. الجريدة الرسمية العدد: 77 المؤرخة في 13 ديسمبر 2001.

المرسوم التنفيذي المرسوم التنفيذي رقم 05 - 163. (03 05, 2005). متظمن انشاء الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . الجريدة الرسمية العدد: 32 المؤرخة في 04 ماي 2005.

.كلية الحقوق ,الجزائر .*دور التشريعات في تطوير وتنمية المناولة الصناعية* .(2006) .ا ,عزيوز

كمال آيت زيان. (2006). المناولة الصناعية كعامل استراتيجي لتفعيل التنمية الصناعية في المنطقة العربية . *المؤتمر العربي الاول للمناولة الصناعية* . الجزائر.

ماجد رقايقية فطيمة الزهراء صيد . (2017). المناولة الصناعية كمدخل لعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات. *مجلة اقتصاديات المال والاعمال*، صفحة 329.

محمد الاسود. (2016 - 2017). المناولة وديناميكية انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر حالة قطاع المحروقات اطروحة دكتوراه. 30. ورقلة الجزائر، كلية علوم التسير تخصص مانجمنت وتسير المنظمات جامعة قاصدي مرباح.

محمد طرشي. (2015). العقود الصناعية كمدخل لتعزيز مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. *مجلة الاكادمية للدراسات الاجتماعية والانسانية*(13)، صفحة 09.

مساهمة منتدى رؤساء المؤسسات. (2015). *من اجل انبعاث الاقتصاد الجزائري*. الجزائر.

الدور الملموس للمؤسسات الناشئة في سبيل تحقيق التنمية المستدامة

– دراسة حالات ناجحة أجنبية وعربية –

The Tangible Role Of Start-Ups For Sustainable Development
- Study of successful foreign and Arab cases -

[1]نبيلة قرزيز جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف n.guerziz@univ-chlef.dz

ملخص:

تناقش هذه الورقة مفهوم التنمية المستدامة والمؤسسات الناشئة، مع التركيز على دور ريادة الأعمال والحكومة في نجاحها، والهدف من هذه الدراسة هو إبراز الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة باعتبارها نوع من أنواع المؤسسات التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

وتم التوصل إلى أن المؤسسات الناشئة تساهم في تحقيق الأبعاد المختلفة للتنمية المستدامة وتحقيق نتائج ملموسة للاقتصاد الوطني، وأن نجاح أي مؤسسة ناشئة يتوقف على إرادة أصحابها لأنه غالبا ما تكون بداياتها مليئة بالإحباط والفشل وبعدها تأتي مرحلة النجاح والتطور أو الفشل والخمول وهو ما أكدته الدراسة من خلال العديد من التجارب الأجنبية والعربية.

الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة، المؤسسات الناشئة، أبعاد التنمية المستدامة،

Abstract:

This paper discusses the concept of sustainable development and start-ups focusing on the role of entrepreneurship and government in its success, and the aim of this study is to highlight the role played by start-ups as a type of institution that contributes to sustainable development.

It has been found that start-ups contribute to achieving the different dimensions of sustainable development and achieving tangible results for the national economy. And any start-up successful depends on the will of its owners, because it's start full of frustration and failure. Then comes the stage of success and development or failure and inactivity, which the study will confirm through many Arab and foreign experiences.

Keywords: sustainable development, start-ups, , dimensions of sustainable development,

JelCodes :M13, Q01.

المؤلف المرسل: نبيلة قرزيز الإيميل : n.guerziz@univ-chlef.dz

1.المقدمة:

أضحت المؤسسات الناشئة من أهم المواضيع في مجال تطوير أفكار ريادة الأعمال، إذ أقدمت العديد من الدول لدعم وتطوير العمل في هذا الإطار بناءا على عدة ضوابط وتشريعات تمكن أصحاب الابتكارات من التميز وإبراز مختلف الإمكانيات التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة أين تمكنت العديد من المؤسسات الناشئة من الوصول إلى المستوى المطلوب مما مكن بدوره للوصول إلى نتائج لم تكن متوقعة باعتبار أن العمل ضمن هذا النوع من المؤسسات يعتمد على الاعتقاد الفكري الاحتمالي لصاحب المشروع وقابليته للتطور مستقبلا حسب سياسته لجذب المستثمرين والحصول على الدعم والتمويل الكافي.

إن الحديث عن نجاح المؤسسات الناشئة يعني الحديث عن الدور الفعال لها في تحقيق ودعم التنمية المستدامة لأي بلد ، يكفي أن المؤسسة تقوم على أساس ابتكارات سواء بالنسبة للمنتجات أو الخدمات المقدمة وهو ما يعبر عن امتلاك البلد لكفاءات تسمح بالريادة وتحقيق مردود يساهم في دفع عجلة التنمية وزيادة الدخل الوطني من خلال الأرباح وتخفيض معدلات البطالة، تحسن الإنتاجية، دعم الميدان الإبداعي، تحسين النظرة الاقتصادية ومرتبة الدولة في المجال العلمي التكنولوجي الإنتاجي والخدمي، بالإضافة إلى العديد من الايجابيات التي تساهم فيها المؤسسات الناشئة، وهو ما دفع بالعديد من الدول لتبنيها وفقا للسياسات وحدود كل دولة، إذ سيتم في هذه الدراسة إبراز تجارب العديد من الدول التي ساهمت في رسم خارطة متكاملة لإدارة وتجسيد العمل ضمن المؤسسات الناشئة ودعمها بما يحقق التنمية بمختلف أبعادها والتطور وعليه بناءا على ما ذُكر يمكن طرح السؤال الرئيسي التالي:

- ما هي علاقة المؤسسات الناشئة بالتنمية المستدامة ؟ وكيف تمكنت الدول من تبينها وتشجيعها بما يحقق التنمية المستدامة؟

بناءا على السؤال الرئيسي السابق يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي أبعاد التنمية المستدامة التي جعلت منها موضوعا مهما للغاية؟
- ما المقصود بالمؤسسات الناشئة وهل يوجد فرق بينها وبين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
- كيف ساهمت المؤسسات الناشئة في دعم التنمية المستدامة ؟
- هل ستتمكن الجزائر من الاهتمام وتخصيص مساحات أوسع للمؤسسات الناشئة فيها؟

يمكن تقديم الفرضيات التالية كإجابات مبدئية عن الأسئلة الفرعية المطروحة :

- تعتبر التنمية المستدامة من أهم أهداف الدول لما لها من أبعاد تسري في عدة ميادين؛

- يعتبر رائدي الأعمال من أهم صُناع المؤسسات الناشئة بما يحقق الفكر المقاولاتي؛
- سعت العديد من الدول لتشجيع Start-up على أراضيها لأنها تساهم في زيادة الدخل الوطني؛
- تعتبر الجزائر من الدول التي انتهجت طريق لدعم المقولاتية مما فتح المجال للعمل ضمن المؤسسات الناشئة.

أهداف الدراسة:تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية المؤسسات الناشئة في تحقيق ودعم التنمية المستدامة بما يساهم بدوره في دعم الاقتصاد والنهوض بالتكنولوجيا والابتكار و إبراز تجارب عدة دول في دعمها واستقطابها للمستثمرين وتوسيع نشاطها.

منهجية الدراسة : تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الإطار النظري والتحليلي في تحليل البيانات.

2. الإطار النظري للتنمية المستدامة والمؤسسات الناشئة

يرتبط تبني العديد من الدول لمشاريع المؤسسات الناشئة بمدى مساهمتها في رفع الاقتصاد الوطني ودفع عجلة التنمية وتحقيق التنمية المستدامة.

1.2مفهوم التنمية المستدامة ،أهدافها ومختلف أبعادها

1.1.2تاريخ التنمية المستدامة ومفهومها:

شهدت فكرة التنمية المستدامة عدة تحولات من سنة 1972 إلى يومنا هذا ، فقد كان التركيز الأولي لها على القضايا البيئية في مؤتمرStockholm سنة 1972 (Bac, 2008, p. 579)، وفي عام 1980 في إستراتيجية الاتحاد الدولي من أجل الحفاظ على الطبيعة وضعها الإتحاد الدولي أين تم الجدال من أجل الحفظ كوسيلة للمساعدة على التنمية وتحديدا للتنمية المستدامة والاستخدام الأمثل للأنواع والنظم الايكولوجية والموارد، ومن ثم بدأت لجنة برونتلاند (Brundtland) عملها المتمثل في وحدة البيئة والتنمية (Robert, Parris, & Leiserowitz, 2005, p. 10)،وفي مؤتمر قمة الأرض في ريو دي جانيرو سنة 1992 تم التأكيد على التركيز المشترك على التنمية البيئية والاجتماعية والاقتصادية وحسب دراسة Paul Bac فإن التركيز الرئيسي على تخفيف حدة الفقر كان في مؤتمر قمة الألفية عام 2000 (Bac, 2008, p. 579) ،ومن هنا اتسع مفهوم التنمية ليشمل الحفاظ على الموارد والبيئة وتحقيق مختلف متطلبات الحياة، كما تعددت التعاريف المتعلقة بالتنمية المستدامة إلا أن التعريف الشامل

والمقتبس في كثير من الدراسات هو تعريف لجنة برونتلاند بأنّها:"القدرة على تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها الخاصة" ، إذ أكّد هذا التّعريف على ضرورة الإنصاف بين الأجيال وتقاسم الموارد مع الفقراء وأوضح أيضاً بأن مفهوم التنمية المستدامة يقوم على ضرورة وجود حدود حتى يستطيع المحيط الحيوي استيعاب آثار الأنشطة البشرية (Robert, Parris, & Leiserowitz, 2005, p. 11).

2.1.2 أهداف التنمية المستدامة :

حسب الموقع الرسمي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي هي أهداف عالمية تعمل على إنهاء الفقر وتوفير الحماية بالإضافة إلى تمتع جميع الناس بالأمن والسلام بحلول عام 2030، وتشمل17 هدف ولكل هدف عدّة نقاط محددة يجب تحقيقها قبل حلول عام 2030 وتتمثل الأهداف17 فيما يلي: لا فقر، القضاء على الجوع، الرفاهية والصحة الجيدة، التعليم الجيد، المساواة بين الجنسين، المياه النظيفة والنظافة الصحية، طاقة نظيفة و معقولة التكلفة، العمل اللائق والنمو الاقتصادي، الصناعة والابتكار والبنية التحتية، الحد من أوجه عدم المساواة، المدن والمجتمعات المستدامة، الاستهلاك والإنتاج المسؤولان ،الإجراءات المناخية، الحياة تحت الماء، الحياة على الأرض(في البر) ،السلام والعدالة والمؤسسات القوية، الشراكات من أجل تحقيق الأهداف (undp).

3.1.2الأطراف الفاعلة في التنمية المستدامة:

إن تعزيز التنمية المستدامة يتم عن طريق التكامل بين المجتمع والمؤسسات، ومن هنا دفعت الحاجة لمعرفة العلاقة بين الجهات المعنية، ومن أجل فهم هذه العلاقة دعت الحاجة لتجميعها من خلال أبسط طريقة وهي ملكية القطاع، إذ تتمثل هذه القطاعات حسب دراسة أجراها كل من غابريال وباتريسيا فيما يلي: (Niţoaia & Camară, 2018, pp. 170-173)

1.3.1.2القطاع العام : يتميز القطاع العام بالخدمات العامة التي تقدمها الحكومة من خلال القيام بذلك تصبح الحكومة مسؤولة عن التنمية الاجتماعية والاقتصادية لبلد أو منطقة، وكل قرار تتخذه الحكومة المركزية يتعلق بمشكلة التنمية المستدامة، لأنّه غالبا ما تكون الخدمات التي تقدمها لها تأثير مباشر على البيئة ومن أكثرها الخدمات المتعلقة بالطاقة (الكهرباء والغاز والنفط)، التعليم، حماية البيئة، النقل، التخطيط وإدارة النفايات والخدمات ذات الصلة بالمياه...الخ ، و في البلدان النامية دور الحكومة يكون أكبر ممّا هو عليه في الدول المتقدمة.

2.3.1.2 القطاع الخاص: تشارك كل من الشركات الصغيرة والشركات الدولية في الوقت الحاضر للالتزام بالاستدامة، لكن بالنّظر للعلاقات العامة فإن المديرين التنفيذيين والمديرون عامة في حيرة لأنّ الغالبية منهم لديهم رغبة حقيقية في العمل بطرق أخلاقية ومستدامة، مع ذلك عندما ينخرطون مع أصحاب المصلحة فإنهم يواجهون في كثير من الأحيان عالم من السياسة القذرة (hardball) وناشطون عدائيون ونخب ذات مصلحة ذاتية و هجمات لا يمكن التنبؤ بها، ومن بين الطرق التي يمكن إتباعها في ذلك كتحديد أي من السلع والخدمات يتم إنتاجها بطريقة صديقة للبيئة ومستدامة، ويتم هذا من خلال تطوير تكنولوجيات جديدة وبناء استراتيجيات الاستدامة لمعالجة مشكلة الاستدامة، وهناك الحاجة إلى تعاون أصحاب المصلحة والشراكة بين الحكومة والشركات من أجل بناء أساس متين من السياسات والاستراتيجيات.

3.3.1.2القطاع التطوعي: : تعتبر العناصر المكونة للقطاع التطوعي متنوعة جدا، نجد منها المنظمات الغير حكومية من المنظمات الخيرية ومنظمات المنفعة المجتمعية والدينية، تشمل أيضا المنظمات التطوعية الخاصة ومنظمات المجتمع المدني والمنظمات الغير ربحية، إذ يلعب هذا القطاع دور كبير في تحقيق التنمية المستدامة.

4.1.2أبعاد التنمية المستدامة :

إن التنمية المستدامة تنمية ثلاثية الأبعاد ،وتتميز بالترابط والتداخل فيما بينها وتتمثل في الآتي: (سليماني و بايزيد، أهمية الإدارة المحلية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، 2015)

1.4.1.2البعد البيئي: بالنظر لما تطرحه التنمية المستدامة في تأكيدها على مبدأ الحاجات البشرية التي يتكفل النظام الاقتصادي بتلبيتها من جهة، وما تضعه البيئة من حدود يجب احترامها من جهة أخرى، يركز هذا البعد على مراعاة الحدود البيئية، حيث يكون لكل نظام بيئي حدود معينة لا يمكن تجاوزها من الاستهلاك أو الاستنزاف الذي قد يؤدي إلى تدهور هذه الأنظمة.

2.4.1.2البعد الاقتصادي: يتمثل هذا البعد في النظام المستدام اقتصاديا، أي النظام الذي يمكن من إنتاج السلع والخدمات بشكل مستمر، وأن يحافظ على مستوى معين قابل للإدارة من التوازن الاقتصادي ما بين الناتج العام والدين العام،والذي يمنع حدوث اختلالات اجتماعية ناتجة عن السياسات الاقتصادية.

3.4.1.2البعد الاجتماعي: يركز البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة على أن الإنسان هو جوهر التنمية وهدفها النهائي، وذلك من خلال الاهتمام بالعدالة الاجتماعية ومكافحة الفقر، وتقديم الخدمات الاجتماعية الأساسية لجميع المحتاجين لها، بالإضافة إلى أهمية مشاركة الشعوب في اتخاذ القرار والحصول على المعلومات التي تؤثر على حياتهم بشفافية ودقة.

2.2مفهوم المؤسسات الناشئة ، أهميتها،و دورها في تحقيق التنمية المستدامة:

يعتبر مصطلح المؤسسات الناشئة من بين أهم المصطلحات التي ضاع صيتها لدى الشباب وأصحاب المهارات و الابتكارات ورجال الأعمال الطموحين والباحثين وتم تعريفها بكثرة.

1.2.2مفهوم المؤسسات الناشئة: تعامل العديد من المستثمرين مع المؤسسات الناشئة كصورة مصغرة عن المؤسسات الكبيرة التي تستدعي الدراسة والفحص قبل المخاطرة عموما يمكن تعريفها بأنها: "شركة يتم إنشاؤها بهدف تطوير خدمة أو تقنية أو منتج أو حتى نموذج أعمال، عادة ما يكون مبتكرًا بهدف توليد نمو سريع ومربح على المدى القصير أو المتوسط" (Dabi-Schwebel, 2019) ، كما يمكن تعريفها بأنها :من الشركات الشابة التي يتم تأسيسها من طرف أشخاص لهم نظرة شاملة وواسعة حول الابتكار والتنويع، إذ يكون أمام هذه الشركات خياران إما النجاح والتطور ومن ثم التحول لمؤسسات عملاقة ناجحة أو الخسارة والرجوع إلى مؤسسات صغيرة أو الإغلاق الكلي ويرتبط نجاحها بالتكوين الذي يتلقاه أصحابها من الحاضنات* والمسرعات** بالإضافة إلى الحصول على التمويل الكافي.

2.2.2 أهمية الشركات الناشئة:

بطبيعة الحال الشركات الناشئة هي مشروع مثلها مثل باقي المشاريع التي تتبلور على أهمية بالغة إذ:

- تسمح الشركات الناشئة بفتح المجال أمام الشباب للخوض في تجارب واقعية ميدانية ضمن سلسلة من الأفكار والاستراتيجيات للولوج حسب نوعية السوق والإمكانيات المتاحة؛
- السماح للمستثمرين و رائدي الأعمال بالتنويع في نشاطاتهم وتحقيق المنفعة والتنمية؛
- المساهمة في زيادة الدخل الوطني وتخفيض نسبة البطالة؛
- تشجيع الابتكار و تقديم حلول عملية لاحتياجات الهيئات والمتعاملين الاقتصاديين عموما؛

---

* الحاضنات: هي برامج تشاركية مصممة لتساعد المشاريع الريادية الجديدة في النجاح.

** المسرعات: تقديم نفس خدمات الحاضنات، لكن الفرق الجوهري هو المدة حيث تقدم مسرعات الأعمال برامجها في مدة زمنية محددة.

- مسايرة التقدم التكنولوجي من خلال تشجيع اعتماد وتطوير الوسائل التكنولوجية الحديثة؛

3.2.2 دور المقاولاتية(entrepreneurial) أو ريادة الأعمال(entrepreneurship)في دعم المؤسسات الناشئة(start-ups):

يعتبر مصطلح المقاولاتية (الريادة) من المصطلحات التي حظيت بالاهتمام من خلال العديد من الأبحاث، لكن بالنظر إلى الفرص يمكن القول بأنها عبارة عن" ممارسة بدء مؤسسات جديدة أو تنشيط المؤسسات الناضجة، وخاصة المؤسسات الجديدة عموما استجابة للفرص المحددة"(EROĞLU & PIÇAK, 2011, p. 146) ،كما عرفها البعض بأنّها" تحمل المخاطرة " (knight, 1921)

وعرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية(OCDE) المقاولة بأنّها :" النشاط الديناميكي الذي يسعى لخلق قيمة من خلال إنشاء أو توسيع نشاط اقتصادي عن طريق تحديد واستغلال منتجات جديدة، طرق جديدة أو أسواق جديدة"، إن مصطلح المقاولاتية يضم مصطلح المقاولين أو ما يسمى برواد الأعمال (entrepreneurs) والذين يعرفون بأنهم "أصحاب المشاريع الأفراد الذين يستغلون فرصة السوق من خلال التقنية و أو الابتكار التنظيمي" (Tülüce & Koç Yurtkur, 2015, p. 723) ، كما يُعرف رائد الأعمال بأنّه: المالك أو مدير مؤسسة تجارية يخاطر أو يجني المال من خلال المخاطر والمبادرة. (course hero)،ومنه فإن رائد الأعمال هو من يقوم بإنشاء المؤسسات الناشئة نظرا لمدى إمكانيته في الابتكار وتحسين جودة المنتج أو الخدمة التي يقوم بتبنيها بما يحقق المفهوم الشامل للمقاولاتية أو ريادة الأعمال.

4.2.2 العلاقة بين المؤسسات الناشئة والتنمية المستدامة:

من بين أهم ما تم الاتفاق عليه هو برنامج الأمم المتحدة الإنمائي،وحسب ما تم التطرق إليه سابقا فإن من بين أهم متطلبات تحقيق التنمية المستدامة هو الإقبال على أي نشاط يراعى فيه البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بما لا يتعارض مع تحقيق الأهداف المدرجة قبل حلول عام 2030 وبما أن المؤسسات الناشئة هي نوع من أنواع المؤسسات العصرية التي تضم أفكار لم تكن موجودة من قبل و تختلف عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فإنّ ارتكازها على الابتكار خاصة التكنولوجي الذي يتماشى مع الحفاظ على البيئة يتماشى مع تحقيق الأهداف السابقة وتحقيق التنمية.

5.2.2الفرق بين المؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة:

لا بد عند الحديث عن هذين المؤسستين التفريق بينهما من خلال عدة نقاط يمكن ذكرها كالآتي:

الجدول01: الفرق بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

معايير الاختلاف	المؤسسات الناشئة	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
مراحل الإنشاء	لا بد من الابتكار عند تقديم المنتج أو الخدمة	يمكن الاعتماد على المشاريع السابقة أو المحيطة
المؤسس	غالبا ما يكون من رائدي الأعمال	يمكن لأي شخص القيام بها
الهدف	القابلية للتطور والتحول لشركات كبيرة عملاقة	التوسع والحصول على مستويات عالية من الأرباح
المدة التي يقتضيها المشروع	المدة بالنسبة لها مؤقتة إما تتطور أو تخسر و تصبح مشروع صغير	تستمر بناءا على الربح الذي تحققه ويمكن توسيع نطاقها قليلا
التمويل	التمويل الذي يأتي من المستثمرين الفرديين أو شركات رأس مال المخاطر أو نادرا التمويل الذاتي.	يمكن الاعتماد على المال الفردي لصاحب المشروع أو الحصول على منح وقروض بنكية
المخاطرة	تتميز المؤسسات الناشئة بدرجة عالية من المخاطرة نظرا لأنها تعتمد على الابتكار مما يزيد من احتمالية الخسارة	تتميز بدرجة قليلة من المخاطرة لأنها تقوم على التقليد مما يخفض من احتمالية الخسارة
الإبداع والابتكار	تقوم على التغيير والثورة	تقوم على الحفاظ والثبات
السوق المستهدف	سوق كبير جدا فمثلا شركة Google هدفها دائما السوق الدولي العالمي ليس فقط فئة معينة ومجال معين	سوق صغير فمثلا مشروع سوبر ماركت أو دكان حلاقة...الخ يستهدف سوق ضيق
إستراتيجية الخروج	تحتاج لإستراتيجية الخروج من بداية المشروع نظرا لحجم التمويل والمخاطرة التي تتضمنها	لا تحتاج لإستراتيجية الخروج القرار بيد صاحب المشروع للاستمرار أو بيعها أو

		تأجيرها ...الخ

المصدر: من الإعداد الخاص.(2020). بالاعتماد على الموقع الالكتروني التالي:
https://www.rqiim.com/alhassanali/

3. واقع و آليات جذب المؤسسات الناشئة في بعض الدول الأجنبية:

في الأيام الماضية كان من الصعب للغاية إنشاء أعمال تجارية كبيرة ناجحة برأس مال بسيط أما اليوم يمكن أن تحدث ابتكارات رائدة بإمكانيات بسيطة مثلا مرآب أو شقة أو سكن جامعي أو أي مكان، ونتيجة لذلك تظهر الشركات الناشئة الجديدة كل يوم في كل أنحاء العالم خاصة الأجنبية وتأمل كل منها في تبنيها أو الاستحواذ عليها من قبل شركة أكبر أو جعلها كبيرة في مكانها.

1.3واقع وآليات جذب المؤسسات الناشئة في:

1.1.3الهند: تعتبر الهند من بين الدول التي أطلقت مبادرة الهند الناشئة في 16 يناير 2016، وقد أطلقت العديد من البرامج بهدف دعم رواد الأعمال، وبناء نظام بيئي قوي للشركات الناشئة وتحويل الهند إلى بلد من المبدعين بدلاً من الباحثين عن عمل، ويدير هذه البرامج فريق متخصص في الشركات الناشئة في الهند، كما تتوفر الهند على ثالث أكبر نظام بيئي(Ecosystem) للشركات الناشئة في العالم، و من المتوقع أن تشهد نمو سنوي ثابت بنسبة 12-15٪، كما لديها حوالي 50,000 شركة ناشئة في عام 2018 و حوالي 8,900 – 9,300 من هذه التكنولوجيا قادت 1300 شركة ناشئة جديدة للتكنولوجيا ولدت في عام 2019 وحده، مما يعني أن هناك 2-3 شركات ناشئة في مجال التكنولوجيا تولد كل يوم في الهند، سمح هذا العدد للشركات الناشئة أن تقدر بنحو 40,000 وظيفة جديدة على مدار العام، كما أنها تصنف كواحدة من أسرع خمس مدن ناشئة نمواً في العالم،إضافة إلى العديد من الصفقات فمثلا: الفيس بوك في شراكة مع الهند،إذ صرف منح نقدية قدرها 000 50دولار لخمس شركات ناشئة مختارة، و1000 برنامج للمرأة من قبل Goldman Sachs لتزويد رائدات الأعمال في جميع أنحاء العالم مع التعليم في مجال الأعمال التجارية والإدارة،والتوجيه والتواصل والوصول إلى رأس المال...الخ.(Indian Startup Ecosystem) .

2.1.3اليابان: في الثمانينيات كانت اليابان بارزة في مجال المنافسة العالمية من خلال تشكيل العالمية للمسارات التكنولوجية وتحويل الصناعات العالمية التكنولوجية والابتكارات في مجال الإنتاج الصناعي مما سمح لها بتكوين ثروة، وهو ما دفع باليابان لتكون ثاني أكبر اقتصاد في العالم حتى عام 2000، بعد الولايات المتحدة الأمريكية أين شهد العالم تحركا واضحا وسمحت الابتكارات و التفوقات وبدت البراعة الاقتصادية بعيدة كل البعد عن العصر الذي هيمنت فيه شركاتها على صناعات التكنولوجيا الفائقة المتطورة الحاسمة مثل المواصلات(شركة Toyota)، في هذه الفترة كان من المرجح أن يظل الاقتصاد الياباني متمحورا حول الشركات الكبرى، لكن قدرة الاستفادة من الأفكار والتكنولوجيات الجديدة التي تم تطويرها خارج إطار شركاتها الكبرى نظرا للنظام الايكولوجي (البيئي السائد)سمح لها منذ منتصف العقد الأول سنة 2000 للتوجه بشكل كبير نحو المؤسسات الناشئة خاصة المتعلقة بمجال العلوم والتكنولوجيا، و بعد سنة 2000 أصبحت اليابان تشكل أحد أهم القوى الاقتصادية في العالم وازداد حجم الناتج المحلي الإجمالي من عام لآخر وبذلك تعد نقطة العلم والتكنولوجيا القائمة على البحث والتطوير من أهم نقاط القوة في اليابان (Kenji, 2017, pp. 1-11)،كما ارتأت الدولة اليابانية لاعتماد برنامج "J-STARTUP" لتدريب الشركات الناشئة التي تروج لها وزارة الاقتصاد والتجارة والصناعة من خلال عدّة تقسيمات أساسية تتمثل في الآتي(J-starup) :الذكاء الاصطناعي، تكنولوجيا التحكم، جهاز إنترنت،تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الخدمات والمنصات، التنقل، الروبوت، الهندسة الطبية والتكنولوجيا الحيوية، البيئة والطاقة والمجتمع، الفضاء، التصنيع والمواد،توجد باليابان حوالي 10000 مؤسسة ناشئة رائدة في مختلف المجالات السابقة ومن بينها مؤسسة" ArchiTek"المتخصصة في هندسة الكمبيوتر والذكاء الاصطناعي، مؤسسة ,Ispace "inc" المتخصصة في المجال الجوي بالإضافة إلى العديد من المؤسسات الناشئة التي ساهمت في دفع عجلة التنمية المستدامة في اليابان.

3.1.3كندا: الشركات الناشئة في كندا هي حشد وطني لأكثر من 3.5 مليون من رجال الأعمال منذ إطلاقها في عام 2012، نمت Startup Canada لتمثل أكثر من 250,000 من رواد الأعمال و50 مجتمعًا شعبيًا من خلال البرامج الرقمية والفعاليات الرائدة، وتمثل شبكة تعزيز، إلهام، تثقيف، وربط وإعطاء صوت لرواد الأعمال في كندا، كما تمنح شركة " Startup Canada Communities" رواد الأعمال الموارد التي يحتاجونها لبناء مجتمعات ريادة الأعمال في جميع أنحاء كندا، وتجمعهم معًا في شبكة وطنية من مجتمعات الشركات الناشئة الشعبية النابضة

بالحياة التي يمكن لرواد الأعمال بدء وتوسيع نطاق مشاريعهم، و تقوم برامج دعم المؤسسات الناشئة في كندا على دعم رائدات الأعمال من النساء من أجل توسيع نطاق الأعمال التجارية،و في سنة2020 ستقوم شركة"Startup Canada" بالشراكة مع مؤسسة كوكا كولا بدعم 10,000 من رائدات الأعمال من أجل بدء وتوسيع نطاق الأعمال التجارية المزدهرة من خلال التعليم والتدريب والإرشاد والدعم وتقديم الموارد...الخ (startupcan)، إضافة الى الاهتمام بالشباب وتشجيع تبني أفكار start-ups.

4.1.3الصين: حققت الصين رقما قياسيا في إنشاء الشركات الناشئة خلال عام 2019، إذ بلغ المعدل اليومي نحو 20 ألف شركة جديدة، وأشارت بيانات لمصلحة الدولة لتنظيم السوق في الصين نقلتها وكالة أنباء (شينخوا) الصينية الرسمية إلى أنّه تم إنشاء نحو 21.79 مليون كيان سوقي جديد خلال عام2019 (الإخبارية، 2019)،و هو ما يبين مدى احتواء الصين على العديد من الخبرات والكفاءات من خلال ما نتج من اختراعات في مختلف المجالات خاصة الميدان التكنولوجي فقد كان لتقنيات التعليم الالكتروني (عن بعد) صدى واسع في الصين وبعدها انتشر في العديد من دول العالم، إلى جانب العديد من الاختراعات العلمية والتكنولوجية كالروبوتات وغيرها مثلا "FotoJet" تصمم جرافيك ومحرر الصور التي تمكن من خلق الفن التصويري و "Tracking More" هي منصة تتبع الشحن لتجار التجزئة عبر الإنترنت وغيرها الكثير من المؤسسات الناشئة الناجحة.

5.1.3الولايات المتحدة الأمريكية: تعتبر و.م.أ من أكبر الاقتصاديات وأكثرها تطوراً في العالم جنة للشركات الناشئة وشركات التكنولوجيا، مع نظام دعم عالمي رائد ورأس مال استثماري ضخم جاهز لدعم الشركات الواعدة، فالولايات المتحدة هي المكان المثالي للشركات التي تهدف إلى النمو وقاعدة كبيرة لغزو العالم، إذ تعمل الشركات الأميركية الناشئة في العديد من الصناعات وتقود الشركات الجديدة في المقام الأول من خلال التكنولوجيا، مع الاعتماد على الابتكار لإنشاء أنظمة إنتاجية جديدة، وهذه الشركات الفتية تعمل بالفعل في جميع أنحاء الولايات المتحدة، إن لم يكن العالم بأسره(disfold, 2020) ، كما تعمل الولايات المتحدة الأمريكية على استقطاب المزيد من أصحاب الابتكارات وتشجيعها كما تعمل على إدراج العديد من القصص المؤثرة حول رواد الأعمال الذين بدأوا حياتهم من الصفر ويمكن الاستفادة من العديد من القصص الناجحة عبر الموقع الالكتروني الخاص بالشركات الناشئة في أمريكا(USA) .

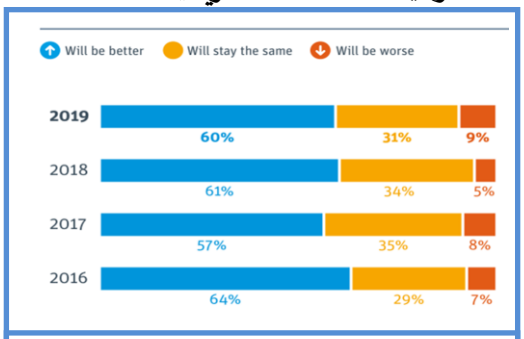
6.1.3بريطانيا: تعمل بريطانيا على تقديم الموارد والتوجيه والإلهام من قبل رواد ورجال الأعمال لتشجيع بدء وتنمية مختلف الأعمال الخاصة ، ويتم هذا من قبل منظمة المؤسسات الناشئة في بريطانيا والتي أُسست من طرف ثمانية من رواد الأعمال وأطلقت في مارس 2011 من قبل رئيس الوزراء البريطاني، يتم تمويل المؤسسات الناشئة في بريطانيا بالكامل من القطاع الخاص، كما تم إطلاق استجابة لدعوة الحكومة إلى انتعاش "تقوده المؤسسات"، وبلغ عدد المؤسسات الناشئة في بريطانيا سنة 2020 حوالي 672,890 مؤسسة ناشئة (startupbritain.org).

2.3مقارنة بين توقعات الولايات المتحدة الأمريكية و انجلترا و الصين وكندا حول start-ups

سيتم مقارنة مختلف التوقعات بشأن ظروف العمل الخاصة بالشركات الناشئة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وانجلترا و الصين وكندا.

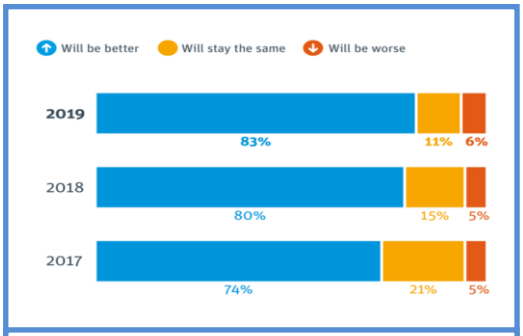
الشكل01: التمثيل البياني لمختلف توقعات ظروف عمل الشركات الناشئة في الدول الأربع

الولايات المتحدة الأمريكية



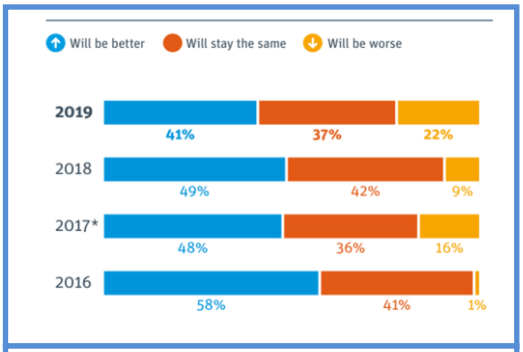
المصدر:بنك وادي السيليكون.(2019).توقعات الشركات الناشئة في و.م.أ صفحة04.

الصين



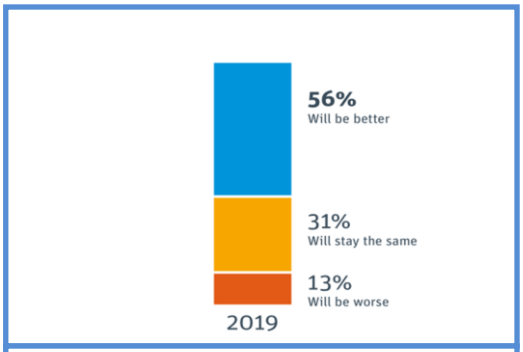
المصدر:بنك وادي السيليكون.(2019).توقعات الشركات الناشئة في الصين.صفحة04.

بريطانيا



المصدر:بنك وادي السيليكون.(2019).توقعات الشركات الناشئة في بريطانيا. صفحة04.

كندا



المصدر:بنك وادي السيليكون.(2019).توقعات الشركات الناشئة في كندا. صفحة04.

يتبين من الأشكال أن توقع نجاح هذا النوع من الشركات يختلف من بلد لآخر ومن دولة لأخرى حسب الدراسة التي أجراها SVB [***](SVB Financial Group)، ففي الولايات المتحدة تم توقع انخفاض بنسبة 1% في سنة 2019 بالنسبة للتوقع للأفضل (we will be) وانخفاض بنسبة 3% بين سنتي 2019 و 2018 بالنسبة لتوقع البقاء على نفس الحال (Will stay the same) ، أما التوقع الأسوأ (Will be worse) فقد ارتفع ب 4% مما جعل المخاوف ترتفع لدى المؤسسين ورياديي الأعمال وحسب تقرير البنك فإن 6 من 10 رواد أعمال أمريكيين يفكرون بشكل ايجابي بشأن تحسن ظروف العمل في البلد عنه في 2018.

بالنسبة للصين فقد تم توقع ارتفاع ب3% في عام 2019 عنه في عام 2018 بالنسبة للتوقع للأفضل و انخفاض توقعات البقاء على نفس الحال بنسبة 4 % في 2019 كما ارتفعت التوقعات للأسوأ بنسبة 1 % فقط هو أيضا ما يجعل الصين وجهة للمؤسسات الناشئة نظرا لبيئتها الجيدة وحسب تقرير البنك فإنه 8 من أصل 10 شركات ناشئة في الصين يتم التفكير فيها بشكل ايجابي .

بالنسبة لبريطانيا فقد انخفضت نسبة التوقع بالتحسن بنسبة8% في سنة 2019 عنه في سنة 2018 وانخفضت نسبة توقع بقاء الأوضاع كما هي بنسبة 6 % في سنة 2019 عنه في سنة 2018 كما ارتفعت نسبة التوقع للأسوأ بنسبة كبيرة في سنة 2019 بنسبة 13% عنه في سنة 2018 (22%) مما يدل على الارتفاع الشديد للمخاوف لدى المؤسسين ورواد الأعمال وهو بدوره ما أدى إلى انخفاض الإقبال على المؤسسات الناشئة.

بالنسبة لكندا فقد سجلت نسبة التوقع للأحسن 56 % في 2019و49 %في 2018 بزيادة 7%مما يعني ارتفاعها وتوقع البقاء بنفس الحال انخفض بنسبة 11 % في سنة 2019، كما ارتفع التوقع للأسوأ بنسبة5 % في سنة 2019 عنه في سنة2018 (Greg , 2019).

بعد المقارنة بين مختلف التوقعات حسب بنك SVB فإن توقعات رجال ورواد الأعمال في الصين كانت هي الأفضل مما يعكس التفكير الإيجابي لهم وتليها الولايات المتحدة الأمريكية مما

[***] SVB: هو بنك كاليفورنيا التابع لمجموعة SVB المالية عمل على مدى أكثر من 35 عاماً، و نجح في دعم المؤسسين ورواد الأعمال من خلال منتجات وخدمات مالية.

يساهم في تشجيع إنشاء المؤسسات الناشئة والاطمئنان بشأن توفير الدعم اللازم لها في هذه الدول.

3.3 بعض المؤسسات الناشئة الأجنبية الناجحة عالميا:

1.3.3 مؤسسة whatsapp:من أكثر المؤسسات الناشئة الناجحة، تم إنشاءها من قبل موظفين سابقين في شركة Yahoo وهما كل من Jan Koum و Brian Acton بداية من تقدمهما بطلب للعمل في شركة Facebook لكن قوبل بالرفض ،و في سنة 2009 فكر koum في فكرة عندما اشترى جهاز iPhone ، إذ قرر إنشاء تطبيق محادثة فورية whatsapp بعدها ناقش فكرته مع صديقه Acton للوصول إلى تطبيق يسمح بإظهار صور ووقت التعامل متاح أو غير متاح مع ذكر الوقت.. ،إلا انه تمت السخرية من برنامجه، لكن مع تطور شركة Apple قرر koum الاستمرار في ابتكاره وقام بجمع مبلغ 250000 دولار كتمويل أولي للمشروع، اشترك كلا من koum الرئيس التنفيذي للشركة و Acton مسؤول التسيير واستمر التطبيق في النجاح كما تم توظيف 55 موظف في شركة whatsup، الى غاية فبراير 2014 عندما أعلنت شركة فايسبوك الاستحواذ كليا على التطبيق وهي أكبر عملية استحواذ من قبل فيسبوك وأكبر عملية استحواذ حتى الآن في مجال التكنولوجيا ، إذ طالب فريق WhatsApp بمبلغ 16 مليار دولار: 4 مليارات دولار نقداً و12 مليار دولار متبقية في أسهم فيسبوك وفي وقت لاحق دفع فيسبوك 19.6 مليار دولار وأضاف فيسبوك 3.6 مليار دولار إلى السعر الأصلي كتعويض لموظفي واتساب للبقاء مع فيسبوك (opennaukri, 2018)،

2.3.3مؤسسة Amazon: في عام 1994 بدأت أمازون باسم Cadabra من طرف Jeff Bezos تمثلت في متجر صغير لبيع الكتب بتوفير الكتب الالكترونية على شبكة الانترنت، في البداية لم يتم قبولها كغيرها من الشركات الناشئة باعتبار أن جيف بيزوز مختص في الإعلام الآلي ، إلا أنّه في أواخر التسعينيات قرر بيزوز البدأ في بيع سلع أخرى وساعدته مساحة التخزين الكبرى للشركة وبعد عدة مغامرات اليوم شركة أمازون تقوم ببيع مختلف أنواع السلع وتوفر مختلف الفئات من كتب، خدمات الحوسبة، تدفق أفلام، بيع مختلف أقراص الكمبيوتر...الخ، والآن تقوم بتحدي جديد في البقالة، أمازون اليوم هي ثالث أكبر شركة لتكنولوجيا المعلومات في العالم من حيث الإيرادات وهي من أكبر متاجر البيع بالتجزئة في العالم، تم قبولها عالميًا كأفضل موقع لشراء السلع عبر الإنترنت، إذ يعتبر السر وراء نجاحها الجذري هو أنها تركز أساسا على العملاء وتتوقع تماما أساليب التسوق في المستقبل (Hariharan, 2018).

بالإضافة إلى شركات أخرى متعددة كـ : Facebook، Linkedin،Google ، Eyewear Tech ...الخ.

4. واقع المؤسسات الناشئة في بعض الدول العربية:

سعت العديد من الدول العربية لتبني والمساهمة في إنشاء المؤسسات الناشئة ونجاحها .

1.4 واقع وآليات جذب المؤسسات الناشئة في:

1.1.4 الإمارات العربية المتحدة: تتربع دولة الإمارات العربية المتحدة على صدارة الدول المستضيفة للمقار الرئيسة للشركات الناشئة بنسبة 35% من مجموع هذه الشركات في المنطقة، كما حظيت الشركات الناشئة في الدولة على نحو 62% من إجمالي التمويلات الموجهة لهذا النوع من الشركات مقابل 38% من التمويلات موزعة على باقي دول المنطقة، إذ يعود هذا لـ 10 عوامل رئيسة هي الإستراتيجية الحكومية التي تضع دعم الشركات الناشئة في صدارة الأولويات، توافر بيئة الأعمال المثالية والحاضنات التكنولوجية، البنية التحتية فائقة التطور،والرؤى الحكومية المحفزة على الإبداع والابتكار، الجاهزية الشبكية والتقدم التكنولوجي، التمويلات مستفيدة من المراكز المالية في الإمارات والسمعة العالمية والسجل الحافل للتجارب الناجحة للشركات الناشئة، وقدرة الدولة على استقطاب المواهب في شتى المجالات، فضلاً على سهولة تصريف وتسويق المنتجات لأسواق الخليج ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ووجود التشريعات القوية التي تضمن حقوق الملكية الفكرية وتصون حقوق مختلف الأطراف (الاتحاد، 2019).ومن أمثلتها (**Yalla Compare** للاهتمام بالمجال المالي،**Beehive** منصة الكترونية للإقراض و الإقتراض (التمويل)...الخ.

2.1.4 البحرين: تعتبر البحرين من بين الدول التي سعت لجذب المستثمرين وكذا رواد الأعمال لإنشاء المؤسسات الناشئة من خلال السياسات الصديقة لها ،كما تعد Startup البحرين نقطة انطلاق مثالية للشركة الناشئة من خلال عدة تسهيلات مقدمة (startup)، كما بلغ عدد الشركات الناشئة في البيئة الايكولوجية البحرينية حوالي أزيد من 20 مؤسسة ناشئة و أزيد من 34 من الحاضنات ومساحات العمل المشترك والجهات الحكومية لدعمها و100مليون دولار في إطار صندوق"الواحة" لصناديق الاستثمار في الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا ومن أشهر المؤسسات الناشئة في البحرين: "بقالة" لتلبية طلبات البقالة مع تحديد موعد التوصيل،"ملاعب":تطبيق يسمح للاعبي كرة القدم بالانضمام إلى المباريات وحجز الملاعب،"اناغراب":شركة تقنية تسمح بتحليل بيانات الشركات لتوفير المعلومات السوقية ..الخ.

3.1.4 السعودية: تضم المملكة العربية السعودية واحداً من أكثر سكان العالم شباباً ،50 في المائة من سكانها هم دون سن 25 عاماً، كما تم إنشاء أكثر من 300 مؤسسة ناشئة من 2016 إلى 2019 وهو ما جعل السعودية تحتل المرتبة 80 من أصل 220 دولة بناءا على قوة نظامها البيئي المساعد لتكوين الشركات الناشئة وفقاً للإحصاءات الرسمية المقدمة لليوم العالمي لريادة الأعمال، تمثل النساء السعوديات الآن 39 في المائة من إجمالي عدد رواد الأعمال في البلاد، حيث ارتفعت من 4 في المائة إلى 35 في المائة على مدى العقد الماضي (startupcolors، 2019)، وهو ما جعل منظومة الشركات الناشئة تتحول إلى مملكة الشركات الناشئة، ويبرز ازدياد الفرص المتاحة للشباب السعودي واضحا من خلال ازدياد عدد الصفقات والاستثمارات والمستثمرين والهيئات الحكومية التي تدعم هذه المنظومة، كما أصبحت السعودية سوقا يتيح الوصول إلى رؤوس الأموال والمواهب وإلى مجموعة واسعة من الفرص بهدف دعم الناتج المحلي، فقد قدرت المملكة حجم الناتج المحلي من 20 %إلى 35% بحلول عام 2030 (نجدت، 2019)،و تتمثل الشركات الناشئة الأكثر شعبية في المملكة العربية السعودية في :رواق ،أبيصيرة، قيم،والصناعات الأكثر شعبية فيها هي المحمول ووسائل الإعلام الاجتماعية والتجارة الإلكترونية، إذ أعلنت الحكومة عن خطط لإنشاء مدينة مستقبلية بـ 500مليار دولار، مع عدد كبير من الروبوتات . (startupcolors، 2019).

4.1.4 الأردن : حسب موقع (Startups Jo) فإنّه يتم تنظيم عمل الشركات الناشئة في الأردن وفق المجلس الذي تتمثل رؤيته في تحقيق النمو الاقتصادي الذي أوجدته القوة الديناميكية لريادة الأعمال وثقافة الابتكار، كما يتركز اهتمام تكوين المؤسسات الناشئة في الأردن على (startupsjo, 2018) :الثقافة، رأس المال البشري المالية، السياسات، الدعم ، الأسواق، عموما يبلغ عدد المؤسسات الناشئة في الأردن 177 مؤسسة ناشئة من بينها "Puppets World" وهي تمثل مسرح متنقل من العرائس في الأردن، الذي يهدف إلى تثقيف الأطفال ورفع مستوى وعيهم من خلال عروض الدمى الحية في مواضيع حساسة مختلفة،"Apprise Security" تهدف إلى تزويد المنظمات بأفضل الخدمات الأمنية لتوفير الأمان في مختلف العمليات التي تتم عبر الانترنت والعديد من المؤسسات، بالإضافة إلى توفر 31 مستثمر و234 ممولين من مختلف الأعمار.

5.1.4 المغرب: تمثل startup المغرب عملية لخلق فرص العمل وتحفيز التنمية الاقتصادية في البلد من خلال ريادة الأعمال والابتكار، تعمل شركة Startup Maroc في 15 مدينة في جميع

أنحاء المغرب، وقد رافقها أكثر من 10,000 من رواد الأعمال في مراحل مختلفة من الأفكار، كما قامت الدولة بعقد عدة اجتماعات دراسة لتشجيع تبني الابتكار في شتى الميادين وخاصة التكنولوجية وتدعيمها بناءا على احتياجات المؤسسين وأهم ما برز في هذا الإطار النسخة الثالثة من قمة إفريقيا الناشئة في 2020 إذ نظمت من قبل الشركة و اجتمعت 120 شركة ناشئة ومستثمرين ورجال أعمال وخبراء وقادة في النظام البيئي من أكثر من 20 دولة في أفريقيا ومنطقة الأورومتوسط والشتات الأفريقي[****] في أوروبا لمناقشة فرص الأعمال والاستثمار في أفريقيا وتم التركيز على إقامة الشبكات وتبادل الخبرات وتعلم مدونات تنظيم المشاريع في أفريقيا (startup maroc, 2020)،ومن أمثلة المؤسسات الناشئة ناجحة في المغرب "Clean City" وهو تطبيق يهدف لتنظيف المناطق الملوثة، شركة "كازابلانكا" التي تهدف لتطوير البرمجيات، ABWEB للرقميات...الخ.

6.1.4 الجزائر: تعد الجزائر من بين الدول العربية التي بدأت في الحذو نحو تبني وتشجيع إنشاء مؤسسات ناشئة ودعمها، إذ نقلت وكالة الأنباء الجزائرية عقب اجتماع تم عقده في فبراير 2020 على وضع خارطة طريق لتمويل هذا النوع من المؤسسات، بإشراك البورصة ورأس المال الاستثماري، وتحديد كيفية مساهمة المغتربين، وتطبيق آليات إعفاء ضريبي "شبه كلي"، لتمكين الشباب من الإسهام بفعالية في فك ارتباط الاقتصاد الوطني بالمحروقات، كما تتضمن خارطة الطريق إنشاء "مدينة الشركات الناشئة"، التي ستكون بمثابة مركز تكنولوجي متعدد الخدمات بجاذبية عالية، ما يسمح بتعزيز مكانة الجزائر كقطب إفريقي للإبداع والابتكار، كما أعلنت الوزارة على وضع الأسس القانونية لمعاهد نقل التكنولوجيا، خلال الربع الأول من عام 2020 على أن تنطلق المرحلة التجريبية عبر جامعتين بإنشاء مركزين متخصصين بالذكاء الصناعي وانترنت الأشياء التي تعمل بالتعاون مع الكفاءات الجزائرية بالخارج (وكالة الأنباء، 2020)،و تملك الجزائر استقطاب كبير جدا لكن ينقص التدريب والتوجيه بما يخفف فشل المؤسسات الناشئة مثل باقي الدول وهو ما تقوم به الحاضنات والمسرعات مما يسمح بتقييم فكرة المؤسس وقابليتها للتطبيق على أرض الواقع، كذلك القابلية للتوسع عبر مساحات كبيرة في الوطن

[****] الشتات الأفريقي: هو مصطلح يشير إلى المجتمعات التي تكونت في مختلف أنحاء العالم نتيجة انتقال الأشخاص عبر التاريخ من أفريقيا إلى جهات متعددة من الأمريكتين وأوروبا والشرق الأوسط وآسيا وغيرها.

وخارجه، بالإضافة إلى القيام بدورات تكوينية وتوجيهية مما يساهم في تخفيض نسبة فشل المؤسسات الناشئة كما تواجه الجزائر نوعا ما ضعفا في التمويل وفي التطبيق فيما يخص الشركات الناشئة رغم توفر الأفكار لدى الشباب ورغم وجود تأطير قانوني لمختلف العمليات لكن يبقى التطبيق صعب نوعا ما (بن جلول، 2020) ومن أبرزها :"SARL ARTEC-Int" وهي مؤسسة مختصة في مجال تقديم الحلول لمختلف مشاكل الإعلام الآلي ،"Batolis"وهو موقع مبيعات جزائرية على الإنترنت بنسبة 100% تم إنشاؤه في عام 2015 من قبل.Sarl mams bros وهي تُقدم لعامة الناس منتجات متنوعة...الخ.

2.4 بعض المؤسسات الناشئة الناجحة عربيا:

Ouedkniss Algerie 1.2.4:بدأت قصة المؤسسة بعد قيام الشرطة بغلق أحد الأسواق الشعبية في إحدى الضواحي بالجزائر، في سنة 2006 قرر مجموعة من الأصدقاء في ريعان الشباب إنشاء مكان لبيع مختلف المنتجات، إذ أقدم بوزيد مهدي وهشام سودة وأمين بن موفق وأحمد بو أمينة وجميل الدين ديب في مكان اسمه واد كنيس بالجزائر العاصمة، بداية من مقهى انترنت وإنشاء موقع عادي، وفي 2007 حظي الموقع بزيارة لحوالي ألف شخص يوميا ،في 2009 ومع اشتراط دفع مبالغ مقابل اشتراك شهري يمنح المختصين متجرا على الانترنت مع عدد محدود من الإعلانات لم يحظى بالقبول التام من طرف التجار مما دفع بهم إلى تخفيض مبلغ الاشتراك ،وفي عام 2010 بدأوا في بيع الإعلانات على موقعهم وبعد مدّة طويلة من الصبر والكفاح أصبح الموقع يحظى بأكثر من 250000 زائر يوميا وأصبح يدر أرباحا لا بأس بها، على الرغم من تقدم العديد من المستثمرين لتمويل هذه الشركة إلا أن المؤسسين يرفضون هذا ويفضلون تمويلها ذاتيا (لافيريست، 2018).

fetchr 2.2.4 : هي شركة تكنولوجية متخصصة في تقديم خدمات الشحن والتوصيل السريع وذلك عن طريق استخدام تطبيق فيتشر الذي يعتمد على نظام تحديد المواقع(GPS)حيث يسهل الشحن إلى المواقع التي تفتقر إلى عنوان بريدي رسمي، تعمل حالياً في الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية ومصر والبحرين، أطلقت الشركة خدمة التسليم الفوري (NOW)التي تتيح للعملاء الحصول على الطرود في غضون ساعة واحدة فقط، (فنتشرز، 2017).

بالإضافة الى شركات أخرى متعددة كـ: Spacemaker، Yalla Compare، Paypal ،Bayzat...الخ.

5. الخاتمة:

تبين لنا من الدراسة أن المؤسسات الناشئة هي من أهم الكيانات الاقتصادية التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تبني وتشجيع أفكار مبتكرة لتحقيق أهداف تنموية في شتى المجالات دون المساس بالبيئة واستنزاف الثروات، مما يُمكن من خفض نسب البطالة وزيادة فرص العمل بالإضافة إلى دعم الاقتصاد الوطني وتنويع مصادر الدخل وهو بدوره ما يسمح بالتميز واستقطاب مختلف مصادر التمويل الأمثل الخاصة والحكومية ، كما تم التوصل إلى أنه :

- تعتبر المؤسسات الناشئة من المؤسسات التي يتعرض أغلبها في البداية إلى حالات الفشل بسبب إحباط أصحاب الأفكار والظروف المحيطة مما يتسبب إما في تحول المؤسسة الناشئة إلى صغيرة أو فشل المشروع كليا أو الاستمرار والتطور لمؤسسة ضخمة يتسارع رجال الأعمال في العالم لشرائها أو الاشتراك فيها؛
- يعتمد إنشاء المؤسسات الناشئة على الابتكار والتميز في التفكير وعدم الاكتفاء بالبساطة والتقليد مع ضرورة الاستمرار في إيجاد أفكار جاذبة للزبائن وتخطيط استراتيجيات هادفة؛
- يتم تمويل المؤسسات الناشئة من طرف المؤسس بحد ذاته أو المستثمرين أو رواد الأعمال أو أصحاب رأس المال المخاطر أو الدولة...الخ؛ مع ضرورة تشجيع الشراكات الإستراتيجية من الجامعات والحاضنات والمسرعات إلى الحكومات والقطاع الخاص والمستثمرين؛
- تتميز مشاريع المؤسسات الناشئة بأنها صديقة للبيئة وترتكز أغلبها على التطور التكنولوجي؛
- إن تبني الدول الأجنبية والعربية للمؤسسات الناشئة له الشأن في تنمية الاقتصاد وتعزيز التقدم والتطور وهو ما أثبتته العديد من التجارب الناجحة وخاصة الأجنبية منها.

التوصيات:

- ضرورة إلمام أصحاب الشركات الناشئة بمختلف العمليات التجارية قبل الانطلاق والدراسة الجيدة لطرق التمويل وكيفية جذب المستثمرين بما يحقق تطور الشركة وديمومتها؛
- الاهتمام بتطوير قانون وتسهيلات إنشاء المؤسسات الناشئة في الدول العربية وتشجيع رواد الأعمال الشباب مع ضرورة توفير المساعدات اللازمة لمواجهة مختلف المشكلات التي تواجههم؛

- ضرورة تبني الجزائر لاستراتيجيات قوية جاذبة للمستثمرين الأجانب مما يمكن من تطوير المؤسسات الناشئة في البلد بما يتماشى مع تحقيق قواعد وقوانين هذا النوع من المؤسسات .

6. المراجع:

1. Bac dorin paul. A history of the concept of sustainable development: Literature review. Economic Science Series,17,02,2008 ;
2. Kates W. Robert; Anthony Leiserowitz ;Thomas M. Parris, What is Sustainable Development? Goals, Indicators, Values, and Practice, Environment Science and Policy for Sustainable Development.47.3.2005;
3. United Nations Development Programme, SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS , https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html;
4. Petrică Niţoaia ; Gabriel Camară , ROLES OF ACTORS IN PROMOTING SUSTAINABLE DEVELOPMENT.DE GRUYTER,12,1,2018;
5. اسليماني محمد؛ بايزيد علي،أهمية الإدارة المحلية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة،الاقتصاد والتنمية،02.02.2015؛
6. Gabriel Dabi-Schwebel, Startup (ou start-up), https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/startup
7. Osman EROĞLU; Murat PIÇAK, Entrepreneurship, National Culture and Turkey, International Journal of Business and Social Science,02,16,2011;
8. Frank H. Knight , , *Risk, Uncertainty, and Profit* ,(Boston and new York MA: Hart, Schaffner and Marx; Houghton Mifflin company, 1921);
9. Nadide Sevil Tülücea , Asuman Koç Yurtku, Term of Strategic Entrepreneurship and Schumpeter's Creative Destruction Theory, 11th International Strategic Management Conference, July 23-25 2015, International Strategic Management and Managers' Association Gebze Technical University, Istanbul Technical University, and Yıldız Technical University, Vienna, Austria;
10. Course hero, The Role of Entrepreneurship in SMEs - MGT601 SME..., https://www.coursehero.com/file/22275988/The-Role-of-Entrepreneurship-in-SMEs/;
11. Startup India, Indian Startup Ecosystem, https://www.startupindia.gov.in/content/sih/en/international ;
12. Kenji, Kushida, Innovation and Entrepreneurship in Japan: Why Japan (Still) Matters for Global Competition, Stanford University, japan,2017;
13. J-startup, start-ups start-up company, https://www.j-startup.go.jp/en/startups/
14. Start-up canada, WHY WORK AT STARTUP CANADA?, retrieved from: https://www.startupcan.ca/careers/ ;
15. العين الإخبارية(2019)، 20 ألف شركة ناشئة جديدة في الصين يوميا ، https://al-ain.com/article/20-thousand :

16. Disfold(2020). Top 30 best-funded US startups 2020, https://disfold.com/top-us-startups/;
17. Start-up usa(2018),what does it take to follow your dream, http://www.startup-usa.com/;
18. startupbritain.org. About StartUp Britain, http://startupbritain.org/about/ ;
19. Greg , Becker.(2019),Startups enter 2019 with confidence, Silicon Valley Bank (SVB), china.uk.usa.canada;
20. Opennaukri.(2018), History of WhatsApp – A Story of Success,https://www.opennaukri.com/history-whatsapp-story-success/ ;
21. Hariharan(2018), Amazon Success story, https://peakfetchers.com/amazon-success-story/;
22. الاتحاد،(2019)، 10 عوامل جعلت الإمارات أكبر مركز للشركات الناشئة في الشرق الأوسط، https://www.alittihad.ae/article/62970/2019/؛
23. Startupbahrain. Why Bahrain?, https://startupbahrain.com/why-bahrain/ ;
24. Startup Colors (2019). 10 Facts about the Startup Hub: Saudi Arabia, https://www.startupcolors.com/10-facts-about-the-startup-hub-saudi-arabia/;
25. أحمد نجدت(2019)، السعودية.. مملكة الشركات الناشئة، https://www.skynewsarabia.com/business/؛
26. Startup J(2018),about startup Jordan, https://www.startupsjo.com/about-us;
27. Startup maroc(2020), StartUp AFRICA SUMMIT 2020, https://www.startupmaroc.org/blog/startup;
28. وكالة الأنباء الجزائرية (2020)، وضع خارطة طريق لدعم و تمويل المؤسسات الناشئة بالجزائر، http://www.aps.dz/ar/economie/83236-2020-02-04-11-57-36؛
29. أحمد بن جلول(2020) ،المؤسسات الناشئة في الجزائر، https://www.youtube.com/watch?v=N-gmanVEIgI ؛
30. فريق لافيريست(2018)، قصة نجاح واد كنيس بالجزائر، https://lafirist.com/ouedkniss/ ؛
31. رائد فنتشرز(2017)،فتشر، http://raed.vc/ar/portfolio/fetchr-ar/؛

دور الابداع والابتكار في دعم المؤسسات الناشئة الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المستدامة

The role of creativity and innovation in supporting emerging small and medium enterprises to achieve sustainable development

الاستاذ الدكتور: محمد عجيلة [1]، الدكتورة: حنان عجيلة [2]

[1] جامعة غارداية ، adjila_78@yahoo.fr [2] جامعة غارداية ، hanaeadjila@yahoo.fr

ملخص:

في الحقيقة أن المؤسسات الناشئة(اليافعة) والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تؤدي دوراً هاماً سواء في الدول المتقدمة أوالمتخلفة على حد السواء تعتبر قاطرة للتنمية ،و بصفتها تساهم في النمو للاقتصاديات الدول وتخلق فرصاً للعمل. ولذا، فإن الإبداع والابتكار مسألة حاسمة في قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة على تجاوز هذه التحديات وخصوصا المؤسسات الناشئة (اليافعة). وفي هذا الجو الجديد، تكون القدرة التنافسية لأي مصنع مرهونة بقدرته المستمرة على تحسين وتعديل منتجاته وأساليبه ونمط عمله، وعلى التكيّف مع ظروف السوق المتغيرة على الدوام. وهذا يتطلب قدراً كبيراً من روح المبادرة، كما يتطلب إبداعاً ومرونة، وايضا للمشروعات الصغيرة والمتوسطة المؤسسات الناشئة أن تملك القدرة على المنافسة في ظل هذه الظروف الراهنة

الكلمات المفتاحية: مؤسسات ناشئة،م ص م،ابداع وابتكار، تنمية

Abstract:

In fact, emerging (adolescent) and small and medium-sized enterprises play an important role, whether in developed or underdeveloped countries alike, they are a locomotive for development, and as they contribute to the growth of state economies and create job opportunities. Therefore, creativity and innovation are crucial to the ability of SMEs to overcome these challenges, especially the emerging (young) institutions. In this new atmosphere, the competitiveness of any plant is subject to its continued ability to improve and adjust its products, methods and business style, and to adapt to the ever-changing market conditions. This requires a great deal of entrepreneurship, as it requires creativity and flexibility, and also for small and medium enterprises emerging institutions to have the ability to compete in these current circumstances.
Key words: startups, AM, creativity and development

المرسل: الاستاذ الدكتور: محمد عجيلة ، الإيميل: adjila_78@yahoo.fr

1. مقدمة:

على اعتبار أن المؤسسات الناشئة(اليافعة) والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تؤدي دوراً هاماً سواء في الدول المتقدمة أوالنامية ، بصفتها تساهم في النمو الاقتصادي الوطني وتخلق فرصاً للعمل. لذلك، فإن الدول المتقدمة الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، سنّت تشريعات تستهدف تمكين المشروعات الصغيرة والمتوسطة من الوصول إلى الاعتمادات، والدعم الفني، والحوافز الضريبية، والأسواق. لكن في معظم الدول النامية، لا تحظى هذه المشروعات إلا بدعم محدود من الحكومة، غير أنها تنجح في الاستمرار والنمو، بفضل قدرتها على التجديد والتوصل إلى طرائق مبتكرة في الإنتاج والتسويق. فالمشروعات الصغيرة والمتوسطة، تميل بحكم طبيعتها، إلى الابتكار. وكما يقول جوزف شومبيتر، فإن الابتكار وروح الإبداع عامل أساسي من عوامل الإنتاج، شأنه في ذلك شأن رأس المال واليد العاملة والريع.

ولذا، فإن الإبداع والابتكار مسألة حاسمة في قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة على تجاوز هذه التحديات وخصوصا المؤسسات الناشئة (اليافعة). وفي هذا الجو الجديد، تكون القدرة التنافسية لأي مصنع مرهونة بقدرته المستمرة على تحسين وتعديل منتجاته وأساليبه ونمط عمله، وعلى التكيّف مع ظروف السوق المتغيرة على الدوام. وهذا يتطلب قدراً كبيراً من روح المبادرة، كما يتطلب إبداعاً ومرونة. هذه هي السمات والملامح الجديدة للتجارة والأعمال، وهي ليست مفيدة وحسب، بل أصبحت أساسية لا غنى عنها، في هذه الحقبة من تاريخ التجارة، التي يسمونها "ثورة الإبداع."

إذا أريد للمشروعات الصغيرة والمتوسطة المؤسسات الناشئة أن تملك القدرة على المنافسة في ظل هذه الظروف الإقليمية والدولية الجديدة، فلا بد لها أن تحسن منتجاتها، وأن تعزّز أداءها بمختلف الوسائل. وعليها أن تتحلّى بالابتكار في إيجاد السبل والأدوات التي تساعدها على التعامل مع هذا التغيير، وأن تتبين الفرص وتستغلها، وتخلق الأسواق الجديدة وتطورها، وأن تتكيف مع التكنولوجيات الجديدة وتطبيقاتها.

I- الابداع والابتكار:

1- مفهوم الإبداع

تعد كلمات إبداع و إبتكار و نحوهما، مترادفات لمعنى يمثل إثبات شيء جديد غير مألوف، أو حتى النظر للأشياء بطرق جديدة، و يعرف الإبداع في اللغة كما جاء في(لسان العرب)، من بدع

الشيء و هو أنشأه، و جاء في (المعجم الوسيط) : بدعه بدعا أي أنشأه على مثال سابق، و عرفه (القاموس العصري الحديث) بأنه : الإيجاد أو التكوين أو الإبتكار (القاموس، صفحة 20)، أما التعريف الموضوعي فقد اختلف المفكرون حول تحديد ماهية الإبداع، حيث لا يوجد اتفاق واضح و محدد لأسباب تتعلق بتعقد الظاهرة نفسها أو بتعدد اتجاهات المفكرين، حيث ينظر كل واحد منهم من زاوية معينة توافق تخصصه أو ميوله. فمنهم من ينظر إليه على أنه منتج، ومنهم من ينظر إليه على أنه عملية،ومنهم من ينظر إليه على أساس السمات والخصائص التي تميز المبدعين، و لذلك سنتناول بعض التعاريف و هي :

الإبداع هو القدرة على تكوين وإنشاء شيء جديد ، أو دمج الآراء القديمة أو الجديدة في صورة جديدة ، أو استعمال الخيال لتطوير وتكييف الآراء حتى تشبع الحاجيات بطريقة جديدة ، أو عمل شيء جديد ملموس أو غير ملموس (طارق محمد السويدان، محمد الأكرم العدلوني، صفحة 18) .

الإبداع عبارة عن الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية، التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة من الفرد والجماعة، والإبداع بمعناه الواسع يعني إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج .... (طارق محمد السويدان، محمد الأكرم العدلوني، صفحة 18) .

- الإبداع هو استحداث فكرة أو نظرية أو إفتراض علمي جديد أو إختراع جديد أو أسلوب جديد لإدارة منظمه (سعيد يس عامر، صفحة 598).

ويمكن تعريف الإبداع بأنه أفكار تتصف بأنها جديدة ومفيدة ومتصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع أو إعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة (حسن رعد الصرن، صفحة 28).

و بناءا على هذا نعرف الإبداع بأنه الإتيان بفكرة أو مجموعة أفكار جديدة وغير مألوفة عند الغير، تشكل تحسينا وتطويرا على النمط الموجود . (عجيلة محمد، صفحة 23)

وبصفة عامة فإن تعريف الإبداع يختلف بإختلاف الجوانب والمداخل التي يهتمون بها والأهداف التي يريدون تحقيقها، وتنقسم هذه الجوانب إلى أربعة أنواع رئيسية وهي (سعيد يس عامر، صفحة 599/598):

– التركيز على العملية الإبداعية نفسها (آلية الإبداع): أي المراحل التي تمر بها عملية الإبداع وفي هذا المجال بأنه "عملية ينتج عنها عمل جديد يرضي الجماعة وتقبله أنه مفيد"

- التركيز على الناتج الإبداعي (الإنتاج الإبداعي): أي مقدار الإنتاجية التي تحققها – أو تنتج عن عملية الإبداع - وفي هذا المجال يعرف بأنه " يسعى لتحقيق إنتاج يتميز بالجدة والملائمة وإمكانية التطوير" وبالتالي يركز على الإنتاج الإبداعي وحل المشكلات وتبني التغيير

- الصفات الشخصية للمبدعين: كالفضول والبحث ووضوح الرؤيا والقدرة على تفهم المشكلات ونجد صفات الإبداع بالخصائص النفسية المتمثلة بالمخاطرة والإستقلالية والمثابرة والإنفتاح على الخبرة الداخلية والخارجية

- الإمكانيات الإبداعية عند الأفراد (القيم الإبداعية): كالاستقلال والصدق والبحث عن الحقيقة، والحاجة إلى الإنجاز. ونجد أيضا من يركز على الإمكانية الإبداعية والاستعدادات النفسية الكامنة للإبداع كما تكشف عنها الاختبارات النفسية، ويعرف الإبداع على أساسها على أنه الاستعداد الكامن للتفوق أو التميز كما يراها

2- مفهوم الإبتكار

لا شك في أن التطور والسمة الأبرز في حياة الفرد والمؤسسات. فلقد تراكم هذا التطور منذ ذلك الظهور الأول بمعدلات متباينة بفعل القدرة العقلية العظيمة التي يتميز بها الإنسان على كل الكائنات الأخرى التي تشاركه هذه الأرض, في كونه قادرا على أن يطور ويبتكر الأشياء الجديدة.

وضعت تعريفات للإبتكار للباحث أكرم رضا, و نلخصها في الآتي : (أكرم رضا، صفحة 34/33)

- الإبتكار كأسلوب من أساليب الحياة :

يشار إلى الإبتكار هنا على أنه يشمل جميع جوانب حياة الفرد، بحيث يصبح الإبتكار دالا على نوع أو أسلوب معين في الحياة . الإبتكار هنا هو القوة التي تدفع إلى الإكتمال.

وهناك نوع من الإبتكار.

أ- إبتكار الموهبة: وهو يعتمد على قدرات خاصة تطهر ثمراتها على شكل أعمال عظيمة.

ب- إبتكار تحقيق الذات: والذي يعتبر عن القدرة على التعبير عن الأفكار دون خوف من سخرية الآخرين وبصورة مستمرة، ويكاد يكون هذا النوع من الإبتكار مرادفا للصحة النفسية السليمة، حيث يصبح صفة مميزة للإنسان المتكامل.

- الإبتكار كناتج جديد:

إن العملية الإبتكارية هي التي ينشأ عنها ناتج جديد نتيجة لما يحدث من تفاعل بين الفرد بأسلوبه المتميز وما يواجهه في بيئته.

- الإبتكار كعملية عقلية:

إن الإبتكار هو العملية التي تتضمن الإحساس بالمشكلات والثغرات في مجال ما، ثم تجديد بعض الأفكار ووضع الفروض التي تعالج هذه المشكلات، وإختيار مدى صحة أو خطأ هذه الفروض، وتوصيل النتائج إلى الآخرين.

3- الفرق بين الإبداع و الإبتكار : Creativity and Innovation

تطرق الباحثون والدارسون لمفهوم الإبداع (**Creativity**) من زوايا مختلفة تبعا لتباين فلسفة كل منهم ونظرته إلى الإبداع، وميز بعضهم بينه وبين مفهوم الإبتكار (**Innovation**).

إن الكثير منا تراه لا يفرق إحيانا بين الإبداع والإبتكار بل يرى أنهما كلمتان تدل على معنى واحد بل لا يجد أن هناك فرق يذكر بينهما والحقيقة أن هنالك فرق بين الإبداع والإبتكار. من حيث مناقشة مفهوم الإبداع والإبتكار نجد أن :

الإبتكار إنتاج الجديد لا يتصف بالجمال بدرجة كبيرة كما هو الحال في مجال العلوم المختلفة ففي هذه المجالات لا يهتم المبتكرون بالجمال بقدر فائدة المنتج.

بينما الإبداع يعني إيجاد الجديد شريطة أن يتصف هذا الجديد بالجمال كما هو الحال في الفنون التشكيلية .

نجد تلخيص بين الإبداع والإبتكار وأهم ما يميزه (بن مويزة مسعود، صفحة 9/55)في الجدول التالي:

الجدول رقم 1 : الفرق بين الإبداع و الإبتكار

البيان	الإبداع (Creativity)	الإبتكار (Innovation)
1- المحاولة	فردية	جماعية
2- العملية	متقطعة ، لحظية	مستمرة، طويلة
3- الأثر	غير قابل للقياس ، محتمل	قابل للقياس، مؤكد
4- التكوين	إستعمال و تعلم طرق التفكير	إستعمال الأدوات الإستراتيجية
5- نوع الإجتماعات	عصف الأفكار	تسيير المشاريع
6- نوع التفكير	تضارب الأفكار و تشبعها	تقارب الأفكار و الإجناع حولها
7- دور المشرف أو المسؤول	التوجه نحو التفكير	التوجه نحو التطبيق
8- أهميتها في المؤسسة	مصدر (**Resource**)	كفاءة (**Completence**)

ويمكن القول، كتلخيص لما جاء في الجدول السابق، أن الإبداع تصرف فردي أو شخصي مصدره عقل الفرد نفسه، أما الإبتكار هو عملية جماعية يتدخل فيها عدد من المتعاملين. وعلى إعتبار أن الأولى هي عملية إدراكية وعقلية، والثانية عملية تفاعلية .

II -اساسيات المؤسسات الناشئة (اليافعة):

1-دور المؤسسات الناشئة في المحيط والمجال الاقتصادي

المؤسسة الناشئة هي مؤسسة صغيرة الحجم، وهي تتميز بكونها سهلة الانشاء و لا تتطلب تمويلا ضخما، ويمكن للشباب أن يتوصل لانشاء هذا النوع من المؤسسات ، بمعنى أن الشباب المتخرج و الحاصل على شهادات يمكن له تطوير مشاريعه و أفكاره و انشاء مؤسسة ناشئة عوض أن يشغل منصب عمل في مؤسسة ما، و يتطلب الأمر فقط دراسة متطلبات السوق وفق المشروع الذي يرغب انشاءه حتى يعرف مدى امكانية تجسيده و نجاحه . المؤسسة الريادية يمكن انشاءها من طرف ثلاثة اشخاص من حاملي شهادات ليسانس أو علوم تجارية و غيرها ، و ما يجب أن نعرفه فان في المؤسسة الريادية هي شراكة لثلاث أشخاص مع عمل كل فرد من هؤلاء الأشخاص في مجال تخصصه في هذه المؤسسة، مع القدرة على الوصول الى تحقيق القيمة المضافة، و ترجمة الفكر الى رصيد أعمال شريطة أن تكون الفكرة تتناسب مع متطلبات السوق. و الفرق بين المؤسسة الناشئة و المؤسسة العادية هو سهوللة الأدارة التي تتميز بها المؤسسة الناشئة، و بقدر ما يقل عدد الأفراد بقدر ما تكون ادارتها أسهل. ومن هنا تبرز أهمية دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، فاءذا اخذنا أمثلة كل من ايطاليا ، الولايات المتحدة و ألمانيا فان 100/80من الناتج القومي تدعمه المؤسسات المتوسطة و الصغيرة. (سوبرنوفا، 2019)

2- تقيم تطور المؤسسات الناشئة في الجزائر

في تطور المؤسسات الناشئة هناك نظرة ترتبط بالنظرة الثقافية المجتمعية، وهذا يجعل الشاب الجزائري الراغب في الاستثمار في هذا الميدان يخضع للتأثيرات المحيطة ، فنحن عندما نرى مؤسسة ناشئة لا نعيرها أهمية، فنجد مثلا الشباب حين يرغب في اجراء تربص فاءنه يختار و يفضل أكبر المؤسسات على مؤسسات صغيرة، والسبب هو اعتقادهم بأن المؤسسة الصغيرة أو الناشئة لا تملك شيئا تمنحه اياه أو تضيفه لهم، لكن الواقع هو عكس ذلك تماما فالطالب او المتربص يمكنه ان يتعلم الكثير من الاشياء في المؤسسات الناشئة بدل المؤسسات الكبيرة

المؤسسات الناشئة لا تتمتع بسمعة جيدة في الجزائر بسبب تلك النظرة المجتمعية و الثقافية الضيقة، فعادة يعتبرون بأن أصحابها يضيعون وقتهم أو يمارسون نشاطا ليس ذي قيمة، ولكن في الدول الأخرى فاءن نشاط هذه المؤسسات الناشئة هي من تخلق الثروات وتوفر سوق العملف سبيل المثال فإن ألف مؤسسة صغيرة بعائد 200أورو شهريا، هذا يعطي رقما هائلا في رصيد الأعمال و مجال التوظيف، لأن 100ألف مؤسسة صغيرة تساوي يديرها شخصين او ثلاثة تساوي 000 300منصب شغل. (سوبرنوفا، 2019)

3- دعم أصحاب المشاريع الناشئة(اليافعة) بهدف: (الرؤيا و الرسالة، 2019)

- تعزيز فرص نجاحهم وتحسين معدلات البقاء والإستدامة والنمو للمشاريع الناشئة عن طريق التوسع في برامج وخدمات الإرشاد والإحتضان والتدريب والإستشارات من خلال برامج متخصصة لبناء المعرفة التنفيذية والمهارات اللازمة لدى أصحاب هذه المشاريع، وتطوير قدراتهم في هذه المرحلة بما في ذلك المعرفة المالية والتسويق والتخطيط الإستراتيجي.
- زيادة المشاريع اليافعة التي تشغّل أكثر من خمسة عاملين بعد مرور سنتين على تأسيسها.
- ضمان حصول المشاريع اليافعة على التمويل اللازم لتطوير أعمالها، بما في ذلك إدماج التكنولوجيا الحديثة والأدوات المحفزة للنمو، وتوظيف تكنولوجيا المعلومات.

III - ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

اختلاف الاتجاهات الاقتصادية و العوامل الخاصة بكل دولة صعب من عملية إيجاد تعريف شامل وموحد للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و ذلك رغم محاولة العديد من الباحثين و الهيئات و المنظمات الدولية وتعود الصعوبة إلى اختلاف النقاط الفاصلة و المميزة بين هذه المؤسسات و المؤسسات الكبيرة والحرفية.

1- صعوبات و معايير تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

ليس من السهل إيجاد تعريف شامل و دقيق حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لما يواجهه من صعوبات تكمن في تحديد المستويات الدنيا و القصوى في حجم العمال، رقم الأعمال، حجم الاستثمارات... الخ ، التي من خلالها ينتقل الوصف من صفة الصغر إلى صفة الكبر.

أولا – صعوبات تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة :

محاولة تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تصطدم بجملة من الصعوبات تتعلق بتركيبة قوى الإنتاج النشاط الصناعي، معايير التصنيف و درجة النمو (صفوت عبد السلام عوض الله، صفحة 12/11)

1 – الفارق بين تركيبة قوى الإنتاج المميزة للاقتصاد العالمي :

ما يعتبر كبناء اقتصادي قوي بالنسبة لدولة إفريقية يمكن أن يعتبر كبناء ضعيف بالنسبة لليابان و انطلاقا من هذا فإنه يصعب إيجاد تعريف موحد لكل الدول، و ذلك باختلاف موقعها ودرجة التطور الاقتصادي والتكنولوجي و السياسي، و بالنسبة للدولة الواحدة فإن هذه الشروط تتغير من منطقة إلى أخرى حسب تطورها الاقتصادي و الاجتماعي .

2 – **اختلاف النشاط الصناعي** : هذا القيد ناتج عن اختلاف النشاط الصناعي فالوحدة الصناعية المتكونة مثلا من 500 عامل تعتبر كمؤسسة كبيرة في قطاع الصناعات النسيجية، و توصف بالصغيرة بالنسبة لصناعة السيارات أو الصناعات الحديثة، إذن فنوع الصناعة يؤثر على تحديد حجم المؤسسة .

كما أن طبيعة النشاط الاقتصادي تلعب دورا هاما في اختلاف معايير التصنيف، و عليه يمكن اعتبار المؤسسات الصناعية الصغيرة و المتوسطة كبيرة في قطاع التجارة بحكم استثمارها و عدد عمالها و تنظيمها بينما تعتبر صغيرة في قطاع الصناعة .

3- **تعدد معايير التصنيف** : تحديد تعريف شامل و دقيق للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، يعتمد على مختلف المعايير و المؤشرات، و تنقسم إلى معايير كمية و معايير نوعية.

تكمن الصعوبة في كيفية اختيار هذه المعايير فبعض الدول تعتمد على عدد العمال، رقم الأعمال و رأس المال كالأرجنتين، و على عدد العمال و رأس المال كفرنسا، و على عدد العمال ورقم الأعمال كالولايات المتحدة الأمريكية، بل يصل الاختلاف إلى المعيار نفسه كعدد العمال مثلا (أقل من 300 باليابان أقل من 250 بـ **USA**، أقل من 500 بفرنسا، أقل من 350 بفنلندا)، مما يفرز تعاريف مختلفة و عديدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

4 – **اختلاف درجة النمو** : ينقسم العالم إلى قسمين : يضم الأول البلدان الصناعية المتقدمة، و الثاني البلدان النامية، و يرجع ذلك إلى التباين في درجة النمو و التطور التكنولوجي المستعمل في كل دولة. و تختلف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من بلد إلى آخر، بحيث أن المؤسسة الصغيرة في أي بلد مصنع ذات درجة نمو عالية في مختلف الميادين كاليابان، بريطانيا، الولايات

المتحدة الأمريكية، تعتبر كبيرة بالنسبة لدول العالم الثالث أو البلدان النامية ذات درجة نمو ضعيفة كالجزائر أو ليبيا، و هذا ما يفسر غياب تعريف موحد في جميع الدول .

ورغم كل ما سبق تم إنجاز العديد من الدراسات و الأبحاث لمحاولة إيجاد تعريف دقيق و شامل للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و ذلك بالاعتماد على مجموعة من المعايير الكمية والنوعية.

ثانيا – معايير تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة :

لتذليل الصعوبة التي واجهت تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة اعتمد الباحثون على مجموعتين من المعايير في الحكم على نوعية المؤسسة و هما :المعايير الكمية و المعايير النوعية .

1- المعايير الكمية : تم الاعتماد على مجموعتين من المعايير الكمية لتحديد صغر أو كبر المؤسسة و تتمثل في :(Commission internationale d'histoire, p. 50)

أ. المجموعة الأولى : و تضم مجموعة من المؤشرات التقنية و الاقتصادية، نجد من بينها كل من : عدد العمال، حجم الإنتاج، القيمة المضافة، التركيب العضوي لرأس المال وحجم الطاقة المستعملة .

ب. المجموعة الثانية : و تضم جملة من المؤشرات النقدية نذكر منها : رأس المال المستثمر، رقم الأعمال .

2- المعايير النوعية : (شهرزاد زغيب و ليلى عيساوي)هي مجموعة من المؤشرات التي تم تحديدها لتعبر عن صفات أو خصائص معينة، متى ما توفرت اعتبرت المؤسسة صغيرة و متوسطة أو كبيرة و ليس من الضروري توفرها جميعا، ولكن من المهم توفر بعضها .

أ. **معيار المسؤولية** : من حيث مدى تنوعها أو تحديدها فالمسؤولية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مباشرة و نهائية للمالك، بحيث هو صاحب القرارات داخل المؤسسة له دور في التأثير على طبيعة التنظيم و أسلوب الإدارة، يجمع بين عدة وظائف في آن واحد.

ب. **معيار الملكية** : ملكية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعود في مجملها إلى القطاع الخاص في شكل شركات (أشخاص أو أموال)، حيث أن النسبة الكبيرة منها عبارة عن مشروعات فردية وعائلية.

ج. **معيار السوق** : إذا لم تستطع المؤسسة زيادة تصريف منتوجاتها مهما فعلت فالأفضل أن يبقى حجم المؤسسة في حدود السوق و غالبا ما تتميز المؤسسات التي

لها أسواق صغيرة بالحجم الصغير والتي لها أسواق كبيرة بالحجم الكبير، و عموما نجد أن حجم المؤسسة يتوقف على طبيعة الطلب، فإذا كان كبيرا و ثابتا و يتوقع أن يرتفع في المستقبل أو ينخفض فإن حجم المؤسسة له ما يبرره .

د. **معيار طبيعة الصناعة** : يتوقف حجم المؤسسة على استخدام الآلات في الإنتاج فنجد بعض الصناعات تحتاج في سبيل إنتاج سلعها إلى وحدات كبيرة نسبيا من العمل ووحدات صغيرة نسبيا من رأس المال، كما هو الحال في الصناعات الخفيفة، وهذا عكس ما يحدث في الصناعات الثقيلة تماما .

هـ. **معيار درجة الاستقلالية المالية** : لنسبة الاستقلال المالي أثر في تحديد حجم المؤسسة ، فالمؤسسة المستقلة هي مؤسسة لا تكون نسبة 25% أو أكثر من رأسمالها أو حقوق الانتخاب في حوزة مؤسسة أخرى أو مشتركة بين عدة مؤسسات لا تتطابق في حد ذاتها مع التعريف الخاص بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، فالفروع التي تتكون من أقل من 500 عامل للمؤسسات الكبيرة لا تؤخذ بعين الاعتبار.

2- **تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى المشرع الجزائري :**

الجزائر على غرار بقية الدول لم تدرج تعريفا دقيقا في كتاباتها الاقتصادية لهذه المؤسسات على أساس أنه تتحكم فيها عدة معايير كما سبق ذكره ،غير أن هذا لم يمنع و جود محاولات لإيجاد تعريف لها تتمثل في :

أ- المحاولة الأولى : ظهرت أول محاولة لتعريف هذه المؤسسات عند وضع التقرير الخاص ببرنامج التنمية 13(المخطط الرباعي 1974-1977) لوزارة الصناعة و الطاقة، حيث يرى أن الـ (م.ص.م) هي كل وحدة إنتاجية :

- مستقلة قانونيا و تشغل أقل من 500 عامل.
- تحقق رقم أعمال سنوي أقل من 15 مليون دينار جزائري، و يتطلب إنشاؤها استثمارات أقل من 10 مليون دينار جزائري .

ب-المحاولة الثانية (Ministère de l' industrie et de l' énergie, p. 14): في إطار الملتقى الوطني الأول حول (م.ص.م) الذي انعقد في أفريل 1983 بالجزائر طرحت المؤسسة الوطنية للهندسة و تنمية الصناعات الخفيفة – **EDIL** – تعريفا يرتكز على معيارين كميين هما: اليد العاملة و رقم الأعمال ، حيث تعرف (م.ص.م) بأنها تلك التي تتوفر فيها المواصفات التالية:

- تشغل أقل من 200 عامل.

- تحقق رقم أعمال أقل من 10 مليون دينار جزائري .

ج – التعريف المعتمد في الاقتصاد الجزائري :

لمواكبة التطورات الاقتصادية اعتمدت الجزائر في تعريفها للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة على التعريف الذي حدده الاتحاد الأوروبي في أفريل 1996، خاصة في ظل انضمام الجزائر إلى المشروع الأورو متوسطي وكذا توقيعها على " الميثاق العالمي حول المؤسسة الصغيرة و المتوسطة " في جوان 2000 ببولونيا، حيث تبنى القانون الجزائري نفس التعريف و المتمثل في : تعرف المؤسسة الصغيرة و المتوسطة مهما كان وضعها القانوني بأنها كل مؤسسة إنتاج للسلع و الخدمات تشغل من 1 إلى 250 شخص، و لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دينار أو لا يتعدى إجمالي حصيلتها السنوية 500 مليون دينار جزائري، و هي تستوفي معايير الاستقلالية بحيث لا يمتلك رأسمالها أو حقوق التصويت فيها بمقدار 25% فما فوق من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (EDIL، Avril 1983)

و يمكن تلخيص تعريف المشرع الجزائري لـ (م.ص.م) في الجدول التالي:

الجدول رقم (2) : تقسيم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب المشرع الجزائري

الصنف	عدد الأجراء	رقم الأعمال	مجموع الميزانية السنوية
مؤسسة مصغرة Micro-entreprise	1 – 9	< 20 مليون دج	< 10 مليون دج
مؤسسة صغيرة Petite-entreprise	10 - 49	< 200 مليون دج	< 100 مليون دج
مؤسسة متوسطة Moyenne-entreprise	50 - 250	200 مليون – 2 مليار دج	100 – 500 مليون دج

المصدر : القانون 18/01 المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،الجريدة الرسمية رقم77،المنشورة في 15 ديسمبر 2001.

3- الخصائص و الأهداف العامة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

تتمتع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بجملة من الخصائص تميزها عن المؤسسات الكبرى، وتجعلها قادرة على المنافسة، و تؤهلها لتحقيق الأهداف المرجوة من إنشائها .

أولا – الخصائص العامة : نذكر منها (القانون رقم 01-18،)

1 – محدودية الانتشار الجغرافي : غالبا ما تتواجد الـ (م.ص.م) على نطاق محلي أو جهوي، و ذلك على عكس المؤسسات الكبيرة التي تمتلك فروع على المستوى الوطني أو الدولي، وتعود محدودية الانتشار الجغرافي إلى انخفاض مستوى استثماراتها .

2 – قلة التدرج الوظيفي : تتميز هذه المؤسسات بقلة التدرج الوظيفي الذي يعكسه الهيكل التنظيمي البسيط – نسبيا – و يعتمد على مستوى إشراف محدود (صاحب المشروع، مسؤولين مباشرين) وذلك اعتبارا لعدد عمالها، مما يساعد على سهولة و تمركز القرار بيد أصحابها، و يؤدي إلى معالجة المشاكل و استقرار اليد العاملة و يتجه الهيكل التنظيمي إلى التعقيد كلما اتجهنا نحو المؤسسات المتوسطة .

3 – الضآلة النسبية لرأس المال : تعد قيمة رأس المال المستثمر في الـ(م.ص.م) (أقل من 500 مليون دج) ضئيلة بالمقارنة مع المؤسسات الكبيرة مما يسهل عملية التمويل خصوصا إذا كان المستحدثون يمتلكون نصيبا من رأس المال ، بصورته العينية أو النقدية و ذلك ما يخفف الأعباء المالية على البنوك و الهيئات التمويلية الأخرى سيما في ظل الأوضاع المالية التي تشهدها بلادنا .

4 – صغر الحجم و قلة التخصص في العمل : هذه الخاصية تساعد على المرونة و التكيف مع الأوضاع الاقتصادية المحلية و الوطنية و حتى الدولية في ظل العولمة و انفتاح الأسواق، و تؤدي إلى سرعة الاستجابة لحاجيات السوق كتغيير درجة و مستوى النشاط أو طبيعته فيكون أقل كلفة بكثير منه في المؤسسات الأكبر حجما، بالإضافة إلى الاستجابة للخصوصيات المحلية أو الجهوية تبعا لدرجة وفرة عناصر الإنتاج و مستوى الهياكل القاعدية .

5 – نظام معلوماتي بسيط : يتميز نظام المعلومات بسرعة الإعلام و سهولة انتشار المعلومة فيها وبملاءمته لنظام القرار البسيط و الذي يعتمد على الخبرة و التقدير الشخصيين، واستراتيجية رد الفعل أكثر من اعتماده على استراتيجيات مدروسة و مخططة مسبقا.

6 – مستوى متدني أو متوسط للتقنية و الكفاءات البشرية : تستخدم هذه المؤسسات التكنولوجيا الأقل تعقيدا و كلفة، نظرا لتخصصها في عدد محدود من عمليات التصنيع ولسهولة تدريب العاملين على استخدامها والتقليل من نفقات التعطيل و الصيانة و لتعويض هذا النقص تلجأ إلى تشجيع روح الإبداع والابتكار لتحسين الجودة و الوصول إلى التنافسية .

7 – كثافة العمل : كونها وسيلة من وسائل خلق العمالة باعتبارها تعتمد على الكثافة العمالية في الإنتاج أكثر مما تعتمد على الكثافة الرأسمالية، و هي فرصة للدولة النامية التي تشكو في الغالب من ارتفاع معدلات البطالة بها مع ما ينجر عن ذلك من ضعف و تراجع في الطلب .

ثانيا – الأهداف العامة :

الدافع إلى الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة هو تحقيق جملة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية نذكر منها : (محمد الهادي مباركي، صفحة 134/133)

1 – إعادة إدماج المسرحين : تعرض مؤسسات القطاع العام للإفلاس و طرح العديد منها للخوصصة أدى إلى تسريح أعداد متزايدة من العاملين كنتيجة لبرنامج إعادة الهيكلة، و هنا يظهر الهدف من تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في امتصاص جزء من هذه الشريحة العمالية، فقد أدت عمليات التقليص سواء بالإحالة على البطالة أو على التقاعد إلى خسارة 212960 منصب عمل للفترة 1994-1998.

2 – استعادة حلقات الإنتاج غير المربحة : تقوم المؤسسات الكبيرة بالتخلي عن كل حلقات الإنتاج غير المربحة و غير الهامة، و ذلك لتركيز طاقتها على النشاط الأصلي مما يشجع على إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاستعادة تلك الحلقات بما يعرف بالمقاولة من الباطن **sous) (traitance**، وقد بينت دراسة أجريت على مؤسسة عمومية اقتصادية في قطاع الإنجاز والأشغال الكبرى أنه يمكن عن طريق التخلي والاستعادة إنشاء 15 مؤسسة صغيرة.

3 – توطين الأنشطة في المناطق النائية : تعتبر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كوسيلة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية، مما يجعلها أداة هامة لترقية و تثمين الثروة المحلية، و إحدى وسائل الاندماج والتكامل بين المناطق، طالما أن هذه المؤسسات يمكن إنشاؤها في المناطق الصناعية ، الريفية المدن وكذا المجتمعات العمرانية الجديدة.

4 – تنشيط الصناعات التقليدية : تهدف هذه المؤسسات إلى استحداث و إحياء و تنشيط الصناعات التقليدية أو أنشطة سلعية أو خدمية لم تكن موجودة من قبل بترقية روح المبادرة الفردية والجماعية .

5 – المساهمة في تحقيق التنمية و دعم الاستثمار: تهدف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى تدعيم الاستثمار من خلال مجموع المشاريع المقدمة بما يوفر مناصب العمل و يؤدي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، حيث ساهمت في الو.م.أ خلال الفترة (1987-1999) في خلق أكثر من 5.8 مليون منصب عمل .

كما تظهر جملة من الأهداف الأخرى نذكر منها :

- تمكين فئات عديدة من المجتمع تمتلك الأفكار الاستثمارية الجيدة و لكنها لا تمتلك القدرة المالية و الإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية .
- تشكل إحدى مصادر الدخل بالنسبة لمستحدثيها و مستخدميهم، كما تشكل مصدرا إضافيا لتنمية العائد المالي للدولة .
- تشكل إحدى وسائل إدماج القطاع غير المنظم و العائلي .

ثالثا- مفهوم التنمية المستدامة وعناصرها:

يقصد بالتنمية المستدامة هي التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها ... إنها عملية تغيير حيث يجري استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات ، وتكييف التنمية التقنية والتطوير المؤسسي بتناسق يعزز الإمكانيات الحاضرة والمستقبلية في تلبية احتياجات البشر وتطلعاتهم (أسامة الخولي، صفحة 52/51)

ويندرج تحت هذا التعريف الموجز عدد من القضايا الهامة :

· إن التنمية المطلوبة لا تسعى لتقدم بشري موصول في أماكن قليلة ولسنوات معدودات ، بل للبشرية جمعاء وعلى امتداد المستقبل البعيد .

· أن هذه التنمية هي تنمية تفي باحتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على توفير احتياجاتها .

· أن مستويات المعيشة التي تتجاوز الحد الأدنى الأساسي من الاحتياجات لا يمكن إدامتها إلا عندما تراعى مستويات الاستهلاك في كل مكان متطلبات الاستدامة على المدى البعيد .

· أن الاحتياجات كما يتصورها الناس تتحدد اجتماعيا وثقافيا ، ومن ثم فإن التنمية المستدامة تتطلب انتشار القيم التي تشجع مستويات الاستهلاك التي لا تتخطى حدود الممكن بيئيا .

إذن فإن التنمية المستدامة هي تعبير عن التنمية التي تتصف بالاستقرار وتمتلك عوامل الاستمرار والتواصل ، وهي ليست واحدة من تلك الأنماط التنموية التي درج العلماء على إبرازها ، مثل التنمية الاقتصادية ، أو التنمية الاجتماعية،أو الثقافية ، بل هي تشمل هذه الأنماط

كافة ، فهي تنمية تنهض بالأرض ومواردها ، وتنهض بالموارد البشرية وتقوم بها ، فهي تنمية تأخذ بنظر الاعتبار البعد الزمني وحق الأجيال القادمة في التمتع بالموارد الأرضية .

وتتألف التنمية المستدامة من ثلاث عناصر رئيسية هي النمو الاقتصادي والعدالة الاجتماعية وحماية البيئة (نوزاد عبد الرحمن الهيتي، نوفمبر2005):

أ- **العنصر الاقتصادي**: ويستند إلى المبدأ الذي يقضي بزيادة رفاه المجتمع إلى أقصى حد والقضاء على الفقر من خلال استغلال الموارد الطبيعية على النمو الأمثل وبكفاءة . ويشير مفهوم " الاحتياجات " الأساسية لفقراء العالم الذين ينبغي إيفاؤهم الأولوية الأولى .

ب- **العنصر الاجتماعي** ، ويشير إلى العلاقة بين الطبيعة والبشر ، وإلى النهوض برفاه الناس ، وتحسين سبل الحصول على الخدمات الصحية والتعليمية الأساسية ، والوفاء بالحد الأدنى من معايير الأمن ، واحترام حقوق الإنسان . كما يشير إلى تنمية الثقافات المختلفة، والتنوع، والتعددية، والمشاركة الفعلية للقواعد الشعبية في ضع القرار.

ج- **العنصر البيئي**: ويتعلق بالحفاظ على قاعدة الموارد المادية والبيولوجية وعلى النظم الايكولوجية والنهوض بها .

وقد اعتنقت العديد من الدول المتقدمة والنامية على السواء مفهوم التنمية المستدامة ، وتطور تصور هذا المفهوم مع مرور الزمن ، إذ أنه كان سابقاً يركز على البعد البيئي وأصبح حاليا يركز على التنمية المستدامة بوصفها عملية تشتمل على أهداف اقتصادية واجتماعية وبيئية.

وقد ركزت التعاريف الحديثة بصورة أوضح على ثلاث ركائز للاستدامة اقتصادية وبيئية واجتماعية . وهذه الركائز تبرز الحاجة إلى أن تؤخذ بالحسبان ليس الناحية البيئية للاستدامة ، أو حتى النواحي البيئية والاقتصادية لها ، بل أيضا نواحيها الاجتماعية . والتفكير بشان الاستدامة الاجتماعية ليس متقدما بعد مثل التفكير بالركيزتين الأخيرتين .

وغني عن البيان فإن تحقيق التنمية المستدامة يتطلب إتباع سياسات عميقة الأثر وإجراء إصلاحات مؤسسية وانخراط جميع القطاعات فيها على مستوياتها كافة ومسؤولية التنمية المستدامة ليست من مسئولية الحكومة أو قطاع واحد أو قطاعين من قطاعات المجتمع فحسب .

وخلاصة القول فالتنمية المستدامة عملية تراكمية تتأسس على ما هو قائم ، وتحقيقها هو بمثابة عملية بقدر ما هو هدف محدد وهي ليست نشاطا من الأنشطة التي يترك أمر تحقيقها

للمدى الطويل بل هي كناية عن مجموعة من الأعمال القصيرة والمتوسطة والطويلة الأجل والأنشطة والممارسات التي تهدف إلى معالجة دواعي القلق الملحة وفي نفس الوقت التطرق للمسائل الطويلة الأجل .

وأيضا، فالتنمية الشاملة تسعى لتحقيق أهداف ونتائج في مختلف جوانب الحياة أهمها (ناجي عبد النور، 2010):

1- الأهداف الاقتصادية:

1 . زيادة إنتاجية العمل.

2 . تزايد الاعتماد على المدخرات المحلية كمصدر للاستثمار

3 . تنمية القدرة المحلية على توليد التكنولوجيا وتوطينها واستخدامها بالرغم من التوجه الحالي نحو عولمة الاقتصاد.

4 . محاربة الفقر وتراجع حدوده وحدته، وهذا يتم عن طريق تراجع التفاوت في توزيع الدخل والثروة في المجتمع.

2 - الأهداف الاجتماعية:

1 . تحسين مستويات التعليم والصحة والرفاهية عموماً لكافة المواطنين.

2 . زيادة الاهتمام بالطبقة المتوسطة، والطبقة العاملة

3 . زيادة نسبة الخبراء والفنيين والعلماء في القوى العاملة.

4 . تزايد مشاركة المرأة في النشاط الاقتصادي وفي مجالات الحياة العامة.

5 . تعميم قيم حب المعرفة وإتقان العمل.

6 . تنمية الثقافة الوطنية.

3- الأهداف السياسية:

توصف التنمية الناجحة بأنها تلك التي تؤدي إلى ظهور دولة قوية ومجتمع قوي، فيتمتع جهاز الدولة من ناحية بالاستقلال النسبي في صنع وتنفيذ سياساته في كافة المجالات، وذلك في مواجهة القوى الاجتماعية الداخلية والقوى الخارجية، وأن يحظى في نفس الوقت بالقبول من جانب أغلبية المواطنين فلا يعتمد على القهر أساساً لإنقاذ سياساته، والمجتمع القوي هو الذي يتمتع أفراده وجماعاته بقدر واسع من الحرية في القيام بأنشطتهم الخاصة والعامة، في إطار قواعد عامة عقلانية مقبولة منهم على نطاق واسع، وموضع احترام من جانب هذه الدولة.

وهكذا، فمن الناحية السياسية، يمكن القول بأن التنمية تعني تواجد الدولة التي تتمتع بالفعالية إلى جانب المجتمع المدني.

إذن هذه هي الأبعاد الثلاثة الرئيسة للتنمية الشاملة: البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد السياسي، وقد لا يكون البعد الاقتصادي هو أهمها، لكنه قد يكون أكثرها تحديداً وتأثيراً على الأبعاد الأخرى.

خاتمة:

في الحقيقة المؤسسة بمثابة الوسيلة الأساسية لخلق الثروة وخلق مناصب الشغل على اختلاف زمان ومكان تواجدها، فهي متمركزة في قلب التغيرات الاجتماعية، حيث تمنح المجتمع قدرات وكفاءات جديدة مما يعزز مكانتها بين الدول الأخرى.

إن ديناميكية تطور الهياكل الاقتصادية والاجتماعية لبلد ما تتحدد أساسا بالتفكير الابداعي والابتكاري التي تنعكس على مسيرة التحولات التي تقع في عالم المؤسسات، فهناك الآلاف من المؤسسات التي تنشأ كل يوم والآلاف تختفي، هذه الديناميكية تبرز الخصائص والمميزات الأساسية لتطور أي بلد بعيدا عن كل مظاهر الحياة الأخرى غير المرتبطة بهذه الحركية. فكلما كانت هذه الأخيرة نشيطة، كلما انعكس إيجابا على كل مستويات الحياة الاجتماعية والثقافية، والاقتصادية وغيرها.

بالمقابل يعد تفكير المقاولاتي القاعدة التي يمكن أن يقوم عليها كل نجاح اقتصادي واجتماعي، فالمؤسسات الكبرى هي في الأصل مؤسسات صغيرة ومتوسطة مؤسسات ناشئة (يافعة) استطاعت بطريقة ما أن تحقق نجاحا باهرا في أغلب الأحيان، وفي جميع اقتصاديات السوق، فالخصائص الجوهرية لهذه المؤسسات جعلت منها القطاع الذي يدفع الاقتصاد بقوة نحو مستويات عالية من الأداء الاجتماعي والتكنولوجي والاقتصادي والمالي، بما تتمتع به من مرونة وقلة حجم رأس المال الذي تتطلبه، وسعة نطاق منافذها الاستثمارية والإمكانات المتاحة وفرص التعلم والتمهين التي تقدمها، كل هذا جعلها دافع حقيقي للتنمية المستدامة في المجال الاقتصادي.

<u>الهوامش والاحالات:</u>

[1] - القاموس العصري الحديث، دار التوفيق والنشر، بيروت، لبنان،(1988) ،ص20

[2] - طارق محمد السويدان، محمد الأكرم العدلوني، **مبادئ الإبداع**، شركة الإبداع الخليجي للإستثمارات والترتيب، الصفات، الطبعة الثانية، الكويت، (2002)،ص18

[3] - نفس المرجع السابق ، ص18

[4] - سعيد يس عامر، **الإدارة وتحديات التغيير**، مركز **wide service** ، مصر (القاهرة). بدون طبعة ص598

5 - رعد حسن الصرن، **إدارة الإبداع والإبتكار الأسس التكنولوجية وطرائف التطبيق**، الجزء الأول، دار الرضا للنشر الطبعة الأولى، سلسلة الرضا للمعلومات، (2000)،ص28

[6] - عجيلة محمد ، **الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة المؤسسة الاقتصادية أنابيب الناقلة للغاز بولاية غارداية** ، مذكرة ماجستير (غير منشورة) كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2005/2004 ، ص 23

[7] - سعيد يس عامر، **مرجع سابق** ، ص ص598-599

[8] – أكرم رضا، **برنامج تدريب المدربين**، دار التوزيع والنشر الإسلامية، مصر (القاهرة)، الطبعة الأولى، (2003)،ص ص33-34

[9] – بن مويزة مسعود، **الإبداع التكنولوجي لتطوير القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الاغواط : (2005/2004)،ص55

[10] - سوبرنوفا، **الشركات الناشئة ستدعم التنمية الاقتصادية في الجزائر** 2019، **https://www.supernova-dz.net/**

[11] - نفس المرجع السابق

[12] - الرؤيا و الرسالة - **المؤسسة الاردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية2019**

ttp://www.jedco.gov.jo/Pages/viewpage.aspx?pageID=179

[13] - صفوت عبد السلام عوض الله، **اقتصاديات الصناعات الصغيرة ودورها في تحقيق التصنيع والتنمية**، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1993، ص ص:11-12.

[14] **Commission internationale d'histoire, petite entreprise et croissance industrielle dans le monde aux xix^{éme} et xx^{éme} siècles, tome 1,ed CNRS, 1981, p : 50**

[15]- شهرزاد زغيب و ليلى عيساوي، **المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر**، واقع و آفاق، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في التنمية، الأغواط، 8-9 أفريل 2002 .

[16] **- Ministère de l' industrie et de l' énergie, plan de développement de la PME 1974-1977, 1972, p : 14**

[17] **- EDIL, Activités engineering et développement de la PMI en Algérie, Séminaire national sur la PMI en Algérie, Avril 1983 .**

[18]- القانون رقم 01-18 المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن **القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة** ،الجريدة الرسمية رقم 77،المنشورة في 15ديسمبر2001.

[19]- محمد الهادي مباركي، **المؤسسة المصغرة : المفهوم و الدور المرتقب**، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر، العدد11 ،1999، ص ص : 133، 134

[20]- أسامة الخولي ، **البيئة والتنمية المستدامة** ، السجل العلمي لندوة البيئة والمتطلبات الاقتصادية والدولية ، أبو ظبي ، 2002 ، ص ص:51-52 .

[21]-نوزاد عبد الرحمن الهيتي، **التنمية المستدامة في المنطقة العربية الحالة الراهنة والتحديات المستقبلية**، مجلة الجندول، السنة الثالثة، العدد 25، نوفمبر2005.

[22]- ناجي عبد النور،**نحو تفعيل دورالإدارة المحلية(الحكم المحلي) الجزائرية لتحقيق التنمية الشاملة**، **http://djelfa.info/vb/#_edn1** 2010/03/20

واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في العالم العربي

– دراسة لتطور المؤسسات الناشئة في الإمارات العربية المتحدة وتونس–

The reality and prospects of start-ups in the Arab world - a study of the development of start-ups in the UAE and Tunisia-

بن فريحة نجاة[1]، أنساعد رضوان [2]

[1] جامعة حسيبة بن بوعلي، ben_nadjat@yahoo.com

[2] جامعة حسيبة بن علي، ensaad_redouane@yahoo.fr

ملخص:

أصبحت المؤسسات الناشئة في المنطقة العربية والعالم واحدة من أهم الركائز الاقتصادية، فالشركات أو المؤسسات الناشئة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أصبحت ترسم اليوم خارطة اقتصادية جديدة، خاصة مع تزايد طلب الشباب على هذا النوع من الشركات التي تعمل على أفكار جديدة واستثنائية وخاصة في ظل التطور التكنولوجي الكبير، مما دفع الدول إلى دعم هذه المؤسسات خاصة بعدما أصبحت تشكل قوة لا يستهان بها وهذا من خلال توفير التمويل المناسب والمحفز وكذا التشريع المنظم لعمل هذه المؤسسات.

الكلمات المفتاحية: مؤسسات ناشئة، خارطة اقتصادية، تطور تكنولوجي.

تصنيفات JEL: L2.، A1.، O3

Abstract :

Emerging institutions in the Arab region and the world have become one of the most important economic pillars, as emerging companies or institutions in the Middle East and North Africa are now drawing a new economic map, especially with the increasing demand of young people for this type of company that works on new and exceptional ideas, especially in light of technological development The Great, which prompted countries to support these institutions, especially after they have become a force to be reckoned with, through the provision of adequate and stimulating funding, as well as legislation organizing the work of these institutions.

Key words: emerging institutions, an economic map, technological development.

JelCodes:L2, A1, O3

المؤلف المرسل: أنساعد رضوان، **الإيميل:** ensaad_redouane@yahoo.fr

1.مقدمة:

جذبت المؤسسات الناشئة انتباه العديد من وراد الأعمال والشباب العربي، وهذا بإطلاق مشاريع وأعمال من شأنها المساهمة في النهوض بالاقتصاد والتنمية في العالم العربي، مما دفع الدول إلى الاهتمام بإصلاحات بهدف تنمية المؤسسات الناشئة ودعمها والتشجيع على الاستثمار بها وتسهيل التمويل اللازم لهذه المؤسسات، وخاصة ظل الأوضاع الاقتصادية التي بات يشهدها العالم العربي، لذا ارتأينا من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة عن هذا التساؤل:

ما واقع وآفاق تنمية المؤسسات الناشئة في العالم العربي؟

حيث تهدف هذه الدراسة إلى تبين أهم الإجراءات المتخذة من قبل الدول العربية في تنمية المؤسسات الناشئة في المنطقة وأهم النتائج المتحصل عليها في الاستفادة منها في عملية التنمية والنهوض بالاقتصاد، وبغية التطرق إلى هذا الموضوع ارتأينا دراسة النقاط التالية:

- التعريف بالمؤسسات الناشئة واهم المعوقات التي تواجهها.
- واقع الشركات الناشئة في الدول العربية ومدى انتشارها.
- دراسة تطور المؤسسات الناشئة وآفاقها المستقبلية في كل من الإمارات العربية المتحدة وتونس.

ولإتمام هذه الورقة البحثية اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي المناسب لهذه الدراسة.

2. تعريف المؤسسات الناشئة: وسيتم إيجازها في النقاط التالية:

1.2 التعريف بالمؤسسات الناشئة:

يمكن تعريف المؤسسات 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 بارتفاع عدم التأكد ومخاطر عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها[1]. (شريفة، 2018، صفحة 420)

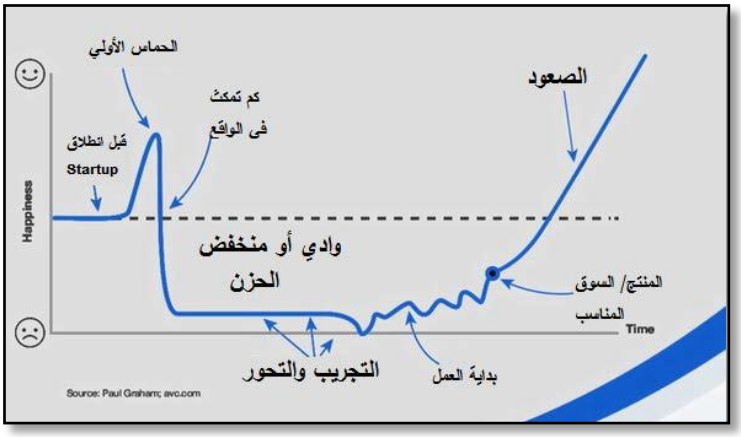
الشركة الناشئة **(Startup)** هي شركة في المرحلة الأولى من بداية عملها التشغيلي. وكثيراً ما يتم تمويل هذه الشركات في البداية من قبل مؤسسيها الرياديين في محاولة منهم للاستفادة من تطوير منتج أو خدمة يعتقدون أنها مطلوبة. نظرًا للإيرادات المحدودة أو التكاليف المرتفعة، فإن معظم هذه العمليات صغيرة الحجم ليست مستديمة على المدى الطويل بدون تمويل إضافي من أصحاب رؤوس الأموال الجريئة[2]. (الغامدي، 2018)

2.2 أمور يجب أن تضع في عين الاعتبار عند بدء شركة ناشئة: تحتاج الشركات الناشئة إلى استثمار بعض الوقت والمال في مرحلة البحث، تساعد أبحاث السوق على تحديد الطلب على المنتج أو الخدمة، يتطلب من الشركات ناشئة إيجاد خطة عمل شاملة تحدد بيان المهمة والرؤى والأهداف المستقبلية بالإضافة إلى استراتيجيات الإدارة والتسويق. يجب على الشركات الناشئة أن تقرر ما إذا كانت أعمالها تتم عبر الإنترنت، في مكتب أو مكتب منزلي أو متجر، هذا يعتمد على المنتج أو الخدمة التي يتم تقديمها. على سبيل المثال، قد تحتاج إحدى الشركات الناشئة التكنولوجية التي تبيع أجهزة الواقع الافتراضي إلى متجر واقعي لإعطاء العملاء عرضًا وجهاً لوجه لميزات المنتج وإعطاء فرصة لتجربة المنتج[3]. (الغامدي، 2018)

2. 3 دورة حياة الشركات الناشئة:

ان المؤسسات كثيرا ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، ويمكن ابراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبل Paul Graham:

الشكل 01: "منحنى المؤسسة النائشة":



المصدر: بو الشعور شريفة، 2018، ص 421.

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.

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، فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول للحصول على التمويل، وفي هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج .

المرحلة الثالثة: مرحبة مبكرة من الإقلاع والنمو: يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هاته المرحلة يمكن أو يتوسع النشاط إلى خارج مبتكرية الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد العارضين للمنتج ويبدأ الفشل.

المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي: بالرغم من استمرار الممولين المغامرين بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل مرحلة يمكن تسميتها وادي الخزن أو الموت، مما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو تكون منخفضة.

المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر: يستمر رائد الأعمال في هده 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: 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[4]. (شريفة، 2018، صفحة 422)

2. 4 نماذج دورة حياة الشركات الناشئة:

حددت المراجعة التي تم إجراؤها للأدبيات النماذج التالية لدورة حياة الشركات الناشئة والتي تركز على الشركات الناشئة العاملة في مجال التكنولوجيا وقد تراوحت النماذج من نماذج ذات أربع مراحل ذو ست مراحل. و من دورة حياة الأعمال الموضحة أدناه التي تم تكييفها واستخدامها من قبل مؤسسة كوفمان والعديد من المنظمات الرائدة الأخرى على غرار نموذج Buss، فهو يقسم رحلة أية أعمال إلى سبع مراحل، ويغطي هذا النموذج ويفصل جميع الخطوات والأنشطة والتغيرات والتطورات والقضايا ذات الصلة التي تمر بها شركة ناشئة تتميز كل مرحلة بتطورات محددة تتعلق بالعرض والمبيعات والأمور المالية معدل النمو.

الشكل 02: "نماذج لدورات حياة شركات ناشئة":



المصدر: الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، 2019، ص 24.

ويمثل الشكل التالي نموذج دورة حياة لشركات ناشئة ذات طابع للأعمال التجارية:

الشكل 03: "دورة حياة الشركة الناشئة كوفمان":



المصدر: الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، 2019، ص 24.

ويمكننا تفصيل مراحل دورة حياة مؤسسة كوفمان الناشئة من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل 04: "مراحل دورة حياة الأعمال التجارية مفصلة لمؤسسة كوفمان":



المصدر: الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، 2019، ص 24.

2. 5 القيود التي تواجه الشركات الناشئة: هناك الكثير من العقبات التي تحد من قدرات رواد الأعمال نتيجة التمسك بالروتين والحرص على النظم البيروقراطية وترسيخ المركزية،

وغيرها من العقبات التي نحد من الابتكار والإبداع، وتتسبب بالإحباط الذي يصيب رواد الأعمال ومن أهمها[5]: (أليف تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية، 2006)

-المعوقات الإدارية: ويمكن حصر هذه المعوقات التي تقف عقبة أمام رواد الأعمال فيما يلي:

- ضعف الخبرة التسويقية في هذه المنشآت، وضعف جودة المنتج ومشكلات التعامل مع العملاء وتحصيل المستحقات منهم.
- سوء المناخ التنظيمي والانتقاد المبكر للأفكار الجديدة دون انتظار النتائج.
- سوء الظروف الاقتصادية التي تتضمن تدني الأجور والرواتب وعدم كفاية للحوافز، مما يدفع العاملين أصحاب الخبرة في المنشآت الريادية إلى التسرب منها.
- عدم القدرة على التعامل مع التحديات المختلفة التي تواجه المنشآت الصغيرة في مراحل مختلفة من النمو، كتطوير المنتج وزيادة الاستثمار في المخزون وزيادة الطاقة الإنتاجية.

-المعوقات الاقتصادية والاجتماعية: هناك مجموعة من المعوقات ، والتي تتمثل في:

- ضعف التمويل وصعوبة الحصول عليه.
- انخفاض الطلب على منتجات المشروعات الصغيرة نتيجة للركود الاقتصادي.
- مشكلات استثمارية، نقص المعلومات، المشكلات الاجتماعية، مشكلات تسويقية.

-ضعف كفاءة الموارد البشرية العاملة في المشروعات: وهذا لعدم فصل الذمة المالية عن الملكية الخاصة لصاحب المشروع، وعدم توافر الكوادر التي تقوم بالتخطيط والتنظيم والرقابة نتيجة ضعف التأهيل العلمي وانخفاض مستوى التدريب[6]. (العامري و الغالبي، 2007)

-المعوقات الفنية: ضعف الدعم الفني والتدريبي والتكنولوجي وضعف إلمام نسبة كبيرة من أصحاب المشروعات بالمعلومات الفنية الخاصة باستخدام الآلات والتكنولوجيا،مما يؤدي إلى انخفاض جودة الإنتاج[7]. (العامري و الغالبي، 2007)

3. واقع الشركات الناشئة في الدول العربية: إن الانتشار والتوسع في المؤسسات الناشئة يعود بالفائدة على الاقتصاديات الوطنية، وزيادة التوسع فيها وتقديم الدعم المادي والمعنوي لتمكينها من مواجهة تقلبات السوق، ومن التكامل مع المنشآت الكبيرة بشكل يسهم في تحسين وتطوير أداء المنشآت الريادية. فعند النظر إلى الدول الآسيوية، أو ما يطلق عليها اصطلاحا النمور الآسيوية، نلاحظ أن المشروعات الناشئة فيها اكتسبت أهمية وأصبحت ركيزة لتحقيق الأهداف التنموية[8]. (الباجوري، 2017)

ومن اجل تحديد مواطن الضعف الرئيسية في اقتصاديات الدول العربية، يتبنى هذا التقرير مقاربة كمية لوضع مؤشر نضوج ريادة الأعمال العربية AEMI، ويستفيد من البيانات المتاحة حول الدول العربية من أجل إنشاء مؤشر مختلط يصف حالة البيئة الحاضنة لريادة الأعمال، وجمعت المؤشرات من ستة أبعاد كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 01: "مؤشر النضوج لريادة الأعمال العربية":

البعد	الوصف	المقاييس
البنية التحتية المحلية	نوعية ونطاق الحاجات الأساسية للشركات من البنية التحتية التي تؤثر في نهاية المطاف على التكاليف التي تتكبدها وعلى حركة الأشخاص والسلع والمعلومات.	مؤشر ربط الطرق ، مؤشر ربط المطارات، كفاءة خدمات المرفأ ، تحويل الطاقة الكهربائية وتوزيعها، مدى موثوقية إمدادات المياه.
الموارد البشرية	مستوى مهارات القوى العاملة بما في ذلك نوعية التعليم الذي تلقته إضافة إلى المرونة وإدارة المواهب داخل سوق العمل.	سنوات الدراسة ، المهارات الرقمية، أساليب التوظيف والتسريح ، سهولة توظيف اليد العاملة الأجنبية ، حقوق العمال - تدريب الموظفين
المعرفة العملية	توزيع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وحالة البحث والتطوير، ومستوى الابتكار بما في ذلك تشجيع التعاون والاتصال بالشبكة والإبداع.	اشتراكات الهواتف المحمولة ذات النقاط العريض الاشتراكات في انترنت الألياف ، حالة تطور التجمعات، جودة مؤسسات البحث- الإنفاق على البحث والتطوير، طلبات الحصول على براءات اختراع
التمويل	مدى توفير المنتجات الائتمانية والمالية القادرة على تعزيز إنتاجية الشركات وسهولة استعمال أنظمة الدفع.	تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة ،السلامة المصرفية ، توفر رأس المال المخاطر ، قروض عديمة الأداء كلفة التأمين، الائتمان المحلي للقطاع الخاص
تأسيس الشركة	سهولة تأسيس شركة بما في ذلك الوقت والكلمة للحصول على التراخيص المطلوبة إضافة إلى قدرة	الكلمة والوقت والإجراءات اللازمة لتأسيس شركة ، الموقف من المخاطر الريادية ، مدى تبني الشركات لأفكار ثورية ، توفير الكهرباء

	السوق على تعزيز مرونة وحيوية القطاع الخاص.	
عمليات الشركة	العناصر الضرورية لتشغيل شركة وتطويرها بما في ذلك سهولة التجارة وإنفاذ العقود وتشريعات العمل.	وقت وتكلفة الاستيراد والتصدير ، تنفيذ العقود ، مستوى الملكية والتحكم ، صلابة الحقوق القانونية ، سهولة دفع الضرائب، مدى شفافية الشركة

المصدر: البنك الدولي والمنتدى الاقتصادي العالمي، 2018.

والجدول التالي يظهر أن دول مجلس التعاون الخليجي هي الأفضل أداء حيث حصدت الإمارات العربية المتحدة علامة شاملة بلغت 3.8 من 5 ويعود تصدر الإمارات إلى سهولة تأسيس شركة فيها والى البنية التحتية المحلية المتينة[9] (مسابقة منتدى MIT للشركات العربية الناشئة).

الجدول 02: "نتائج نضوج ريادة الأعمال العربية – 2018-"

	البنية التحية المحلية	رأس المال البشري	المعرفة العلمية	التمويل	تأسيس الشركة	عمليات الشركة
الجزائر	3.1	2.5	1.9	2.4	3.0	2.0
البحرين	3.9	3.4	2.6	3.5	3.8	3.2
مصر	2.4	2.5	2.0	2.6	3.4	2.5
الأردن	3.3	3.0	2.3	3.5	3.5	2.6
فلسطين	3.5	2.8	2.2	3.2	3.4	2.8
لبنان	3.0	3.3	2.4	3.4	3.1	2.4
موريتانيا	1.8	1.9	1.3	2.0	3.1	2.4
المغرب	3.6	2.4	2.0	3.3	3.8	3.2
عمان	4.1	3.2	2.2	3.2	3.8	2.9
قطر	4.0	2.9	3.3	3.5	3.9	2.8
السعودية	3.8	3.2	2.7	3.3	3.7	3.2
تونس	3.1	2.7	1.9	2.8	3.7	2.9
الإمارات	4.3	3.3	3.4	3.6	4.4	3.7
اليمن	1.7	1.8	1.0	1.9	2.8	1.6

المصدر: البنك الدولي والمنتدى الاقتصادي العالمي، 2018.

3. 2 أفضل الشركات الناشئة في العالم العربي لعام 2020: بعد انتشار أخبار أولية في مارس 2019 عن صفقة بين شركتي أوبر وكريم بقيمة 3.1 مليارات دولار، اكتملت تلك الصفقة بقيام شركة أوبر في بداية يناير 2020 بالاستحواذ على شركة كريم. لقد بدأت الشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تحصل على الأموال اللازمة للدعم، التي هي في حاجة ماسة إليه لتوسيع حجم أعمالها، ويبدو أن عام 2019 كان عامًا حافلا بالخير بالنسبة إلى الشركات الناشئة فخلال النصف الأول من العام الماضي، تلقت الشركات الناشئة في المنطقة استثمارات قدرها 471 مليون دولار بزيادة بلغت 66% مقارنة بنفس الفترة من عام 2018 الذي سجلت فيه هذه الاستثمارات 283 مليون دولار. وفي ضوء الزيادة المطردة في عدد الشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، يظل من الصعب للغاية التكهن باسم الشركة الناشئة القادمة في السوق المحلي، التي ستتخطى قيمتها المليار دولار. ومع ذلك، نستعرض فيما يلي بعض الشركات الجديدة المتوقع لها النمو بصورة طيبة خلال عام 2020.

الجدول 03: "أفضل 10 شركات ناشئة لعام 2020":

الشركة	التعريف بها
ايكار	تضم شركة إيكار، وهي شركة تقوم عبر تطبيقها بتشغيل خدمة مشاركة السيارات المدفوعة مقدمًا في دبي، أسطول ضخم من السيارات يتألف من أكثر من 10 آلاف سيارة، ومن المتوقع أن يصل حجم مُستخدمي التطبيق أكثر من مليون مستخدم مسجل بحلول عام 2021. قام كل من رافي بوساري وفيلهيلم هيدبيرج بتأسيس شركة ايكار في عام 2016. واستطاعا الحصول على تمويل بقيمة 17 مليون دولار في نوفمبر 2019 للمساعدة في توسيع حجم أعمالها على المستوى الإقليمي مع البداية بالسوق السعودي. وسوف تطلق الشركة خدماتها في مدينة الرياض، مستفيدة من وجود أكثر من 70 ألف سائق من النساء لأول مرة في المملكة.
تروكير	قام جاوراف بيسواس بتأسيس شركة تروكير في أبوظبي عام 2016. وبدأت الشركة في توسيع قاعدة أعمالها في عام 2020 في السوق المصرية. ومن المتوقع أن يسهم التمويل، الذي حصلت عليه الشركة بقيمة 23 مليون دولار في إطار سلسلة التمويل من الفئة أ، في دعم الفروع المتوقع افتتاحها من جانب الشركة في الأردن وباقي منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

مكسب	تسهم شركة مكسب المصرية الناشئة، التي أسسها بلال المغربل في عام 2018. في تعزيز الربط بين الأطراف المنخرطة في سلسلة التوريد. وتساعد الشركة محلات البقالة على طلب شحنات بصورة مباشرة من الشركات المصنعة عبر تطبيق جوال، الأمر الذي يلغي أدوار كل الوسطاء في سلسلة التوريد. تُعد تجارة التجزئة في المواد الغذائية في مصر، التي تقدر قيمتها بحوالي 45 مليار دولار، سوقًا مربحًا للغاية بالنسبة إلى شركة مكسب التي قررت الدخول فيه بقوة. حصلت شركة مكسب على أكبر تمويل تأسيسي في الشرق الأوسط من خلال جمع إجمالي 6.2 ملايين دولار في سبتمبر 2019.
كارزاتي	قام حسن جعفر ومروان الشعار بتأسيس الشركة في عام 2017 لبيع السيارات بأسعار مخفضة للغاية من خلال العمل بصورة كاملة من خلال صالة عرض افتراضية، وبيع سيارات تم تجديدها مغطاة بضمان لمدة عام وتسليمها للعملاء. بعد حصول شركة كارزاتي على تمويل بقيمة 4 ملايين دولار قامت بتدشين أنشطتها في دولة الإمارات العربية المتحدة في ديسمبر عام 2019. وبذلك تكون الشركة قد دخلت دولة بلغت قيمة سوق السيارات المستعملة فيه أكثر من 11 مليار درهم أي حوالي 3 مليارات دولار.
فلوراناو	استطاعت شركة فلوراناو منذ انطلاق أعمالها في دبي في عام 2016 على يد شريف مزيك أن تحدث حراكًا واضحًا في سوق بيع الزهور بالتجزئة في دولة الإمارات العربية المتحدة. لقد استطاعت الشركة أن تحقق ذلك من خلال تمكين تجار التجزئة المحليين من خلال تسوق منتجات الأزهار بصورة مباشرة من الموردين والمزارعين في جميع أنحاء العالم بما في ذلك كولومبيا وتايلاند وهولندا. وبدأت شركة فلوراناو، مدفوعة بالتمويل الذي حصلت عليه في ديسمبر 2019 والبالغ قيمته 3 ملايين دولار، في عام 2020 بالتوسع في سوق الزهور المستوردة في دول مجلس التعاون الخليجي، والذي تقدر قيمته بـ 124 مليون دولار.
كوفي	قام علي الإبراهيم بتدشين تطبيق كوفي في الكويت عام 2018. ويعرض هذا التطبيق قائمة بائعي التجزئة والمقاهي القريبة. ويمكن للعملاء من خلال التطبيق طلب قهوتهم أو المشروبات المفضلة لهم، ويتم توصيلها إليهم أو يمكن كذلك طلب مستلزمات المقاهي. وقد حصلت شركة كوفي في فبراير 2019 على مبلغ 3.2 ملايين دولار كتمويل لدعم خطة التوسع على الصعيد العالمي، والتي ستبدأ من لندن في أبريل 2020 .
دكان أفكار	قد تأسست الشركة، التي يقع مقرها في جدة، على يد عمار وجانه في عام 2013. استطاعت الشركة في ديسمبر 2019 أن تحصل على تمويل قدره 5 ملايين دولار في جولة ثانية من التمويل. كانت الجولة الأولى من التمويل، التي وقعت في عام 2017. قد

	ساعدت شركة دكان أفكار على التوسع في سوق دول مجلس التعاون الخليجي. و تعمل المرحلة التالية للشركة على التركيز على الترويج للعلامات التجارية السعودية المحلية.
إنفيجو	حصلت شركة إنفيجو على تمويل أولي بقيمة مليون دولار. وتعمل هذه الشركة الناشئة في مجال تأجير السيارات طويلة الأجل، حيث تدير نموذجَ اشتراك يتيح للعملاء تبديل سياراتهم المستأجرة بعد كل فترة تأجير. تأسست الشركة في عام 2018 على يد إسلام حسين وبولكيت جانجو. وسوف تستخدم الشركة رأس مالها الأولي للتوسع في المملكة العربية السعودية والبحرين وبقية دول مجلس التعاون الخليجي.
نون أكاديمي	تعد شركة نون أكاديمي- التي يقع مقرها في المملكة العربية السعودية- عبارة عن منصة تعليمية-اجتماعية على شبكة الإنترنت. قام بتأسيس الشركة كل من محمد الضلعان ود0عبد العزيز السعيد في عام 2013. وفي يونيو 2019 استطاعت الشركة جمع مبلغ 8.6 ملايين دولار من سلسلة التمويل من الفئة «أ»، والتي تستخدمها لتحويل المشروع إلى منصة مفتوحة للمعلمين لبدء مجموعاتهم التعليمية الخاصة الافتراضية المتميزة.
حالا	بعد أن استطاعت شركة «حالاً» الحصول في ديسمبر 2018 على جولة تمويل بقيمة 4.3 ملايين دولار، تقوم هذه الشركة المصرية العاملة في مجال خدمة النقل التشاركي في الوقت الحالي، بإجراء جولة ثانية من التمويل، إذ إنها تستعد لإطلاق عملياتها في المزيد من الأسواق الإفريقية. تأسست الشركة في عام 2017 على يد منير نخلة وأحمد محسن، وتقدم الشركة، التي تتخذ من القاهرة مقرًا لها، خدمات التوصيل التشاركي من خلال المركبات ذات الثلاث عجلات والدراجات النارية في مصر والسودان وإثيوبيا.

المصدر: أحمد جبر، موقع: http://www.akhbar-alkhaleej.com/news بتاريخ: 2020/06/25.

4. دراسة لواقع المؤسسات الناشئة في بعض الدول العربية:

سنتطرق من خلال هذه النقطة إلى واقع المؤسسات الناشئة وما وصلت إليه من توسع وما آفاقها المستقبلية في كل من الإمارات العربية المتحدة وتونس:

4. 1 واقع الشركات الناشئة في الإمارات العربية المتحدة: تعتبر الإمارات أكبر مركز للشركات الناشئة في الشرق الأوسط ويمكننا إرجاع الأسباب وراء ريادة دولة الإمارات في استضافة الشركات النائشة إلى[10]: (العربي، 2019)

الاستراتيجية الحكومية التي تضع دعم الشركات الناشئة في صدارة الأولويات، توافر بيئة الأعمال المثالية وحاضنات الأعمال، الرؤى الحكومية المحفزة على الإبداع والابتكار، البنية التحتية فائقة التطور على صعيد الموانئ والطرق والمطارات، الجاهزية الشبكية والتقدم التكنولوجي، توافر التمويلات، السمعة العالمية والسجل الحافل للتجارب الناجحة للشركات الناشئة، قدرة الدولة على استقطاب المواهب في شتى المجالات، سهولة تصريف وتسويق المنتجات لأسواق الخليج ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، التشريعات القوية التي تضمن حقوق الملكية الفكرية وتصون حقوق الأطراف ذات الصلة.

حيث تساهم الشركات الناشئة مساهمة كبيرة في الاقتصاد الإماراتي، وتعود أسباب اعتبار دولة الإمارات المستضيف الأول والمركزي للشركات الناشئة إلى:

التنوع الاقتصادي: إن الشركات الناشئة تسهم مساهمة حيوية في نمو الاقتصاد الإماراتي وتدعم تنوعه، كما أنها تعزز خلق الوظائف الجديدة في السوق. و يتمتع رواد الأعمال بأفكار مميزة ويستفيدون في الوقت ذاته من القطاعين العام والخاص في الدولة لمساعدتهم في تحويل هذه الأفكار إلى أعمال، سواء عبر التوجيه أو تقديم الدعم المادي، أو تبادل أفضل الممارسات، وتطوير الأنماط التي يمكن أن تتدرج إلى مستويات أفضل في السوق.

الربط الشبكي: إن الإمارات تعد مركزا رئيسا للشركات الناشئة بفضل امتدادها الدولي ومستوياتها العالية من الربط الشبكي والمهارات التعليمية العالية لدى رواد الأعمال الشباب الطموحين. وأطلقت 'ترينـد مايكرو' صندوق المشاريع المؤسسية لاستكشاف الأسواق التقنية الناشئة باستثمار مبدئي قدره 100 مليون دولار، سيسمح هذا الصندوق لشركة 'ترينـد مايكرو' برعاية مجموعة من الشركات الناشئة التي تعمل على تطوير الأفكار والتي تعيش في مراكز النمو الفائق ضمن الأسواق، مثل شركات إنترنت الأشياء.

مركز إقليمي: تعتبر الإمارات من أكثر الدول العربية استقطاباً للشركات الناشئة مرجعاً ذلك إلى التطور الفائق للبنية التحتية سواء على صعيد الطرق والموانئ والمطارات أو على صعيد البنى التكنولوجية والجاهزية الشبكية. وحققت دولة الإمارات العربية المتحدة المركز الأول عربياً و12 عالمياً ضمن أكثر الدول تنافسية في مؤشر التنافسية الرقمية لعام 2019 والصادر عن مركز التنافسية العالمي التابع للمعهد الدولي للتنمية الإدارية، وتقدمت الدولة في تقرير هذا العام لتحقق المركز الأول عربياً أيضاً في كل المحاور الرئيسة الثلاثة في التقرير وهي محور 'التكنولوجيا' والذي حققت به الدولة المركز الثاني عالمياً متقدمة بخمس مراتب عن العام السابق، والتاسع

عالمياً في محور (الجاهزية للمستقبل) والذي كانت في المرتبة 12 في العام الماضي، وقفزت مرتبة واحدة في محور «المعرفة» لتحقق المركز الأول عربياً و35 عالمياً.

التمويلات: على صعيد فرص وتحديات تمويل الشركات الناشئة، قال دانييل جولد، نائب الرئيس التنفيذي في بنك 'أنجلو- الخليجي التجاري' الذي يتخذ من سوق أبوظبي العالمي أن توافر التمويلات من بين أهم العوامل الجاذبة للشركات الناشئة لاسيما خلال مراحلها الأولى وهو الأمر الذي يمنح الإمارات ميزة تنافسية إضافية لاعتبارها مركزا مالياً إقليمياً. وأضاف أن دولة الإمارات تمكنت من ترسيخ مكانتها كمركز اقتصادي متنام على الخريطة العالمية، هذا إلى جانب أنها تعتبر تاريخياً مركزاً تجارياً عالمياً يربط بين آسيا وأفريقيا وأوروبا، وخاصة في سياق مبادرة الحزام والطريق وهي عوامل ساهمت بشكل مباشر في جعل الإمارات مركزاً للشركات الناشئة. وقال إن الإمارات تدرك الإمكانات الكبيرة والفوائد التي يمكن أن يضيفها رواد الأعمال على الاقتصاد المحلي ومساهمتهم في دعم استراتيجيات التنويع الاقتصادي والحد من الاعتماد على النفط وتعمل الحكومة على سن تشريعات وقوانين تسهل على رواد الأعمال والشركات الناشئة محلياً وعالمياً تأسيس أعمالها في الدولة والاستفادة من البيئة الاستثمارية المشجعة.

الحاضنات التكنولوجية: ولم تكتف الإمارات على مدار العقدين الماضيين بتحسين بيئة الأعمال الملائمة لنمو الشركات الصغيرة والمتوسطة، بل كانت أول من أمسك بزمام المبادرة، واستحدثت قبل عقدين من الزمان مفهوم الحاضنات التكنولوجية والإبداعية التي أسهمت بدورها في رعاية رواد الأعمال والمبدعين، وساعدتهم على تجاوز العديد من العقبات. ومن رحم المجمعات والحضانات التكنولوجية والإبداعية في الدولة، وفي مقدمتها مدينة دبي للإنترنت، وtwofour54، ومدينة دبي للإعلام، ومدينة دبي للإنتاج الإعلامي، و(واحة دبي للسيلكون) نمت آلاف من الشركات الصغيرة والمتوسطة، واستفادت من بيئة الأعمال بهذه المجمعات التي تتخذ من تحفيز الإبداع والابتكار منهاج عمل وأسلوباً للإدارة».وتعد منصة HUB71 لدعم المشاريع التكنولوجية الناشئة إحدى أهم منصات دعم المشاريع الناشئة بالمنطقة، حيث تم الإعلان عن إطلاق صندوق استثماري بقيمة 535 مليون درهم للاستثمار في الشركات التكنولوجية الناشئة ضمن منصةHUB71 ، لتصل بذلك قيمة الاستثمار الحكومي المخصص لدعم المشاريع التكنولوجية الناشئة أكثر من مليار درهم.

الإمارات تستحوذ على 35% من المقار الرئيسة و62% من التمويلات: حافظت دولة الإمارات العربية المتحدة على مكانتها في صدارة الدول المستقبلة لتمويلات الشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط، حيث استحوذت الدولة منفردة على 62% من إجمالي التمويلات بالمنطقة خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2019، بحسب تقرير ماجنيت.

ووفق التقرير الحديث الذي اطلعت عليه 'الاتحاد'، شهدت بيئة الاستثمار بقطاع الشركات الناشئة نمواً متسارعاً في الإمارات، حيث نمت التمويلات التي حصلت عليها هذه الفئة من الشركات بنسبة 21% لتصل إلى نحو 1.176 مليار درهم (320.54 مليون دولار) خلال الفترة من يناير إلى نهاية سبتمبر الماضي مقارنة بنحو 968.8 مليون درهم (264 مليون دولار) خلال الفترة المقابلة من العام الماضي. وبلغ إجمالي الاستثمارات للشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 517 مليون دولار تمت عبر 354 صفقة خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2019 بزيادة قدرها 30% مقرنة بقيمة الصفقات خلال الفترة المقابلة من العام 2018 وبزيادة 3% في عدد الصفقات. علاوة على ذلك، بلغ متوسط حجم الصفقات أعلى مستوى له على الإطلاق عند قيمة 2.5 مليون دولار باستثمارات شركتي سوق وكريم.

وتصدرت التكنولوجيا المالية عدد صفقات الاستثمار في الشركات الناشئة منذ بداية عام 2019 مستحوذة على 14% من إجمالي الصفقات بزيادة قدرها 3% مقارنة بالفترة المقابلة من العام الماضي، تليها التجارة الإلكترونية بحصة 10% ثم التوصيل والنقل التي استحوذت على 8% تليها مشروعات الطعام والشراب التي بلغت حصتها 7% وأخيراً حلول تكنولوجيا المعلومات بحصة 6%. وبلغ عدد المستثمرين في هذه الشركات خلال الفترة المشار إليها، 163 مستثمراً خلال تسعة أشهر مقارنة بما مجموعه 159 مستثمراً في العام الماضي بأكمله. ووفق التقرير، استمر تمويل المشاريع في الشركات الناشئة ضمن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث تم إبرام 354 صفقة ونشأت العديد من التوجهات التي برهنت على وجود حالة من النضج والتطور في النظام وبيئة الأعمال الخاصة بالشركات الناشئة. ويبلغ مجموع عدد الشركات الناشئة في الإمارات 3500 شركة، تشكل 35% من مجموع هذه الشركات بالمنطقة، حسب التقرير السنوي الأخير لشركة ماجنيت.

ووفق تقديرات 'ماجنيت'، يبلغ عدد الشركات الناشئة في الدول العربية 10 آلاف شركة تستحوذ الإمارات على 35% منها بمجموع 3500 شركة، تليها مصر التي بلغت حصتها 19% بمجموع 1900 شركة، ثم المملكة العربية السعودية بحصة تبلغ 10% وبمجموع شركات ناشئة

يناهز الألف شركة، وبلغ مجموع التمويلات التي حصلت عليها الشركات الناشئة بالمنطقة 2.1 مليار دولار.

الصفقات المليارية.. شهادة جدارة واستحقاق: شهدت الإمارات سلسلة من صفقات الاستحواذ المليارية على شركات بدأت وتأسست في الإمارات ما اعتبر شهادة جدارة واستحقاق تؤكد نجاح تجربة الدولة على هذا الصعيد وإيذاناً ببدء جني ثمار الرؤية والجهود التي بذلت على مدار عقدين متواصلين. وشهدت دبي أشهر صفقة مليارية ضخمة هي شركة 'كريم'، التي بيعت إلى شركة 'أوبر' العالمية بـ 11 مليار درهم، و'سوق.كوم' التي بلغت صفقة الاستحواذ عليها من شركة 'أمازون' العالمية أكثر من مليارَي درهم، وأخيراً شركة 'ميديا دوت نت' التي تتخذ من مدينة دبي للإنترنت مقراً لها والتي بيعت بمبلغ 3.3 مليار درهم.

إن عمليات الاستحواذ المليارية على شركات بدأت كشركات ناشئة في الدولة أسهمت في توفير سيولة جديدة لمنظومة الشركات الناشئة بالمنطقة، واستقطبت الشركات العائلية، ورؤوس الأموال المغامرة، وشركات التمويل، والمؤسسات المالية، والمستثمرين الممولين إلى الشركات الناشئة بكونها نوعاً من الأصول الواعدة.

وبدأت موجة الاستحواذات في المنطقة باستحواذ 'ياهو' على 'مكتوب' سنة 2009 واستحواذ 'تومسون رويترز' على 'زاوية' سنة 2012، واستحواذ 'أمازون' على 'سوق' مقابل 580 مليون دولار سنة 2017. ومن جانبها، قالت أنابيل ماندر، رئيس معرض 'نجوم المستقبل' المتخصص في الشركات الناشئة، إنه ما من وقت أفضل من الآن لتبدأ شركتك الناشئة خصوصاً في الإمارات العربية المتحدة، حيث تتوافر عوامل واعدة مثل البيئة الاستثمارية المواتية.

ولفت إلى أن مشاريع الشركات الناشئة في الإمارات، موزعة على 19 قطاعاً تقنياً ترتكز على الاقتصاد الإبداعي.

عمار المالك: الاقتصاد التشاركي أحد ميادين نمو الشركات الناشئة: أكد عمار المالك المدير التنفيذي لـ'مدينة دبي للإنترنت' أن الاقتصاد التشاركي يمثل أحد ميادين النمو للشركات الناشئة ما يسهم في دعم مسيرة التنوع الاقتصادي من خلال الاستثمار في الأصول والموارد البشرية غير المستغلة. وأضاف المالك في تصريحات لـ'الاتحاد' أن للاقتصاد التشاركي تأثيراً على اقتصادات المنطقة حيث أسهم باستخدام أصول غير مستغلة عبر تطبيقات منخفضة التكلفة على أجهزة الهاتف المتحرك، بالإضافة إلى مرونة إدارة الأعمال التي يتيحها والتي تخلق فرص

عمل جديدة، خاصة بين الشباب، علماً بأن ابتكار أدوات اقتصادية جديدة، يعني توافر مقدرة على التعامل مع أي أزمات، بصورة ابتكارية، تحد من المخاطر، وتحسن التجارب الاقتصادية، ما يعد أمراً أساسيا لتحقيق النمو والتنوع.

وأضاف: برزت في عالمنا العربي مبادرات تشاركية ناجحة وإن كان كثير منها مستنسخا عن خدمات في العالم الغربي، ونشهد اليوم نجاح عدد لا يستهان به من المواقع الإلكترونية والتطبيقات التي توفر للمستخدمين طيفا واسعا من الخدمات بأسعار تنافسية . وتتمتع قطاعات عدة بإمكانات كبيرة للتماشي مع الاقتصاد التشاركي، وهي السكن والإقامة، النقل، الخدمات المالية، خدمات الأعمال، والخدمات المنزلية.

ومن بين دول المنطقة، تتميز الإمارات بأنها في المرتبة الثانية عالمياً بعد الصين بأعلى معدل انتشار لاستخدام الأصول أو الخدمات المشتراة من خلال منصات الاقتصاد التشاركي، وذلك حسب دراسة لشركة لويدز وتحليلات لشركة 'ديلويت'[11]. (العربي، 2019)

4. 2 واقع الشركات الناشئة في تونس: وتقديراً لأهمية ريادة الأعمال والابتكار لتحقيق النمو الاقتصادي وخلق فرص التشغيل، بدأت الحكومة التونسية سلسلة من الإصلاحات تهدف إلى مواجهة التحديات التي تواجه الشركات الناشئة وتجري حالياً مجموعة واسعة من الإصلاحات القانونية والتنظيمية لمعالجة القيود في بيئة أنشطة الأعمال، وكذلك لتعزيز سبل الوصول إلى التمويل والنفاذ إلى الأسواق، بما في ذلك أسواق التصدير. وعلى وجه الخصوص، وافقت الحكومة على قانون "تأسيس الشركات" في أبريل/نيسان/أفريل 2018، وينص هذا القانون على العديد من الحوافز لتشجيع تأسيس الشركات الناشئة المبتكرة ونموها وبالتوازي مع ذلك، تتخذ الحكومة خطوات لإنشاء صندوق استثمار في أسهم رأس المال في المراحل الأولى من تأسيس الشركات (ANAVA) بهدف حفز توظيف رأس مال المخاطر من أجل الاستثمار في الشركات الناشئة المبتكرة التي تحقق معدلات نمو مرتفعة وطلبت الحكومة المساعدة من مجموعة البنك الدولي لمساندة الشركات الناشئة المبتكرة القائمة على التكنولوجيا من خلال الحصول على التمويل من القطاع الخاص، وتعزيز القدرات على مستوى الشركات واعتماد التكنولوجيا، وتحسين بيئة ريادة الأعمال والابتكار.

ووفقًا لمؤشر بلومبيرغ للابتكار لعام 2018، تحتل تونس المرتبة الأولى في خريجي العلوم والهندسة الجدد لكل 1000 شخص في قوة العمل؛ وتعتبر واحدة من العديد من أفضل البلدان في مجال الابتكار في أفريقيا والعالم العربي وازدادت معدلات انتشار الإنترنت والهاتف المحمول بوتيرة

سريعة بلغت 55.5% و124.3% على التوالي في عام 2017، وتم إطلاق العديد من المبادرات العامة لتشجيع اعتماد التكنولوجيا والبحوث والتطوير بخطى ثابتة.وأيًا ما كان الأمر، لا تزال الشركات الناشئة لاسيما تلك التي تقودها النساء والشباب، تواجه عقبات كبيرة تحول دون إنشاء الشركات الإنتاجية وإدارتها وتحقيق معدلات نمو لها.

ويتيح موقع تونس الإستراتيجي فرصة للشركات الناشئة للدخول في قطاعات عالية القيمة، ويشمل ذلك نشاط التصنيع الزراعي، والصناعات التحويلية (الأنشطة الكهربائية والميكانيكية، والجلود والأحذية، والبتروكيماويات، والصناعات الدوائية) والخدمات (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والسياحة المتميزة، والرعاية الصحية). وحتى القطاعات التي جرت العادة أن تحقق قيمة مضافة منخفضة، مثل الزراعة، لديها إمكانات لتحقيق معدلات نمو في مجال الصادرات، لا سيما، عندما تجري الاستفادة من التكنولوجيا لتحسين عمليات الإنتاج، أو تحسين جودة المنتجات، أو توفير الخدمات الأساسية ضمن سلسلة القيمة- على سبيل المثال، اللوجستية ذات التقنية العالية.

وتعتبر سوق الأسهم التونسية نابضًة بالحياة نسبيا، وذلك على الرغم من أن سوق صناديق استثمار رأس المال المخاطر وصناديق استثمار رأس المال الخاص لا تزال متخلفًة.ونتيجة لمحدودية استثمارات رأس المال المُخاطر ورأس المال الخاص التي تصل إلى تونس، يعاني أصحاب المشروعات (رواد الأعمال) والشركات الناشئة من نقص شديد في رؤوس الأموال اللازمة لإنشاء الشركات والمساعدات الفنية الضرورية لتطوير المنتجات ودخول السوق وتحقيق النمو. ويوجد عدد قليل من رعاة الأعمال وشبكات المستثمرين الممولين، مما يزيد من القيود على سبل الوصول إلى التمويل ودعم الشبكات ذات الصلة من أجل الشركات الناشئة في المراحل الأولى من تطوير أنشطة الأعمال.

يتوافق مشروع تونس المقترح مع إطار الشراكة القطرية لتونس للسنوات المالية 2016 - 2020، وإستراتيجية مؤسسة التمويل الدولية الخاصة بتونس، وكذلك خطة التنمية الخماسية للحكومة 2016 -2018، والبرنامج الاقتصادي والاجتماعي 2018 – 2020: ويساهم هذا المشروع في تحقيق أهداف إطار الشراكة القطرية في إطار الركيزة 1:إيجاد بيئة مواتية لتحقيق النمو الاقتصادي المستدام وإحداث مواطن شغل (إيجاد فرص تشغيل) بقيادة القطاع الخاص . على وجه التحديد الهدف 1.3 الذي من شأنه العمل على تشجيع تطوير قطاع مالي

سليم. كما يساند هذا المشروع إستراتيجية مؤسسة التمويل الدولية في تونس التي تهدف إلى تسهيل الاستثمارات الخاصة من أجل خلق فرص التشغيل، خاصة للشباب، وتشجيع النمو الاقتصادي الشامل للجميع والتنافسي. ويكمل هذا المشروع المحور الأول من خطة التنمية الخماسية للحكومة للفترة 2016-2018 التي تهدف إلى تعزيز الشمول المالي والحصول على التمويل للمنشآت/المشروعات الصغيرة والمتوسطة؛ بالإضافة إلى البرنامج الاقتصادي والاجتماعي 2018-2020الذي يتضمن برنامج "تونس الذكية" الذي من شأنه تسريع وتيرة الإصلاحات لتعزيز استثمارات القطاع الخاص وريادة الأعمال والابتكار، وبالتالي تحويل تونس إلى "ملتقى للأنشطة الاقتصادية" الإنتاجية والتنافسية.

ويساهم المشروع المقترح مباشرة في تعظيم التمويل من أجل التنمية بتعبئة رأس مال المخاطر من القطاع الخاص من أجل الشركات الناشئة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة من خلال الاستثمارات المشتركة والآليات الأخرى لتقاسم المخاطر مع صناديق استثمار رأس مال المخاطر (من القطاع الخاص) وصناديق استثمار رأس المال الخاص والمستثمرين الممولين وأدوات تسريع وتيرة الابتكارات المالية والبنوك، سوف يتم قياس الهدف الإنمائي المقترح من خلال مؤشرات النتائج التالية:

- التمويل المقدم للشركات الناشئة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة من خلال المشروع، والمحدد حسب التمويل العام، والتمويل المقدم من القطاع الخاص، وحسب نوع جنس أصحاب هذه الشركات والمنشآت الرئيسيين.
- عدد الشركات الناشئة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة التي تلقت التمويل و/أو خدمات تطوير أنشطة الأعمال من خلال المشروع، حسب نوع جنس أصحاب هذه الشركات والمنشآت الرئيسيين.
- عدد الشركات الناشئة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة التي تلقت التمويل و/أو خدمات تطوير أنشطة الأعمال من خلال المشروع مع ابتكار مطور (يتم تقييم مؤشر محدد أثناء الإعداد).
- زيادة عدد الوظائف وفرص التشغيل و/أو إيرادات الشركات الناشئة المستفيدة[12]. (مشروع تمويل الشركات الناشئة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة في تونس، 2019)

5. خاتمة:

يشير متوسط التقارير المالية للشركات الناشئة إلى مساهمة تقدر بما لا يقل عن 415 مليون دولار أمريكي في الناتج المحلي الإجمالي للدول العربية، ومن خلال دراستنا نلاحظ أن الشركات

الناشئة أصبحت جزء لا يتجزأ من الاقتصاد في البلدان العربية ومساهم رئيسي بها، كما أن الدول محل الدراسة تساهم في زيادة توسعها وهذا من خلال توفير التمويل اللازم لها، والتسهيلات القانونية المساعدة على تطورها نظرا لما يلعبه هذا الدعم من أثر كبير في تحفيز المنافع الاقتصادية للمؤسسات الناشئة خاصة من قبل المستثمرين ورواد الأعمال الناشئين، الحاملين لأفكار جديدة قابلة للتطوير والتوسع.

ومن هنا يمكننا أن نقدم المقترحات التالية:

- ضرورة توفير التمويل الكافي للنهوض بالمؤسسات الناشئة في الوطن العربي.
- ضرورة إلقاء الضوء على أهمية المؤسسات الناشئة في الاقتصاديات العربية من خلال الندوات والملتقيات العلمية.
- ضرورة التشجيع على الاستثمار في المؤسسات الناشئة والمساعدة على توسيع دائرة نشاطها في مختلف القطاعات الالكترونية والخدمية والصناعية.
- وضع خارطة لدعم وتمويل المؤسسات الناشئة في المغرب العربي الذي يعتبر متأخرا عن دول المشرق العربي في هذا المجال.
- الاستفادة من التجارب العالمية في ترقية المؤسسات الناشئة وفتح المجال أمام الأفكار الإبداعية للشباب.
- الدعوة إلى المساهمة في دعم وتحفيز أفكار وأعمال الشركات الناشئة من قبل المستثمرين.
- الدعوة إلى بناء جسور عربية للربط بين الشركات الناشئة في دول العالم العربي والاستفادة من التجارب المشتركة والسعي إلى تطوير وتنمية الأفكار والاعمال الجديدة والمبتكرة منها.

5. قائمة المراجع:

ابراهيم الغامدي. (مارس, 2018). *الشركة الناشئة*. تاريخ الاسترداد 10 06, 2020، من مفاهيم : www.mafaheem.info

أحمد جبر. (06, 2020). *أفضل 10 شركات ناشئة جديرة بالمتابعة في عام 2020*. تاريخ الاسترداد 25 06, 2020، من جريدة أخبار الخليج، العدد 15434، البحرين: http://www.akhbar-alkhaleej.com/news

اقتصاد الشركات الناشئة في الأردن. *تقييم المساهمة الاقتصادية وإمكانات الشركات الناشئة العاملة في مجال التكنولوجيا*.: الوكالة الألمانية للتعاون الدولي. (2019). عمان الأردن.

. *أليف تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية*. المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات. (2006) الكويت.

بوالشعور شريفة. *دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر*. يشار: مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد02. (2018).

تأليف اطلاق مؤشر نضوج ريادة العمال: 12 عاما . المملكة العربية السعودية: مسابقة منتدى MIT للشركات العربية الناشئة .

خالد عبد الوهاب الباجوري. *ريادة الاعمال مفتاح التنمية الاقتصادية في العالم العربي*. مصر: اتحاد الغرف العربية: دائرة البحوث الاقتصادية. (2017).

صالح مهدي العامري، و طاهر محسن الغالبي. *ادارة الأعمال*. عمان: دار وائل للنشر. (2007).

مسابقة منتدى MIT للشركات العربية الناشئة . تأليف *اطلاق مؤشر نضوج ريادة العمال: 12 عاما* (صفحة 9).

مشروع تمويل الشركات الناشئة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة في تونس. (2019). تاريخ الاسترداد 02 06, 2020، من البنك الدولي : http://www.worldbank.org/projects

يوسف العربي. (27 10, 2019). *10 عوامل جعلت الإمارات أكبر مركز للشركات الناشئة في الشرق الأوسط*. تاريخ الاسترداد 10 06, 2020، من جريدة الاتحاد: https://www.alittihad.ae/article/62970/2019/10

[1] بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد02، 2018، ص 420.

[2] ابراهيم الغامدي، الشركة الناشئة، مارس 2018،من www.mafaheem.info، بتاريخ الاسترداد 2020/06/10.

[3] نفس المرجع.

[4] بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد02، 2018، ص 422.

[5] المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، أليف تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية، الكويت، 2006 .

[6] صالح مهدي العامري، طاهر محسن الغالبي، ادارة الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، 2007 .

[7] نفس المرجع.

[8] خالد عبد الوهاب الباجوري، ريادة الاعمال مفتاح التنمية الاقتصادية في العالم العربي، اتحاد الغرف العربية: دائرة البحوث الاقتصادية، مصر، 2017.

[9] مسابقة منتدى MIT للشركات العربية الناشئة ، تأليف اطلاق مؤشر نضوج ريادة العمال: 12 عاما ص9.

[10] يوسف العربي، 10 عوامل جعلت الإمارات أكبر مركز للشركات الناشئة في الشرق الأوسط، جريدة الاتحاد، 27 اكتوبر 2019، من موقع: https://www.alittihad.ae/article/62970/2019/10 بتاريخ: 2020/06/10.

[11] يوسف العربي، 10 عوامل جعلت الإمارات أكبر مركز للشركات الناشئة في الشرق الأوسط، مرجع سبق ذكره.

[12] مشروع تمويل الشركات الناشئة والمنشآت الصغيرة والمتوسطة في تونس، من البنك الدولي : http://www.worldbank.org/projects، 2019، بتاريخ 02 06, 2020.

محاولة تقييم آليات التمويل المقاولاتي في الجزائر

–دراسة تحليلية تقويمية للوكالة الوطنية للقرض المصغر –

Attempt to assess the mechanisms of contracting finance in Algeria - Analytical evaluation of the National Microcredit Agency -

زهية قرامطية[1]، سمية بوخاري[2]

[1] جامعة البليدة2، gramtiazahia@gmail.com

[2] جامعة البليدة2، smboukhari@yahoo.fr

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تقييم آليات التمويل المقاولاتي في الجزائر دراسة تحليلية تقويمية للوكالة الوطنية للقرض المصغر حيث سلطت الدراسة الضوء على تقييم عمل هذه الوكالة إلى غاية تاريخ 31 /12/ 2019.

وقد خلصت الدراسة إلى أن القرض المصغر في الجزائر قدم حلولا فعالة لمكافحة البطالة ولو بنسب منخفضة ومن خلال فئات محددة شملتها إعانات وقروض هذا الجهاز، كما استطاعت الوكالة مرافقة الفئات الخاصة من خلال تميز الوكالة بوجود خلايا مرافقة على مستوى الدوائر.

الكلمات المفتاحية: التمويل المقاولاتي، المقاولاتية، القرض المصغر.

Abstract:

This study aims to try to evaluate the mechanisms of contracting finance in Algeria. It aims to analyze the evaluation of the National Microloan Agency, as the study shed light on the evaluation of the work of this agency until 31/12/2019.

The study found that the microloan in Algeria provided effective solutions to combat unemployment, even at low rates, and through specific groups covered by the subsidies and loans of this agency. The agency was also able to accompany special groups through the Agency's distinguished presence of accompanying cells at the district level.

Keywords: Contracting Finance, Contracting, Microcredit.

JelCodes:A14, A22, M13

المؤلف المرسل: سمية بوخاري ، الإيميل: smboukhari@yahoo.fr

1.مقدمة:

إن اهتمام الجزائر بالمقاولاتية لم يكن صدفة وإنما جاء لإعادة بناء منظومة اقتصادية تتماشى مع اقتصاد السوق، إذ تغيرت عدة بنود قانونية يأتي في مقدمتها قانون النقد و القرض **90 /10** الذي يتضمن أطر هامة في توجيه القطاع المصرفي للاستثمار الخاص الوطني والأجنبي دون تمييز ودون وضع أي قيود، ثم تواصلت إصلاحات بصدور قانون الاستثمار مؤرخ في **1993** و في إطار هذا المسعى تم تحرير الاستثمارات من كل القيود السابقة وإفساح طريق للخواص للاستثمار في جميع المجالات سواء كانوا محليين أو أجانب،كما عرفت الجزائر برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي و النمو حيث شكل هذا البرنامج المنعرج الحاسم في مجال تأطير وهيكلة قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وكذا البرنامج الإضافي لدعم النمو الاقتصادي حيث تم التركيز في هذه المرحلة على تصميم ووضع حيز التنفيذ البرامج الترقوية لتحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، و بعدها برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث أعدت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية برنامجا وطنيا لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ليأتي بعدها برنامج ميدا **(MEDA)** لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بدأت مختلف برامج التعاون الدولي التي تستفيد منها قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تؤتي ثمارها، وخاصة ما تعلق منها بالتعاون المتعدد الأطراف.

في هذا السياق،بادرت الجزائر إلى تبني جملة من الإصلاحات و التشريعات القانونية و مجموعة من برامج الدعم و التمويل وذلك بهدف توفير المناخ الملائم للنشاط المقاولاتي، من خلال أساليب متنوعة انحصرت في أجهزة عديدة ضمت هياكل داعمة وأخرى مرافقة لأصحاب المؤسسات الناشئة، من بينها الوكالة الوطنية للقرض المصغر.

1.1 إشكالية الدراسة: وعلى هذا الأساس فإن هاته الورقة تهدف إلى محاولة تقييم آليات التمويل المقاولاتي في الجزائر –دراسة تحليلية تقويمية للوكالة الوطنية للقرض المصغر –، وذلك من خلال الإجابة عن الإشكالية التالية: **ما هي آليات التمويل المقاولاتي في الجزائر؟ و ماهو دور الوكالة الوطنية للقرض المصغر في التمويل المقاولاتي لغاية 2019/12/31؟**

2.1 فرضيات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية يمكننا صياغة الفرضيات التالية كإجابات أولية للأسئلة المطروحة.

-تميزت سياسة التمويل المقاولاتي في الجزائر بفعالية كبيرة عبر أجهزة دعم المقاولاتية المختلفة .
-هناك استفادة كبيرة للمقاولين من مخصصات التمويل للوكالة الوطنية للقرض المصغر.

3.1 أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- تسليط الضوء على تقييم آليات التمويل المقاولاتي في الجزائر ؛
-تسليط الضوء على مؤشرات تقييم آليات التمويل المقاولاتي في الجزائر؛
- التعرف على طرق تمويل المقاولاتي للوكالة الوطنية للقرض المصغر؛
- التعرف على تحديات تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر.

4.1 منهج الدراسة:من أجل الوصول إلى أهداف الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعتبر هذا المنهج مناسبا وملائم لمثل هذا النوع من المواضيع، وهذا راجع لاعتماده على طريقة وصف الظاهر كما هي ثم تحليل أبعادها، كما يعتمد على وصف الدراسة النظرية من خلال الوصف والتفسير والتركيب، ليتم الوصول إلى النتائج النهائية، بالإضافة لاستخدام بعض الأدوات الإحصائية التي تتماشى مع الموضوع.

و إنطلاقا من الإشكالية السابقة ،ومن أجل التفصيل في كل ما سبق ارتأينا أن تتضمن هذه الورقة البحثية المحاور التالية:

- المحور الأول:مفاهيم أساسية حول المقاولاتية ؛
- المحور الثاني:التمويل المقاولاتي،رؤية عامة ؛
- المحور الثالث: الوكالة الوطنية لتسيير القرص المصغر (ANGEM) كآلية لدعم التمويل المقاولاتي في الجزائر.

2. مفاهيم أساسية حول المقاولاتية:

لقد أصبح مفهوم المقاولاتية مفهوما شائعا ومتداول، لما يحققه من أهمية اقتصادية واجتماعية من خلال توفير مناصب الشغل والمساهمة في دعم التنمية المحلية من خلال إنشاء المشاريع المقاولاتية،لذا سنتناول في هذا المحور ما يلي:

1.2 مفهوم المقاولاتية:

تعددت تعاريف المقاولاتية،و فيما يلي سوف نعرض أهمها كما يلي:

تعرف المقاولاتية على أنها :"عملية يتم من خلالها اكتشاف وتثمين واستغلال الفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية". (خذري،بن الطاهر،2013،ص:03)

و تعرف المقاولاتية على أنها:" نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية من أجل استغلال موارد وحالات معينة، تحمل المخاطرة وقبول الفشل، إنه مسار يعمل على خلق شيء ما مختلف والحصول على قيمة بتخصيص الوقت والعمل الضروري، مع تحمل الأخطار المالية، النفسية والاجتماعية المصاحبة لذلك، والحصول على نتائج في شكل رضا مالي وشخصي".(siomy, 2007,p:90)

كما تعرف المقاولاتية بأنها:هي القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال بكافة أنواعها عن طريق إنشاء مشروع جديد ذو قيمة.(مناد،2014،ص:49)

أيضا تعرف المقاولاتية:بأنها :" حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة".(Loue,p:04)

و من خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن المقاولاتية هي: الفعل الذي يقوم به المقاول والذي يتمثل في إنشاء مؤسسة جديدة ،كما يمكن أن تكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها.

2.2 أبعاد المقاولاتية:

تتمثل أبعاد المقاولاتية فيما يلي: (Verstraete,2001)

-**البعد المعرفي:** وهو نتيجة رؤية مقاولاتية عند المقاول وتتميز بفكر استراتيجي؛

-**البعد التنسيقي:** الناتج عن الفعل المقاولاتي والذي يقود المقاول للتموقع مقابل العديد من المتعاملين من مختلف الطبقات الاجتماعية حيث يقوم معهم بالتحكم في الشكل المنظماتي.

-**البعد الهيكلي:** الذي يهتم بالإدماج المقاولاتي وحول خاصية الغاية (الملموس) والذاتية (غير الملموس) هذه الصورة تضع المقاول ومنظمته في ارتباط وطيد وتحديد ما هو المدى الذي يؤثر فيه هذا الارتباط بشكل مهم على المنظمة ومنشئها.

3.2 صور المقاولاتية:

تتمثل أبرز صور المقاولاتية فيما يلي: (قوجيل،2017،ص ص:05-06)

- **المقاولاتية وفرص الأعمال:** من خلال هذا المفهوم يتبين أن الفرصة هي معلومة جديدة يتم استغلالها من طرف أفراد يمتلكون خاصيتين: الأولى هي امتلاكهم معارف داخلية مكملة لهذه المعلومة والتي تسمح لهم باستغلالها، والثانية أنهم يمتلكون بعض المميزات الخاصة من أجل تقييمها، الحصول على هذه المعلومة يثير الحس المقاولاتي لاستغلال هذه الفرصة.

- **المقاولاتية وإنشاء المنظمة:** من خلال هذه المقاربة فالمقاولاتية تعرف على أنها مجموعة المراحل التي تقود لإنشاء منظمة، معناه النشاطات التي يقوم من خلالها المقاول بتعبئة واستغلال الموارد من أجل تحويل الفرصة إلى مشروع منظم ومهيكل.

و عليه فحسب هذه المقاربة فالمقاول هو رجل استراتيجي قادر على إعداد رؤية مستقبلية مقاولاتية و قيادي قادر على قيادة التغيير الناتج عن النشاطات المقاولاتية.

- **المقاولاتية ومفهوم خلق القيمة:** هو المفهوم المتعلق بالمزيج (فرد – خلق القيمة) حيث عرفه **Bruyat** كحركية تغيير أن يكون الفرد في نفس الوقت عامل لخلق القيمة، بحيث يقوم بتحديد الطرق والأهداف ومجال وكيفية خلق القيمة. و يعرف **Fayolle** المقاولاتية كحالة تربط بصفة متلازمة شخص يمتاز بدافع شخصي قوي (استهلاك الوقت، المال، الطاقة ...الخ) ومشروع أو منظمة جديدة أو منظمة (قائمة) في شكل مقاولة، القيمة التي يتم خلقها تعود لأسباب تقنية، مالية، وشخصية التي تحصل عليها المنظمة المحركة والتي تمنح الرضا للمقاولين والمتعاملين أو المهتمين.

- **المقاولاتية والابتكار:** منذ أعمال **Shumpeter** اتفق الكتاب على أن الابتكار هو محرك النمو الاقتصادي، مع ذلك لم يكن هناك إجماع حول مفهومه، إذ يرجع الابتكار إلى قدرة المقاولين " على اقتراح أفكار جديدة من أجل منح أو إنتاج سلع أو خدمات جديدة أيضا من أجل إعادة تنظيم المؤسسة، الابتكار هو إنشاء مؤسسة وإنه اكتشاف أو تحويل منتج، إنه اقتراح طريقة جديدة للعمل، التوزيع أو البيع".

4.2 متطلبات الثقافة المقاولاتية: قبل أن نتطرق إلى متطلبات إرساء الثقافة المقاولاتية،سنتطرق أولا إلى مفهوم الثقافة المقاولاتية:

4.2. 1 مفهوم الثقافة المقاولاتية:

لقد تعددت مفهوم الثقافة المقاولاتية، وفيما يلي سوف نعرض أهمها كما يلي:

-**الثقافة المقاولاتية:** هي مجموعة من المدخلات المتمثلة في الأفكار،القيم،الموارد،المعارف، الخبرات...ثم العمليات التي هي عبارة عن مسار الإنشاء وتفاعل العناصر المكونة للمدخلات ثم المخرجات التي تتمثل في السلوكيات،الإجراءات،الإستراتيجيات،المنتجات،الخدمات (بداوي،2015/2014 ، ص:19)

-**الثقافة المقاولاتية:** هي عملية التعرف على الفرص و جميع الموارد الكافية ذات الطبيعة المختلفة من أجل تحويلها إلى مؤسسة (الجودي،2015،ص:16)

من خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن: الثقافة المقاولاتية هي كل ما يميز المقاول من معارف، قيم ،سلوكيات... تجعله يرغب في إنشاء مؤسسة صغيرة خاصة به والعمل بكل استقلالية.

4.2. 2 عناصر الثقافة المقاولاتية: تتركب عناصر الثقافة المقاولاتية من: (بداوي، 2015/2014، ص ص:78-79)

-الحاجة إلى الإنجاز: أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتميز، ولذلك فالمقاول دائما يقيم أداءه وإنجازه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

-الرؤيا المستقبلية: أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.

-الثقة بالنفس:حيث يمتلك المقومات الذاتية و القدرات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة التحديات المستقبلية.

-التضحية والمثابرة: يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمان إستمراريتها ،إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية ،ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما ينبع من خلال الاجتهاد والعطاء.

-الرغبة في الاستقلالية: ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوافر لديهم الموارد المالية الكافية .

4.2. 3 مقومات الثقافة المقاولاتية: لا تتشكل الثقافة المقاولاتية من العدم إذ توجد ركائز و مقومات ساعدت في وجودها، وتتمثل هذه المقومات فيما يلي: (بداوي،2015/2014 ، ص ص:76-77)

-المحيط الاجتماعي: يعتبر المحيط الاجتماعي عنصر مهم في الدفع نحو إنشاء المؤسسات نظرا لتركيبة البشرية المعقدة ، حيث نجد أن هناك مجتمعات تبنت الفكر المقاولاتي كخيار اقتصادي دون غيرها من المجتمعات.(إبراهيم ،2011،ص:17)

-الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها و دفعهم لبناء مؤسسات خاصة بهم ، وهذا من خلال تشجيع أبنائهم منذ الصغر على تحمل بعض المسؤوليات البسيطة .

-**المدرسة:** لها كذلك دور فعال في نشر و تنمية الفكر المقاولاتي.

-**الدين:** المقاول حامل الثقافة المقاولاتية لابد أن يستمد و يتسم بمجموعة من الصفات الموجودة في جميع الديانات السماوية.

-**العادات والتقاليد:** للعادات و التقاليد دور كبير في بروز ثقافة المقاولة فمثلا التجمعات البدوية تمارس الزراعة و الرعي مع وأبناءها ،أما الصناعات التقليدية و الأنشطة التجارية تتوارثها الأجيال.

3. التمويل المقاولاتي، رؤية عامة

تعتبر وظيفة التمويل من الوظائف البالغة الأهمية في مختلف المنشآت، وذلك لما يترتب على عمليات التمويل من اتخاذ مجموعة من القرارات، أهمها القرارات المتعلقة باختيار مصادر التمويل والقرارات المتعلقة بالائتمان.

1.3مفهوم التمويل المقاولاتي:

عرف مفهوم التمويل المقاولاتي تطورا ملحوظا كنتيجة لارتفاع حدة المنافسة، و يمكن تعريفه كما يلي:

-**التمويل المقاولاتي:** هو الإمداد بالأموال في أوقات الحاجة إليها (العاج،2010،ص:21)، بحيث يجب على طالب التمويل أن يقوم بتحديد دقيق لوقت الحاجة إليه، والبحث عن مصادر للأموال، ويحاول التقليل قدر الإمكان من المخاطر التي تصاحب عملية التمويل.

-**التمويل المقاولاتي:** هو عملية تجميع لمبالغ مالية وجعلها تحت تصرف المشروع المقاولاتي بصفة دائمة ومستمرة (Elie,1991,p :190).

-**التمويل المقاولاتي:** هو مختلف الأنشطة التي تتضمن مختلف أعمال، المؤسسات للحصول على النقدية اللازمة للوفاء بالتزامات الغير في مواعيد استحقاقها.

و من خلال هذه التعاريف، يمكن القول أن التمويل المقاولاتي هو توفير الأموال اللازمة من المصادر المختلفة وفي الوقت المناسب لاستثمارها في المجال المقاولاتي، و تكوين رأس المال الثابت.

2.3 أهداف التمويل المقاولاتي: للتمويل المقاولاتي عدة أهداف، تتجلى من خلالها أهمية ودور التمويل وتتمثل فيما يلي:

-توفير السيولة الضرورية للمشروع المقاولاتي بإمداد بالتجهيزات اللازمة؛

-تسهيل مختلف التدفقات النقدية والمالية بين مختلف الأعوان الاقتصادية، بضمان توظيف الموارد خاصة فيما بين الهيئات المالية، والأعوان الاقتصادية الأخرى؛

-تغطية جزءا من تكاليف المشروع المقاولاتي.

3.3 أنواع التمويل المقاولاتي:

يقسم التمويل إلى عدة أنواع حسب المنظار الخاص به، يمكن تصنيفه وفق مدّته (قصير، متوسط أوطويل)، وحسب المصدر (داخلي، خارجي)، أومن حيث الغرض (استغلال، استثمار).

3.3. **1 التمويل حسب المدة:** يمكن تصنيف التمويل حسب المدة الزمنية التي يستغرقها المبلغ المقدّم للمشروع المقاولاتي إلى ما يلي:

-**التمويل قصير الأجل:** يقصد بالتمويل قصير الأجل، تلك الأموال التي يحصل عليها المشروع المقاولاتي من الغير وتلتزم بردها خلال فترة لا تزيد عن العام، ويطرح هذا التمويل مشكلتين، الأولى تتعلق بالمدى الذي يمكن أن يذهب إليه المشروع في الاعتماد على هذا النوع من التمويل، أما الثانية فتتعلق بكيفية المفاضلة بين المصادر المتاحة منه (الهنيدي،1998،ص:05).

-**التمويل المتوسط الأجل:** يقصد بالتمويل متوسط الأجل، تلك الأموال التي يحصل عليها المشروع من الغير، وهي التي لا يمكن له استردادها إلا في فترة متوسطة تكون عادة أكثر من سنة، بغرض تمويل بعض العمليات الرأسمالية التي تقوم بها المشروعات، مثل شراء وحدات جديدة للمصنع أو إجراء تعديلات جوهرية تؤدي إلى تطوير الإنتاج،كما تمنح أيضا لأغراض التوسع (أبو سلطان،2005،ص:406).

-**التمويل طويل الأجل:** يقصد بالتمويل طويل الأجل، تلك الأموال التي يحصل عليها المشروع من الغير وهي التي تزيد مدتها عن خمس سنوات، والتي تمنح بغرض تمويل مشروعات الإسكان والمشروعات العقارية واستصلاح الأراضي، وبناء مصانع، وشراء الآلات...إلخ.

3.3. 2 التمويل حسب المصدر: يمكن تصنيف التمويل حسب المصدر إلى مصادر داخلية وأخرى خارجية:

-**مصادر التمويل الداخلية:** تعتمد المؤسسة في الجزء الأكبر من احتياجاتها التمويلية على مواردها الذاتية بالإضافة إلى الموارد المالية لأفراد العائلة والأصدقاء.

-مصادر التمويل الخارجية: في ظل عدم كفاية مصادر التمويل الداخلية، تلجأ المؤسسة إلى مصادر وإمكانيات خارجية، تمكّنها من سدّ فجوة التمويل وتساعدها في تنمية نشاطاتها المتزايدة.

3.3. 3 التمويل حسب الغرض: يمكن تصنيف التمويل حسب الغرض منه إلى ما يلي:

-قروض الاستغلال: هي تلك القروض التي تقلّ مدتها عن سنة واحدة، وتشمل تلك القروض التي تمنح لتمويل رأس مال العامل عادة.

-قروض الاستثمار: هي تلك القروض الموجّهة لتمويل الأصول الثابتة للميزانية،وعليه فإن طبيعة هذه القروض من حيث المدة، الشروط،الضمانات،الأخطار،العائد...وتختلف عن تلك الموجهة للاستغلال. (BOUYAKOUB,2000,p :252)

4. الوكالة الوطنية لتسيير القرص المصغر (ANGEM) كآلية لدعم التمويل المقاولاتي في الجزائر: تزايد اهتمام الجزائر على غرار باقي الدول في الآونة الأخيرة بالتمويل المقاولاتي، والذي يعتبر ركيزة أساسية من أجل تحريك عجلة التنمية وبذلك بناء اقتصاديات قوية تحميها من مختلف المخاطر، من خلال أساليب متنوعة انحصرت في أجهزة عديدة ضمت هياكل داعمة وأخرى مرافقة لأصحاب المؤسسات الناشئة، من بينها الوكالة الوطنية للقرض المصغر.

1.4 نشأة الوكالة الوطنية لتسيير القرص المصغر (ANGEM)

ظهر القرض المصغر لأول مرة في الجزائر سنة 1999 إلا انه لم يعرف – في صيغته السابقة– النجاح الذي كانت تتوخاه السلطات العمومية منه، بسبب ضعف عملية المرافقة للمشاريع. وقد تبين ذلك خلال الملتقى الدولي الذي نظم في ديسمبر 2002 حول موضوع " تجربة القرض المصغر في الجزائر "، وبناء على التوصيات المقدمة خلال هذا التجمع، الذي ضم 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 الأول المكلف بالتشغيل والمتابعة العملية لمجمل نشاطها. (المواد 01-02-03،2004،ص:08)

وتتمثل المهام الأساسية للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر فيما يلي: (المواد 05،2004،ص ص: 08-09)

-تسيير جهاز القرض المصغر وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما؛

-تدعم المستفيدين وتقدم لهم الاستشارة وترافقهم في تنفيذ أنشطتهم؛

-تمنح قروض بدون فوائد و تبلغ المستفيدين أصحاب المشاريع المؤهلة للجهاز بمختلف الإعانات التي تمنح لهم، والتي تربطهم بالوكالة، ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بتنفيذ مشاريع وبهذه الصفة تكلف الوكالة على الخصوص بما يأتي:

-تنشئ قاعدة للمعطيات حول الأنشطة والمستفيدين من الجهاز؛

-تقدم الاستشارة والمساعدة للمستفيدين من جهاز القرض المصغر في مسار التركيب المالي ورصد القروض؛

-تقيم علاقات متواصلة مع البنوك والمؤسسات المالية في إطار التركيب المالي للمشاريع وتنفيذ خطة التمويل ومتابعة إنجاز المشاريع واستغلالها والمشاركة في تحصيل الديون غير المسددة في آجالها؛

-تبرم اتفاقيات مع كل هيئة أو منظمة يكون هدفها تحقيق عمليات الإعلام، والتي التحسين ومرافقة المستفيدين من جهاز القرض المصغر في إطار أنشطتهم وذلك لحساب الوكالة.

2.4 أنماط التمويل في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر

تكون أنماط التمويل من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لحاملي المشاريع من خلال تسيير صيغتين من التمويل تسمحان باقتناء عتاد صغير ومواد أولية لممارسة نشاط أو تجسيد مشروع معين وهما: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ،2011،ص ص:08-09)

-تمويل شراء المواد الأولية: ويتمثل في قرض بدون فائدة بقيمة 100.000 دج والذي يمكن أن تصل قيمته إلى 250.000 دج في ولايات الجنوب موجهة لشراء المادة الأولية، يتم تسديده على مدى من 24 إلى 36 شهرا.

-التمويل الثلاثي: ويتمثل في قرض بقيمة لا تتعدى1000.000 دج من أجل اقتناء وعتاد صغير ومادة أولية لازمة لإنشاء مؤسسة، ويتم تسديده على مدى من 12 إلى 60 شهرا (من سنة إلى خمس سنوات)، وفي الجدول رقم(01) الموالي نوضح أنماط التمويل المذكورة سابقا:

الجدول رقم(01): يبيّن أنماط التمويل للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

قيمة المشروع	صنف المقاول	المساهمة الشخصية	القرض المصغر	سلفة الوكالة
لا تتجاوز 10.000دج	كل الأصناف(شراء مواد أولية)	%0	-	%10
لا تتجاوز 250.000 دج	كل الأصناف (شراء مواد أولية، على مستوى ولايات الجنوب)	%0	-	%10
لا تتجاوز 1.000.000 دج	كل الأصناف	%1	%70	27

المصدر: على الرابط الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:**http//www.Angem.dz** اطلع عليه بتاريخ: 14أفريل2020.

أما فيما يخص الامتيازات الجبائية المقدمة في إطار جهاز الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، فتتمثل في:

-إعفاء كلي من الضريبة على الدخل الإجمالي والضريبة على أرباح الشركات لمدة ثلاث سنوات؛

-إعفاء من الرسم العقاري على البنايات المستعملة في النشاطات التي تمارس لمدة ثلاث 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 من الرسم على النشاط المهني المستحق عند نهاية فترة الإعفاءات، وذلك خلال الثلاث 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%.

أما فيما يخص شروط التأهيل للاستفادة من القرض المصغر، فتتمثل في:

-بلوغ سن18 سنة فما فوق؛

-عدم امتلاك دخل أو مدا خيل غير ثابتة و غير منتظمة؛

-إثبات مقر الإقامة؛

-التمتع بمهارة مهنية تتوافق مع النشاط المرغوب انجازه؛

-عدم الاستفادة من مساعدة أخرى لإنشاء نشاط ما؛

-القدرة على دفع المساهمة الشخصية التي تقدر ب 1 % من الكلفة الإجمالية للنشاط؛
دفع الاشتراكات لصندوق الضمان المشترك للقروض المصغرة ؛
-الالتزام -حسب جدول زمني محدد- بتسديد:
-القرض للبنك؛
-مبلغ السلفة بدون فوائد للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

3.4 حصيلة إنجازات الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر إلى غاية 2019/12/31

لقد حققت الوكالة جملة من الإنجازات الهامة منذ نشأتها إلى غاية 2019/12/31، أهمها عدد القروض المصغرة الممنوحة والتي قدرت بـ **985 919** دج، تتوزع حسب: نمط التمويل، حسب الجنس، حسب قطاع النشاط، حسب الشريحة العمرية، حسب مستوى التعليم، وكذا التمويل للفئات الخاصة كما يلي:

3.4 .1 توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر إلى غاية 2019/12/31 حسب نمط التمويل: يعكس الجدول الموالي آليات توزيع القروض الممنوحة من قبل الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بدون فوائد لشراء المواد الأولية،و لإنشاء مشروع،بحيث:

الجدول رقم(02):يبيِّن توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب نمط التمويل إلى غاية 2019/12/31

نمط التمويل	عدد القروض الممنوحة	النسبة المئوية
عدد القروض بدون فوائد لشراء المواد الأولية	832247	%90,46
عدد القروض بدون فوائد لإنشاء مشروع	87738	%9,54
المجموع	985 919	%100

المصدر: على الرابط الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:www.Angem.dz //http اطلع عليه بتاريخ: 14أفريل2020

بناءا على الجدول رقم (02): نلاحظ أن عدد القروض الممنوحة كان الجزء الأكبر منها خاص بشراء المواد الأولية 90,46% وبالنسبة عدد القروض بدون فوائد لإنشاء المشروع فكانت نسبته ضئيلة مقارنة بالسابقة 9,54%. حيث يخدم القرض المصغر نشاطات اقتصادية صغيرة بفضل نوع من الدعم فلا يكرس فكرة الاتكال المحض بل يرتكز أساسا على "الاعتماد على النفس"،"المبادرة الذاتية" و "على روح المقاولة". لهذا الغرض فإن القرض المصغر يوفر خدمات

مالية متماشية مع احتياجات المواطنين غير المؤهلين للاستفادة منه. والاهتمام بالنوع الأول من القروض هو نتيجة وجود فترة إعفاء من التسديد تقدر بثلاثة أشهر على أن تسدد السلفة على 04 أقساط وفق جدول زمني محدد على مدة 12 شهر أي سنة.

3.4 .2 توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر إلى غاية 2019/12/31 حسب الجنس: و من خلال الجدول رقم (03) سنوضح عدد ونسبة المستفيدين من القروض الممنوحة حسب الجنس:

الجدول رقم(03): يبيّن توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب الجنس إلى غاية 2019/12/31

جنس المستفيد	عدد القروض الممنوحة	النسبة المئوية
نساء	584995	%63,59
رجال	334990	%36,41
المجموع	985 919	%100

المصدر: على الرابط الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:**www.Angem.dz** //http اطلع عليه بتاريخ: 14أفريل2020.

من الجدول رقم (03) نلاحظ أن أغلبية القروض الممنوحة من طرف الوكالة كان الجزء الأكبر منها من نصيب النساء والتي قدرت بنسبة 63,59%، والتي تفوقت على جنس الذكور حيث قدرت نسبة القروض الممنوحة لهم بـ 36,41%، مما يدل على الإقبال الكبير للنساء من أجل الحصول على القروض الممنوحة من طرف الوكالة لتماشيها مع حجم المشاريع التي يرغبن في إنشاءها وتتماشى مع حجم القروض دون تحمل مخاطر كبيرة.

3.4 .3 توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب قطاع النشاط إلى غاية 2019/12/31: إن الأنشطة التي تموّلها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب نوع النشاط تتمثل في أنشطة صناعية، أنشطة فلاحية، الصناعات التقليدية، الخدمات، المباني والأشغال العمومية، نشاطات تجارية صغيرة كما يلي:

-الصناعة: تتمثل في:

***صناعة غذائية:** صناعة العجائن الغذائية، الكسكس، الخبز، حلويات عصرية و تقليدية، صناعة الشوكلاطة، المرطبات، البوظة، تحميص و رحي القهوة، تعليب السمك، تحميص و تغليف الفول السوداني.

***صناعة الألبسة:** الألبسة الجاهزة، خياطة الملابس، نسج الملابس، الحياكة، صنع الأغطية المنزلية (عدة السرير، المطبخ، المفروشات).

***الصناعة الجلدية:** الأحذية التقليدية، الألبسة.

***الصناعة الخشبية:** الأثاث، منتجات خشبية، صناعة السلال، الصناعة المعدنية، صناعة الأقفال، الحدادة.

-**الفلاحة:** و تشمل:

-**تربية الماشية:** تسمين الأبقار، الأغنام، الماعز، إنتاج اللحوم والحليب، تربية الدواجن و الأرانب والنحل.

-**فلاحة الأرض:** إنتاج البذور، الفواكه و الخضر (التجفيف والتخزين)، مشتلة الزهور و نباتات الزينة.

-**الصناعة التقليدية:** تتمثل في صناعة النسيج و الزرابي التقليدية، خياطة الملابس التقليدية، الطرز التقليدي، الرسم على الحرير و القطيفة و الزجاج، أدوات الزينة، الفخار، المنتجات المصنوعة بالزجاج، النقش على الخشب.

-**الخدمات:** تتمثل في:الإعلام الآلي، الحلاقة و التجميل، الأكل السريع، تصليح السيارات و مختلف التجهيزات.

-**الصحة**: عيادة الطبيب، طبيب الأسنان.

-**المباني والأشغال العمومية:** تتمثل في: أشغال البناء، أعمال متعلقة بالمباني: الكهرباء، الدهن، السباكة، النجارة، صناعة حجر البناء...

-**نشاطات تجارية صغيرة.**

و سنوضح من خلال الجدول الموالي آليات توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب قطاع النشاط.إلى غاية 2019/12/31 :

الجدول رقم:(04):يبيِّن توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب قطاع النشاط إلى غاية 2019/12/31

	عدد القروض الممنوحة	النسبة المئوية
الفلاحة	125301	%13,62
الصناعات الصغيرة	364837	%39,66
البناء والأشغال العمومية	79897	%8,68
الخدمات	182806	%19,87
الصناعات التقليدية	161857	%17,59
التجارة	4404	%0,48
الصيد البحري	883	%0,10
المجموع	985 919	%100

المصدر: على الرابط الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:**http// www.Angem.dz** اطلع عليه بتاريخ: 14أفريل2020.

يتبين لنا من الجدول رقم (04) أن عدد القروض الممنوحة كان يقدر بـ **985 919** قرضا، وأغلبيتها في قطاع الصناعات الصغيرة بنسبة 39,66% من إجمالي القروض الممنوحة المصرح بها، ويعود ذلك إلى أن المبالغ المسموح بها في إطار الوكالة صغيرة وتتماشى مع هذا النوع من الأنشطة مع رغبة المستفيدين فيها، يليها قطاع الخدمات بنسبة 19,87% والذي يفضله العديد من المستفيدين نتيجة قلة التكلفة وعدم تطلبه لخبرة واسعة للدخول إليها، ومن ثم الصناعات التقليدية بنسبة 17,59% والتي في معظمها تستهوي النساء الماكثات بالبيوت ،واللاتي تكون لديهن الرغبة في ممارسة نشاط قريب من إمكانياتهم العملية في كل منطقة ،كما يلجأ لها العديد من الحرفيين الرجال أيضا، و يليها قطاعات أقل شأنا من سابقتها كقطاع الفلاحة وقطاع البناء والأشغال العمومية والتي قدرت نسبهم بـ 13,62%و8,68%على التوالي، إلا أن هناك بعض القطاعات شبه مهملة من المقترضين كقطاع التجارة والصيد البحري نسبهم ضعيفة جدا والتي قدرت نسبهم ب 0,48% و0,10%تواليا من إجمالي القروض الممنوحة.

3.4 .4 توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب الفئة العمرية إلى غاية 2019/12/31 : سنبرز من خلال الجدول الآتي عدد القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب الفئة العمرية.

الجدول رقم(05): يبيِّن توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب الفئة العمرية إلى غاية 2019/12/31

الشريحة العمرية	عدد القروض الممنوحة	النسبة المئوية
29 - 18سنة	329903	%35,86
39 - 30 سنة	125288	%31,32
49 - 40 سنة	292169	%18,40
59 - 50 سنة	95484	%10,38
فما فوق سنة60	37181	%4,04
المجموع	985 919	%100

المصدر: على الرابط الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:http// www.Angem.dz اطلع عليه بتاريخ: 14أفريل2020

من الجدول رقم (05) نلاحظ أن الفئة العمرية (18-29) كانت أكثر طلبا واستفادة من القروض بنسبة 35,86%، تليها الفئة (30-39) بنسبة 31,32% وهي تعد من الفئات الشبابية التي أقبلت على الوكالة خاصة بعدما أسقطت الحكومة بصفة رسمية الفوائد على القروض الموجهة لتمويل مشاريع القرض المصغر، موازاة مع رفع سقف القروض المصغرة بدون فوائد لاسيما تلك الموجهة لولايات الجنوب، وهي القروض دون فائدة ما بين 10 ملايين سنتيم إلى 100 مليون .ثم تأتي في المرتبة الثالثة في الترتيب الفئة (40-49) بنسبة 10,38%، أما الفئات الأكبر سنا فكانت نسب استفادتها ضعيفة مقارنة بالأخرى.

3.4 .5 توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب مستوى التعليم إلى غاية 2019/12/31: سنعرض توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب مستوى التعليم:

الجدول رقم(05):يبيّن توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب مستوى التعليم إلى غاية 2019/12/31

مستوى التعلم	عدد القروض الممنوحة	النسبة المئوية
دون المستوى	143333	%15,58
متعلم	13869	%1,51
ابتدائي	137385	%14,93
متوسط	458903	%49,84
ثانوي	129266	%14,05
جامعي	37229	%4,05
المجموع	985 919	%100

المصدر: على الرابط الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:**http//www.Angem.dz** اطلع عليه بتاريخ: 14أفريل2020.

من الجدول رقم (06) نلاحظ أن الحاصلين على قروض الجهاز الأكبر نسبة هم من ذوي التعليم المتوسط بنسبة 49,84%، تليها فئة دون المستوى ثم الابتدائي والثانوي بنسب أقل على الترتيب، أما في ما يتعلق بفئتي المتعلم والجامعي فتوجههم للجهاز أقل، وذلك كون الوكالة الوطنية للقرض المصغر أنشأت أساسا في خطوة للبحث عن التكامل الاقتصادي والاجتماعي للفئة المستهدفة عن طريق إنشاء أنشطة إنتاج السلع والخدمات وكذا الأنشطة التجارية. كما يغطي هذا النوع من القروض تمويل حيازة العتاد الصغير والمواد الأولية وتغطية المصاريف الأساسية لإطلاق النشاط. في مقابل استيفاء الراغبين في الاستفادة من القرض المصغر لمجموعة من الشروط المتعلقة بعامل السن والخبرة وكذا مستوى المساهمة الشخصية، وهذه الشروط تماشى أكثر مع الفئات ذات النسبة الأكبر من المتوسط ودون المستوى.

3.4 .6 توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب الفئات الخاصة إلى غاية 2019/12/31 :من خلال الجدول الموالي سنوضح مختلف القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب الفئات الخاصة

الجدول رقم(07): يبيّن توزيع القروض الممنوحة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حسب الفئات الخاصة إلى غاية 2019/12/31

الفئات	التمويل		
	النساء	الرجال	المجموع
الأشخاص ذوي إعاقة	589	1040	1629
المحبوسين المفرج عنهم	66	1810	1876
ضحايا المأساة الوطنية	174	228	402
المرشحين للهجرة غير الشرعية	9	86	95
الأشخاص المصابين بفيروس نقص المناعة البشرية / السيدا	61	2	63
المهاجرين غير الشرعيين عائدين	1	769	770
المجموع	900	3935	4835

المصدر: على الرابط الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:**http// www.Angem.dz** اطلع عليه بتاريخ: 14أفريل2020

من الجدول رقم (07) نلاحظ أن الوكالة الوطنية للقرض المصغر استطاعت مرافقة هذه الفئات من خلال تميز الوكالة بوجود خلايا مرافقة على مستوى الدوائر، حيث يحصل المواطنون على التوجيه والمرافقة، وقد ارتأت وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة عن طريق الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر إلى عقد اتفاقيات منها: اتفاقية بين الوكالة والفيدرالية الجزائرية للأشخاص ذوي الإعاقة، بالإضافة إلى الأيام الإعلامية داخل مراكز إعادة التربية، والأبواب المفتوحة حول الجهاز في اليوم الوطني للمعاقين... لذلك فجهاز القرض المصغر يعد آلية للإدماج الاجتماعي والاقتصادي لكل شرائح المجتمع وعليهم استغلالها من طرف الجميع قصد المشاركة الفعالة في التنمية.

5.خاتمة: من خلال ما سبق يمكن إيجاز أهم النتائج والتوصيات كما يلي:

1.5 النتائج: من خلال ماسبق يمكننا عرض النتائج التالية:

-إن أغلبية القروض الممنوحة من طرف الوكالة الوطنية للقرض المصغر كان الجزء الأكبر منها من نصيب النساء؛

-أغلب القروض الممولة من الوكالة الوطنية للقرض المصغر هي في قطاع الصناعات الصغيرة، ويعود ذلك إلى أن المبالغ المسموح بها في أطار الوكالة صغيرة وتتماشى مع هذا النوع من الأنشطة مع رغبة المستفيدين فيها؛

-أغلب الحاصلين على قروض الوكالة الوطنية للقرض المصغر هم من ذوي التعليم المتوسط والابتدائي ودون المستوى، أما في ما يتعلق بفئتي المتعلم والجامعي فتوجههم للجهاز أقل؛

-إن الفئات الشبابية كانت أكثر طلبا واستفادة من القروض التي أقبلت على الوكالة خاصة بعدما أسقطت الحكومة بصفة رسمية الفوائد على القروض الموجهة لتمويل مشاريع القرض المصغر؛

-استطاعت الوكالة الوطنية للقرض المصغر مرافقة الفئات الخاصة من خلال تميز الوكالة بوجود خلايا مرافقة على مستوى الدوائر، حيث يحصل المواطنون على التوجيه والمرافقة؛

-قدم القرض المصغر في الجزائر حلولا فعالة لمكافحة البطالة ولو بنسب منخفضة ومن خلال فئات محددة شملتها إعانات وقروض هذا الجهاز.

2.5 **التوصيات:** و بناءا على النتائج السابقة يمكن طرح بعض التوصيات من بينها ما يلي:

-ضرورة تطوير آليات نشر الفكر المقاولاتي في المجتمع،كاقتراح مشاريع إنتاجية مبتكرة تقوم بطرحها الهيئات الممولة بناءا دراسات تقوم بها حسب احتياجات السوق وخصائص وإمكانيات كل منطقة، وإعطاء أولوية للقطاعات الإستراتيجية خاصة الفلاحية والصناعية؛

-لنجاح انتشار الفكر المقاولاتي بين الشباب في الجزائر يستوجب الأمر توافر العديد من العناصر المكملة على رأسها التكوين والمرافقة الفعالة والتعليم المقاولاتي؛

-ضرورة تفعيل دور البنوك وإلزامها بدراسة الملفات في وقت قصير أو إنشاء وكالات بنكية بغلافات مالية تخصص فقط لهذا النوع من القروض،أو تشجيع البنوك الخاصة للمشاركة في التمويل المصغر،وذلك من خلال سن وتفعيل التشريعات والقوانين والأنظمة المحفزة على ذلك.

6.قائمة المراجع:

1.6.باللغة العربية:

- **المؤلفات:**
  - أبو سلطان محمد سعيد ، 2005، **إدارة البنوك**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
  - العاج طارق ، 2010، **مبادئ التمويل**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
  - الهنيدي منير إبراهيم ،1998، **الفكر الحديث في مجال مصادر التمويل**، منشأة المعارف ،الإسكندرية.
- **الأطروحات :**

- إبراهيم بشير ،2010-2011 ، "**دور الإختبارات الاتصالية للمقاول في تجسيد الأفكار الإبداعية**"، مذكرة ماجستير ،كلية الاعلام والإتصال، جامعة عنابة .

- بداوي سفيان، ثقافة المقاولة لدى الشباب الجزائري المقاول-دراسة ميدانية بولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2015/2014.

- الجودي محمد علي ،**نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي**، 2014-2015 ،أطروحة دكتوراه ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة .

- مناد لطيفة،2013 -2014،"**المرأة المقاولة و المشاركة الاقتصادية في الجزائر**"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة تلمسان .

- **المداخلات:**

- توفيق خذري و حسين بن الطاهر،أيام :5-2013/6 ،"**المقاولة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر :المسارات والمحددات**"،مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وأفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ،جامعة الوادي ،الجزائر.

- **تقارير و منشورات:**

- قوجيل محمد،2017/2016، **محاضرات في مقياس المقاولاتية**، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

- **قوانين و تشريعات:**

- المواد 03،02،01 من المرسوم التنفيذي رقم04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004، الصادرة بتاريخ 25 جانفي 2004، ،**يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتحديد قانونها الأساسي**، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**،العدد06.

- المادة 05 من المسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004، الصادرة بتاريخ 25 جانفي 2004، ،**يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتحديد قانونها الأساسي**، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد06.

- المرسوم التنفيذي رقم 11-134 المؤرخ في 22 مارس 2011، الصادرة بتاريخ 27 مارس 2011،**الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 19.

2.6.باللغة الأجنبية:

- **Livres :**

-Farouk Bouyakoub,2000, **L'entreprise Et Le Financement Bancaire**،Casbah Éditions، Alger .

-Elie Cohen ,1991,**Gestion Financière De L'entreprise Et De Développement Financier** ,Edicef,،Paris.

- **Mémoires :**

−Siomy, M. **Développement Des Compétences Des Leaders En Promotion De La Culture Entrepreneuriale Et De L'entrepreneurship: Le Cas De Rendez Vous Entrepreneuriat De La Francophone**, Octobre 2007,Thèse Pour L'obtention De Philosophie Doctorat (Ph.D.) . Québec: Université Lava.

−Loue, M. L. **L'internationalisation Des PME Et Ses Conséquences Sur Les Stratégies Entrepreneuriales**. Le 8èmecongrés International Francophone(Cife PME) . Haute École De Gestion.

- **Revues**

−Verstraete, T,2001,**Entrepreneuriat: Modélisation De Phénomène**. Revue De L'entrepreneuriat,Vol 1, Nº 1.

الابتكار في الشركات الناشئة كآلية للتفوق الاقتصاديوفقًا لمؤشر الابتكار العالمي

Innovation in emergingcompanies"Startups "as a mechanism for EconomicsuperiorityAccordingtotheGlobalInnovationIndex

فواز هذلي[1]، ميلود بن خيرة[2]

[1]مخبر بحث: العولمة وانعكاساتها على اقتصاديات دول الشمال الإفريقي واختبار مدى إمكانية إنشاء اتحاد موحد لشمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي (الشلف)، f.hadli@univ-chlef.dz-

[2]مخبر بحث: مخبر بحث الأنظمة المالية والمصرفية والسياسات الاقتصادية الكلية في ظل التحولات العالمية، جامعة حسيبة بن بوعلي (الشلف)m.benkhira@univ-chlef.dz

الملخص:

يهدف البحث إلى التعرف على الشركات الناشئة ومميزاتها والتعرف على مفهوم الابتكار وأهميته وخطواته، كما يهدف إلى توضيح العلاقة بين الابتكار في الشركة الناشئة والتفوق الاقتصادي من خلال مؤشر الابتكار العالمي مع نماذج ناجحة.

وتم التوصل من خلال البحث إلى أن الابتكار مؤشر على التفوق الاقتصادي للدول التي تعتمده في مؤسساتها بما في ذلك الشركات الناشئة التي تشكل في مجملها اقتصاديات الدول وكان من توصياتنا التوجه نحو دعم الشركات الناشئة والتشجيع عليها كونها مصدر للابتكار .الذي بدوره يعتبر مؤشرا على التفوق الاقتصادي .

الكلمات المفتاحية: الشركات الناشئة، الابتكار.

Abstract:

The researchaims to identifyemergingcompanies and theiradvantages and to know the concept of innovation and its importance and steps, as itaims to clarify the relationshipbetween innovation in startups and economicstrengththrough the Global Innovation Index throughsomesuccessfulcompanies..

It has been foundthroughresearchthat innovation is an indication of the economicsuperiority of countries thatembraceit in its institutions, including startups, whichconstitute the economies of all countries, and one of ourrecommendationswas to go towardssupporting and encouraging startups as a source of innovation, which in turnis an indication of economicsuperiority.

Keywords: Startups. Innovation.

JelCodes:D2. L1

المؤلف المرسل: هذلي فواز، الإيميل:f.hadli@univ-chlef.dz

1.مقدمة:

لقد عاشت المنظمات تحديات مستمرة وتهديدات فرضت عليها العمل بآليات جديدة، وتبني المداخل الإستراتيجية الجديدة التي من شأنها أن تقودها إلى التفوق والتنافسية ، ولعل من بين هذه الاستراتيجيات إن لم نقل أهمها الإبداع والابتكار.

ويمثلالتفكيرالابتكاريوالاستراتيجي أحد المتطلبات الأساسية في الإدارة المعاصرة، وبقدر كبير في تنمية الأفكار الجديدةوتحليلهاواالاختيار من بينها، والبحث عن أفضل السبل والإمكانات بهدف تحقيق المكانة والموقع المتميز، وفق منظور استراتيجي يحقق فرصاً مستقبليةيصعب على الآخرين الوصول إليها بنفس المستوى.

وتتسابق كل الدول في العالم إلى الوصول لأعلى درجات النمو والتفوق الاقتصادي، من خلال مؤسساتها ومنظماتها بما فيها المؤسسات المصغرة والمعروفة بالناشئة، ويعتبر مؤشر الابتكار العالمي دليلا لمدى اعتماد إستراتيجية الإبداع والابتكار وبالتالي يمكن إن نلخص **مشكلة الدراسة في السؤال المحوري** الآتي:

كيف يعتبر الابتكار في الشركات الناشئة مؤشرللتفوق الاقتصادي ؟

وتهدف الدراسة إلى التعرف على كل من الشركات الناشئةوالابتكاربالإضافة لدراسة تحليلية لمؤشر الابتكار العالمي خلال الفترة 2017 -2019 .

والأهمية التي تكتسبها الدراسة بدرجة كبيرة تتمثل في ترسيخ فكرة أن الإبداع والابتكار عامل مهم للتفوق الاقتصادي الدولي .

أما منهجية الدراسة: بالنّظر إلى طبيعة الدراسة، فقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وتناول الجوانب المفاهيمية للإبداع والابتكار في منظومة الأعمال المعاصرة، مع تحليل لمؤشر الإبداع والابتكار العالمي .

2. الشركات الناشئة :

1.2تعريف الشركة الناشئةStartup :

بدت فكرة ريادة الأعمال أمراً ممكناً فقط في المجتمع، من الذين لديهم رأس مال كبير، بفضل التقنيات الجديدة أصبح بإمكان أي شخص عمل شركة ناشئة"startup "

وبالرجوع إلى أكبر الشركات الحديثة والكبيرة كأمازون أو فيسبوك على سبيل المثال، فكلها كانت في زمن ما كشركاتٍ ناشئة، ولكنها اليوم تحولت إلى مضرب مثل في ريادة الأعمال في العالم بأسره.

فالشركة الناشئة أو startup هو مصطلح يُستخدم لتحديد الشركات حديثة النشأة، والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعيةوأمامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بسرعة(FONTINELLE, 2020)

.كما تعرف على أنها شركة شابة أسسها واحد أو أكثر من رواد الأعمال لتطوير منتج أو خدمة فريدة وتقديمها إلى السوق.و تميل الشركات الناشئة، بحكم طبيعتها، إلى أن تكون عملية تمويلها محدودة، بتمويل أولي من المؤسسين أو أصدقائهم وعائلاتهم.

-**الشركة الناشئة**startup company ذات تاريخ تشغيلي قصير، والتي غالبًا ما تكون حديثة الإنشاء، وتكون في طور النمو والبحث عن الأسواق (wikipedia, 2020).

فالشركة**الناشئة** مشروع تجاري حديث العهد وعمل تجاري أو مشروع بدأ العمل مؤخرا، تعمل لحل مشكلة حيث الحل غير واضح والنجاح غير مضمون.

ويعرفها نيل بلومنتال، المؤسس المشارك والرئيس التنفيذي المساعد لواربي باركر:

" إن الشركة الناشئة هي شركة تعمل على حل مشكلة حيث الحل غير واضح والنجاحغير مضمون (robehmed, 2019)." .

من خلال ما سبق ويمكن الوصول للتعريف الأتي: أنها شركات شابة ويافعة تعتمد على تمويل محدود أولي من أصحابها تسعى للبحث عن أسواق من خلال تطوير منتج أو خدمة ما .

2-2- مميزات الشركات الناشئة*Startups*: للشركات الناشئة العديد من المميزات نذكر منها(codeglia, 2019)

✓ **شركات حديثة العهد:**

تتميز الشركات الناشئة بكونها شركات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

✓ **شركات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد:**لها إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل.

✓ **شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها:**يعتمد على التكنولوجيا للنمو والتقدم، والعثور على التمويل ودعم من قبل حاضنات الأعمال

✓ **شركات تتطلب تكاليف منخفضة:**تتطلب تكاليف صغيرة جداً بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها.

3.2عمل الشركة الناشئة :

تبدأ الشركات الناشئة عادة بمؤسس (مؤسس فردي) أو عدة مؤسسين، والذين لديهم طريقة لحل مشكلة ما. سوف يبدأ المؤسس بالتشغيل وفي التحقق من صحة السوق من خلال مواجهة المشكلة، ومقارنة الحلول، ومن ثم بناء منتج قابل للتطبيق بحد أدنى, ويمكن أن تستغرق عملية بدء التشغيل فترة طويلة من الوقت، ، وبالتالي يلزم بذل جهود مستدامة لكن الحفاظ على الجهد على المدى الطويل يعد تحديًا بشكل خاص بسبب معدلات الفشل العالية والنتائج غير المؤكدة.

و أن تكون شركة ناشئة لا يتعلق الموضوع بالعمر ولا بالحجم ولا بقطاع النشاط، ويجب الإجابة على الأربع تساؤلات التالية :نمو قوي محتمل، استخدام تكنولوجيا حديثة، تحتاج لتمويل ضخم، جمع التبرعات الشهيرة.، أن تكون متأكد من أن السوق جديد حيث يصعب تقييم المخاطرة.(بو الشعور ، صفحة 420)

3ماهية الابتكار :

1.3تعريف الابتكار:

- يعرف(روجرز) الابتكار بأنه ظهور إنتاج جديد ناتج عن تفاعل بين الفرد والمادة." (هلسة، 2016، صفحة 284)

كما أن هناك من عرفه بأنه التطبيق العملي للاختراع أو عملية صنع سلعة جديدة أو تطويرها لتلاقي قبولا أكبر(الصرن، 2000، صفحة 27)

وقد قام "تايلور Taylor" عام 1959 ما يزيد على مائة تعريف للابتكار وصنفها إلى خمسة مستويات هي: (هلسة، 2016، صفحة 284):

- الابتكاريةالتعبيرية: Expressive Creativity
- :الابتكاريةالإنتاجيةProductive Creativity
- الابتكاريةالاختراعية: InventiveCreativity
- الابتكاريةالتجديدية (الابتداعية): InnovativeCreativity
- الابتكاريةالانبثاقية (البزوغية): EmergentiveCreativity

أما الابتكار في المنظمات فهو "الابتكار الذي تنتجه منظمة ما وليس فرداً محدداً، فقد أصبحت الاختراعات والابتكارات منتجاً أساسياً للمنظمة المعاصرة التي تحتاج أن تستمر في النمو"، ومنه نستخلص أن الابتكار في المنظمات يعنيالتجديد الجذري والتحسيني للمنتجات وطرق إنتاجها. (عزاوي، عمر، و عجيلة، 2005، صفحة 489)، والابتكار الإداري يشمل على التغيرات في الهيكلالتنظيمي، وتصميم الأعمال، وعمليات المنظمة، سياساتواستراتيجياتجديدة، ونظم رقابة جديدةوغيرها. (حريم، 2004، صفحة 346).

وبالتالي يمكن تعريف الابتكار بأنه تجديد جذري أو تحسين لسلعة أو خدمة وتكون على مستوى الفرد أو على مستوى المنظمات .

2.3 مبادئ الابتكار:

حدد Peter Drucker مبادئ الابتكار منها ما يلي: (دركر، 1988، صفحة 129)

- تحليل الفرص الابتكارية لتتفاوت وتفاوت المجالات والأوقات .
- البساطة، والتركيز على أهداف محددة .
- يجب أن تبدأ الابتكارات في البدايةصغيرةبحيث تتطلب أموالاً قليلة وعدداً قليلاً من الأفراد وسوقاً صغيرة ومحددة.

3.3 أهمية الابتكار: تتجلى أهمية الابتكار في:

- يساهم الابتكار في التنمية والاقتصاد، .
- خلق فرص عمل جديدة.
- استحداث أسواق.

- رفع مستوى الإنتاجية.
- المساهمة في رفع مستوى الثروات الوطنيةوتنميتها.
- القدرة على تقليلالتكاليف وخفض النفقات تحقيق الرضا والثقة بالنفس لدى المبتكر.
- منافعمادية للمبتكر. والحصول على النفع المعنوي.

4.3خطوات الابتكار:

تتمثل أساسا فيمايلي (جيمس، 1996):

- الاستثمار في البحوث والعمليات.
- توفير البيئة المساعدة على الابتكار.
- تبني استراتيجيات الابتكار، بوضع برامج تطويرية .
- مزج الخبرات الشابة بالخبرات كبيرة السن .
- تقبل أخطاء العمل بصدر رحب وتشجيع روح المغامرة والتجديدبينالموظفين.
- الحرص على بناء فرق عمل للاحتكاك بين الخبرات والتخصصات .
- التدريب على استخدام أساليب التفكير الخارقة .
- الاستماع لأراء الموظفين .
- تفعيل الاتصال وجعله مفتوحا بين كل الاتجاهات .
- جعل هدفك استباق توقعات العملاء ومنتجاتالمنافسين.

6.3 الاختلاف بين الابتكار والإبداع وبعض المفاهيم الأخرى:

-الإبداع بصفة عامة يسبق الابتكار، حيث أن الفرق بين الإبداع (**Creativity**)والابتكار(**Innovation**) هو أن الإبداع يتعلق باستكشاف فكرة جيدةمميزة، أما الابتكار فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة تقدمها المنظمة لزبائنها (الديب، 2008، صفحة 82).

ويقول(الكسندروروشكا) "إن الابتكار والإبداع عملية معقدة جدا، ذات وجوه وأبعاد متعددة". (مدحت، 2004، صفحة 74)

هناك من يترجم مصطلح(Innovation) إلى كلمة الإبداع في حين أن المرادف الصحيح لهذا المصطلح في اللغة العربية هو كلمة الابتكار(هني، 1984، صفحة 246).

وكثيرا ما يتداخل مفهوم الابتكار مع مفاهيم أخرى مثل:

الإبداع(Créativité)،

الاختراع(Innovation)

التحسين.(Improvement)"(نجم، 2003، صفحة 16)

ونجد أن عامة الناس وبعض الباحثين والمختصين لا يفرق بين هذه المصطلحات ويستخدمونه للدلالة على نفس الشيء.(الصيرفي، 2003، صفحة 12)

3-7-الشركات الناشئة المبتكرة كمؤشر للتفوق الاقتصادي :

في ظل التحولات الاقتصادية والتطورات المتلاحقة، وفي ظل التوجه الدولي نحو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمصغرة، بما في ذلك الشركات الناشئة، تتسابق معظم الدول اقتصاديا على اكتساب مكانة قوية عالميا من خلال دعم وحضانة هذه الشركات، وتعتبر الشركات الناشئة مصدرا مهما للإبداع والابتكار، لما توفره من ابتكارات وإبداعات تنعكس على المستوى الكلي، من خلال دعم الإنتاج بمنتجات جديدة أو مطورة تساهم في اقتصادياتها . .

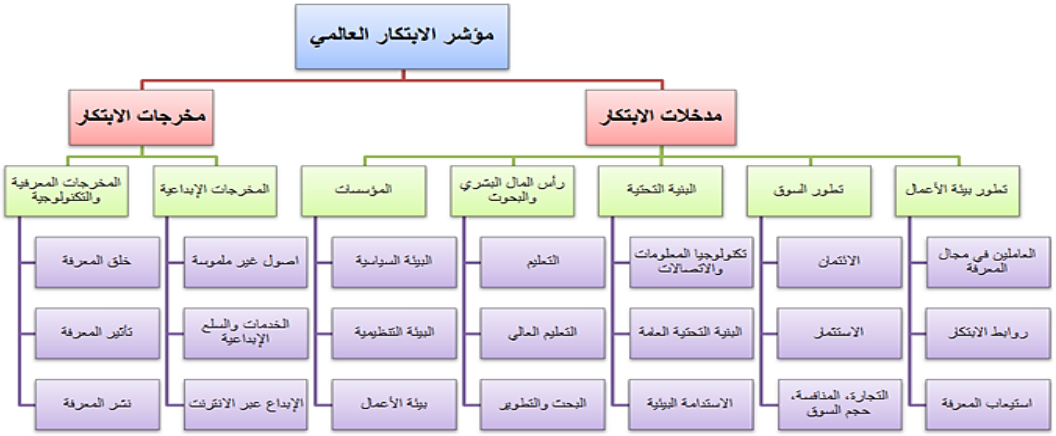
وتشكل الشركات الناشئة بالإضافة إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قوة الاقتصاديات الدولية .وبما أن الشركة الناشئة تنشأ من أفكار ريادية.تعمل الدول على تشجيع الابتكارات كونها تؤدي بصورة ما إلى تفعيل الشركات الناشئة بكثافة وفعالية ويعتمد التفوق الاقتصادي بصورة كبيرة على الابتكارات .

4. واقع مؤشر الابتكار العالمي

1.4 مفهوم المؤشر:

يتم حسابه كمتوسط لمؤشرين فرعيين بالاعتماد على قياس مؤشرات فرعية لها تتكون من المجالات التالية : المؤسسات، ورأس المال البشري والبحوث، والبنية التحتية، وتنمية السوق، وتنمية الأعمال التجارية، بينما يقيس المؤشر الفرعي لناتج (مخرجات)الابتكار الأدلة الحقيقية على نتائج الابتكار وينقسم إلى مجالين : المخرجات المعرفية والتكنولوجيا، والإبداعات(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)والشكل التالي يلخص ذلك :

الشكل رقم 1: مؤشر الابتكار العالمي



المصدر:(إبراهيم، 2016)

2.4 مؤشر الابتكار العالمي حسب المناطق دراسة تحليلية:

نعتمد تحليلا لمؤشر الإبداع والابتكار وفق المناطق كما يلي :

1- أمريكا الشمالية :

حقت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة3 وكندا المرتبة 17، في الترتيب العالمي لسنة 2019 في والمرتبتين الأولى والثانية على الترتيب حسب المنطقة، في حين كانتا في سنة 2018 تحتلان المرتبتان 6 و18 على التوالي من خلال ما حققته من تطوّر في الأسواق المالية وكثافة نشاط رأس المال الاستثماري والجدول التالي يلخص الترتيب للسنوات الثلاث الأخيرة .

الجدول رقم 1: تطور الابتكار وفق المؤشر العالمي للابتكار للسنوات 2017إلى 2019

المرتبة في المنطقة	البلد	التصنيف العالمي 2017	التصنيف العالمي 2018	التصنيف العالمي 2019
1	الولايات المتحدة الأمريكية	4	6	3
2	كندا	18	18	17

المصدر :من إعداد الباحث بالاعتماد (المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2017)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)

وتتسم الولايات المتحدة الأمريكية بعراقة جامعاتها، والشركات ذات الأنشطة العالمية في البحث والتطوير، ما جعلها تعود في التصنيف من المرتبة السادسة إلى المرتبة الثالثة وتبقى

الولايات المتحدة أفضل مساهم لمدخلات ومخرجات الابتكار، فيما كان لسهولة بدء مشاريع الأعمال وواقع البيئة السياسية والتنظيمية والتجارية دور في تحسن تصنيف كندا، وأصبحت الاقتصاد العالمي العاشر من حيث جودة الابتكار .

.2- **أفريقيا جنوب والصحراء الكبرى**:

حققت أفريقيا جنوب والصحراء أعلى الدرجات من حيث المؤسسات وتطور السوق، وقد وبرزت كينيا ورواندا وموزنبيق وأوغندا وملاوي ومدغشقر والسنغال كمحققي ابتكار 2017، وتصدرت جنوب أفريقيا ترتيب الاقتصاديات في المنطقة ل2019، تليها موريشيوس وكينيا. بينما كان الترتيب العالمي 63، 77، 82 على التوالي، وحققت جنوب أفريقيا هّذا الأداء أيضا تطور سوق وقطاع الأعمال، ورسملة السوق، وتطوير مجموعات البحث والتطوير، في الوقت الذي تواصل **كينيا** تحقيق مستويات ابتكار عالية جدا مقارنة بمستوى تقدم الاقتصاد. والجدول التالي يوضح الترتب حسب المنطقة والترتيب العالمي للسنوات الثلاث الأخيرة.

الجدول رقم2: تطور الابتكار وفق المؤشر العالمي للابتكار للسنوات 2017إلى 2019

المرتبة في المنطقة	البلد	**التصنيف العالمي 2017**	التصنيف العالمي 2018	التصنيف العالمي 2019
1	جنوب أفريقيا	57	58	63
2	موريشيوس	64	75	77
3	كينيا	80	78	82

المصدر :من إعداد الباحث بالاعتماد (المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2017)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)

- **أمريكا اللاتينية والكاريبي:**

تتميز أكبر الاقتصاديات في أمريكا اللاتينية والكاريبي ببنيتها التحتية وتطور الأعمال وجودة الجامعات، ووجود شركات بحث وتطوير عالمية ما جعل الشيلي تحقق مرتبة 46 في عام 2017 وكوستاريكا المرتبة 53 أما المكسيك فاحتلت المرتبة في 58 فيما تراجعت .كل من**شيلي**إلى المرتبة 47، وكوستاريكا إلى المرتبة 55 بحلول عام 2019، في الوقت الذي تقدمت **المكسيك** بمرتبين وكانت ضمن أفضل عشرة بلدان في مؤشرات سهولة الحصول على القروض

وتصنيع المنتجات التقنية والواردات والصادرات الصافية للمنتجات التقنية، بالإضافة إلى صادرات السلع المبتكرة.

ويظهر مؤشر الابتكار العالمي أن إمكانات الابتكار في المنطقة لا تزال غير مستغلة إلى حد كبير رغم التحسينات التدريجية والمبادرات المشجعة.ويوضح الجدول التالي ترتيب دوال أمريكا اللاتينية والكاريبي في مؤشر الابتكار عالميا وحسب المنطقة للثلاث الدول الأولى حسب المنطقة

الجدول رقم3: تطور الابتكار وفق المؤشر العالمي للابتكار للسنوات 2017إلى 2019

المرتبة في المنطقة	البلد	**التصنيف العالمي 2017**	التصنيف العالمي 2018	التصنيف العالمي 2019
1	شيلي	46	47	51
2	كوستاريكا	53	54	55
3	المكسيك	58	56	56

المصدر :من إعداد الباحث بالاعتماد (المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2017)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)

- **وسط وجنوب آسيا**

احتفظت **الهند** بالصدارة في ترتيب بلدان منطقة وسط وجنوب آسيا، واحتلت المرتبة 52 عالمياً. وبفضل منشوراتها العلمية والخدمات الجامعية عالية الجودة، بالنسب لسنة 2019فيما كان **إيران** ثاني أكثر بلد مبتكر في المنطقة ما جعل الهند وإيران يتقدمان في الترتيب في السنوات الثلاث الأخيرة، في الوقت الذي تراجعت فيه كازاخستان، والعلامات التجارية والنماذج الصناعية والجدول التالي يوضح التصنيف للمرات الثلاث الأولى حسب المنطقة وتربيت هذه البلدان للسنوات الثلاث الأخيرة.

الجدول رقم4: تطور الابتكار وفق المؤشر العالمي للابتكار للسنوات 2017إلى 2019

المرتبة في المنطقة	البلد	**التصنيف العالمي 2017**	التصنيف العالمي 2018	التصنيف العالمي 2019
1	الهند	60	57	52
2	جمهورية إيران	75	65	61

	الإسلامية			
3	كازاخستان	78	74	79

المصدر :من إعداد الباحث بالاعتماد (المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2017)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)

- **شمال أفريقيا وغرب آسيا**

احتل الكيان الصهيوني الإسرائيلي المرتبة الأولى في المنطقة و(المرتبة 10) لسنة 2019 عالميا بعدما كانت في المرتبة 17 لين 2017 وتقدمة للمرتبة 11 فـ2018لآ، لما أظهره من تحسنا في الإنفاق الإجمالي على أنشطة البحث والتطوير وصادرات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وحافظت على مرتبتها العالية على مستوى العالم من حيث الباحثين، وصفقات رأس المال الاستثماري، والإنفاق المحلي الإجمالي على البحث والتطوير الممول من قبل الشركات، والمواهب البحثية في المشاريع التجارية. وحققت قبرص (المرتبة 18) عالميا لسنة 2019 والمركز الثاني في المنطقة للسنة الخامسة. و تحتلّ الإمارات العربية المتحدة المرتبة الثالثة في المنطقة، وتظهر أوجه قوة تتمثل في مجموعات الابتكار، والابتكار في نماذج الأعمال القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. والجدول التالي يوضح الترتيب العالمي وحسب المنطقة

الجدول رقم5: تطور الابتكار وفق المؤشر العالمي للابتكار للسنوات 2017إلى 2019

المرتبة في المنطقة	البلد	التصنيف العالمي 2017	التصنيف العالمي 2018	التصنيف العالمي 2019
1	الكيان الصهيوني إسرائيل	17	11	10
2	قبرص	30	29	28
3	الإمارات العربية المتحدة	35	38	36

- **المصدر** :من إعداد الباحث بالاعتماد (المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2017)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)

- جنوب شرق آسيا وشرق آسيا وأوقيانوسيا

حافظت **سنغافورة** في 2019 على صدارة في الترتيب حسب المنطقة متقدمتا على كوريا واليابان، في الوقت الذي مكان الترتيب العالمي 8، 11، 13 على التوالي فتراجعت سنغافورة بثلاث مراتب وعادت كوريا لمرتبها التي حققتها في 2017 . وكانت سنغافورة ضمن أفضل البلدان في المؤشرات المتعلقة بالاستقرار السياسي والأمن ورسملة السوق وتدفقات الاستثمارات الخارجية المباشرة الواردة وتصنيع المنتجات التكنولوجية عالية التطور أو الشريحة الوسطى من المنتجات عالية التطور، بالإضافة إلى الصادرات الصافية للمنتجات التكنولوجية عالية التطور

. وهذا ما يوضحه الجدول التالي

الجدول رقم6: تطور الابتكار وفق المؤشر العالمي للابتكار للسنوات 2017إلى 2019

المرتبة في المنطقة	البلد	التصنيف العالمي 2017	التصنيف العالمي 2018	التصنيف العالمي 2019
1	سنغافورة	7	5	8
2	جمهورية كوريا	11	12	11
3	اليابان	14	13	13

المصدر :من إعداد الباحث بالاعتماد (المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2017)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019).أوروبا

تحتلّ أوروبا المرتبة الأولى في نحو نصف المؤشرات التي تشكل مؤشر الابتكار العالمي رأس المال البشري، البنيالتحتية وتطورالأعمال وكانتسويسرا في (المرتبة 1)والسويد (المرتبة 2) وهولندا (المرتبة 3 وهذا ما نلاحظه من خلال الجدول أدناه، وحافظت كل من سويسرا والسويد على ترتيبهما الأول والتاني على التوالي بالنسبة لثلاث سنوات الأخيرة فيما تراجعت هولندا للمرتبة الرابعة وحازت سويسرا المرتبة الأولى في مؤشر الابتكار العالمي للسنة الثامنة على التوالي. وقد صنفت الأفضل حسب عدد من المؤشرات المتعلقة بالبراءات والملكية الفكرية وتعد السويد ثاني أكبر اقتصاد في العالم بفضل بنيتها التحتية المتطورة، وقطاع الأعمال المبتكر والنواتج المتأتية من المعرفة والتكنولوجيا.

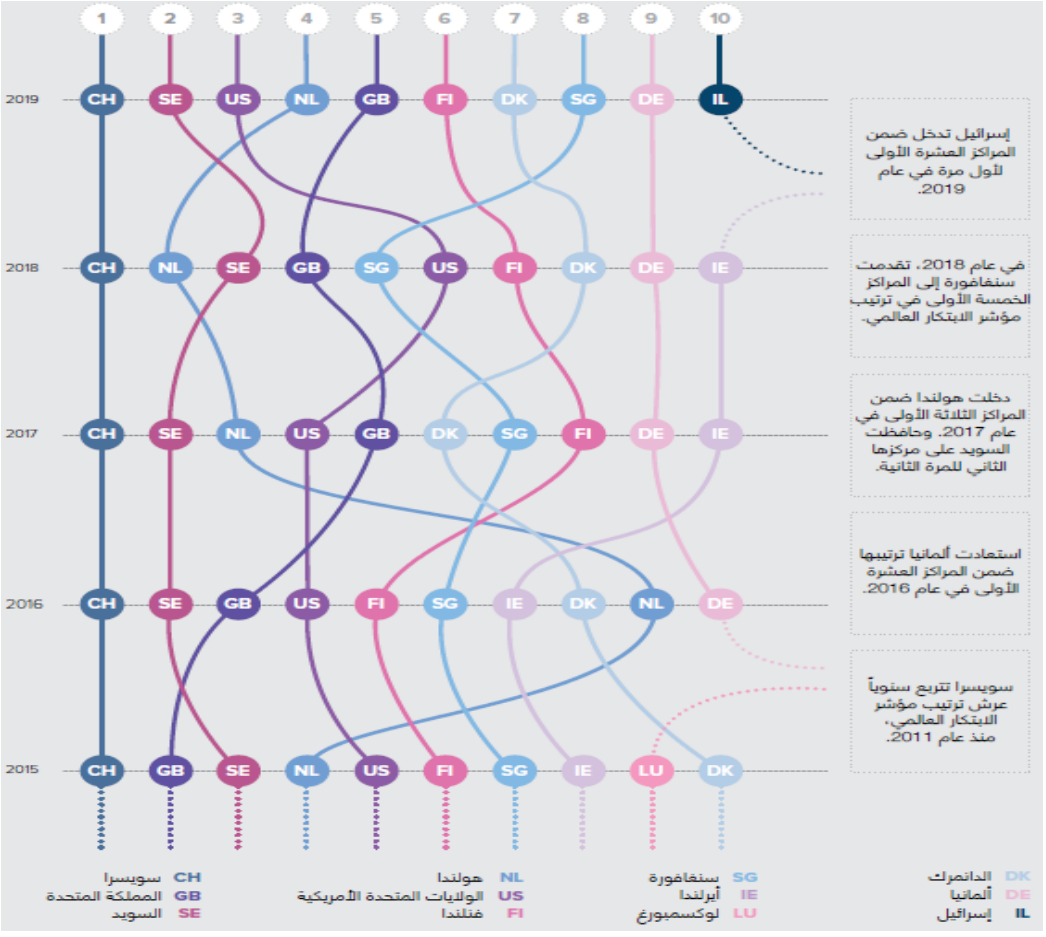
الجدول رقم7: تطور الابتكار وفق المؤشر العالمي للابتكار للسنوات 2017إلى 2019

المرتبة في المنطقة	البلد	**التصنيف العالمي 2017**	التصنيف العالمي 2018	التصنيف العالمي 2019
1	سويسرا	1	1	1
2	السويد	2	2	2
3	هولندا	3	3	4

المصدر :من إعداد الباحث بالاعتماد(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2017)(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)

ويمكن تتبع مسار الدول حسب الترتيب وفق مؤشر الابتكار العالمي من خلال الشكل التالي :

شكل رقم 2 : مسارات أفضل 10بلدان في ترتيب مؤشر الابتكار العالمي 2019 :



المصدر :(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019)

ما يمكن ملاحظته أن كل من البلدان التالية : سويسرا والولايات المتحدة وهولندا والمملكة المتحدة وايرلندا ولوكسمبورغ وفنلندا والد نمارك وألمانيا . في تنافس شديد من سنة لأخرى وفق مؤشر الابتكار العالمي، المعبر على قوة اقتصاديات هذه الدول، كما يلاحظ أن دول أوربا متصدرة المؤشر تقريبا بالإضافة إلى وجود عدد منها في مراتب أولى(المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2019) .

4. نماذج ناجحة لشركات ناشئة:

يعد الابتكار المحرك الأول لتأسيس المشاريع الريادية، فله دور كبير في تميز ونجاح المشروعات وأصبح رمزا للتفوق والتقدم الاقتصادي.وبدونه لا تقدر المنافسة في السوق يبحث عن التميز والتفرد في ظل المنافسة القائمة و قد يكون الابتكار في حل مشكلة حقيقية قائمة يؤدي إلى قيمة حقيقية للسوق، أو بتطوير شيء قائم، وهذا ما جعل شركات كبيرة تختفي لعدم قدرتها على التطور والابتكار في منتجاتها مما يسمح لها بالمحافظة على حصتها السوقة من خلال التحسين والابتكار في منتجاتها، وما يحققه كميزة تنافسية حقيقية تميزه عن غيره، ويجعل الكل يتساءل عن السر وراء التميز(الابتكار وقود الشركات الناشئة، 2020)

Whats App1.4:ابتكرت " واتس أب**Whats App**" طريقة لتسهيل التواصل بين البشر، ما يغير شكل سوق التواصل في العالم وجعله أسرع وأسهل وأقل ثمنًا، وهذا من خلال الكتابة، والملفات بأنواعها، وهو الأمر الذي ا دفع موقع التواصل الأشهر ؛ فيس بوك للاستحواذ عليه في صفقة ضخمة، يمكن تسميتها ب "صفقة القرن (كاملي، 2017)

Airbnb2.4:هي منصة أميركية لإيجار المساكن في سان فرانسيسكو، والتي تسمح للناس بإدراج وإيجاد واستئجار مساكن قصيرة الأجل (Feini ، 2018)في 65,000 مدينة وأكثر من 191 دولة في مختلف أنحاء العالم. تأسست عام 2008، وقد إبتكرت طرقا لتغيير الطرق التي يجد بها الناس أماكن ليبقوا بعيدا عن الوطن. وأكثر من 40٪ من قوائمAirbnbمتوفرة عبر "الكتاب الفوري"، مما يسمح بالحجز بقدر ما يمكنهم حجز الفندق، . وتوسعت الشركة في إدراج قوائم جاهزة للسفر للأعمال، مما يوفر للمسافرين مساحة عمل محددة كما أنها تساعد المسافرين أيضا على استكشاف العالم خارج مكان تأجيرهم(Airbnb)

3.4شركة أوبر Uber : منصة للنقل قائمة على التطبيقات ومقرها مدينة سان

فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا.أطلقت في عام2010 ، تتميز بشهرة بالريادة في الأعمال، وتربط أوبر بين الركاب والأصحاب المركبات عبر تطبيقات محمولة، وهي تعمل حاليا في 43 دولة

كما أنها لا تحمل أي محزونات ملموسة، وهي بصدد توسيع أعمالها حتى تشمل اللوجيستياتمن نقل البضائع أو الشحن من خلال شبكة من السائقين المستقلين .وأصبحتعلامة تجارية منخلال استغلالها للتقنيات المتنقلة وتوفيرها لحلول نظيفة لمشاكل النقل الفوضوية، مما جعلها تتوسع عالميا(Bharti, 2014) ; و تعمل على تطوير تطبيقاتها باستمرار توفر الجديد والأفضل من التطبيقات مثل UberPOOL التي تمكّن الركاب الذاهبين في الاتجاه نفسه من تقاسم المشوار معاً وبالتالي أجرته أيضاً، ما يساعدهم على التقليل من كلفة المشوار والتخفيف من الازدحام كذلك.. بالإضافة إلى التخطيط للمستقبل، وتطوير التكنولوجيا الخاصة بالشركة من أجل الركاب وشركائها وكذاالسائقين (ما يقود الابتكار في أوبر، 2016)

خاتمة:

لغرض الوصول إلى بناء منظمات معرفية قادرة على تبنِي نهج الإبداع والابتكار، فإن ذلك يتطلب استثمارات في رأس المال البشري باعتباره المفكر والمبتكر والمبدع والمخاطر . وتوظيف البحث العلمي في إحداث التغيرات التي تحقق أهداف المنظمات والمجتمع، واستخدام مختلف الوسائل والأساليب في سبيل تحقيق ذلك، كالحاضنات التكنولوجية للإبداعات والابتكارات وغيرها، والابتعاد عن أسلوب الوظائف الروتينية التي تقتل روح الابتكار والإبداع. .

و يتبين من خلال البحث الأهمية الكبرى لكل من الإبداع و الابتكار أين أصبحت معظم الدول وفي ظل الاقتصاد المعرفي تسعى إلى تحقيق اكبر قدر ممكن من براءات الاختراع والاكتشاف، وحركة كبيرة في الشركات بتشجيع الأبحاث والابتكارات بغية التطور وتحقيق التفوق الاقتصادي .

كما يمكن استنتاج **النتائج** التالية :

- الأهمية البالغة لكل من الإبداع والابتكار في الشركات الناشئة ودوره في التفوق الاقتصادي .

- تسعى الدول لتشجيع الأبحاث وتحفيز الإبداعات والابتكارات.
- للبيئة بمختلف مجالاتها دور مهم في إتاحة الفرصة أمام الأفراد للتعبير عن الإبداعات والابتكارات.
- عدٌ نسبة المخصص من موازنة دعم الشركات الناشئة وحضانتها، دليلاً على تميز الشركات الريادية عن غيرها وبالتالي تميز الدول .
- أسهمت الدول المشجّعة للإبداع والابتكار في استيعاب عدد من أصحاب الأدمغة المفكرة والحيلولة دون هجرتها خارج الوطن. بغرض الاستثمار فيهم وحضن أعمالهم وإبداعاتهم .
- تعتمد الدول الناجحة اقتصاديا على الإبداع والابتكار وتشجع عليه في منظماتها .

كما أن أهم **التوصيات** من هذا البحث ما يلي :

- الاهتمام بكل من الإبداع والابتكار في الشركات الحديثة بحكم دوره في تحسين الأداء والميزة التنافسية. وتنوع الاقتصاد الوطني .
- إن النهوض بكل من الإبداع والابتكار يتطلب جملة من المتطلبات التي يجب على الدول و المؤسسات أن تجعل سياسات الابتكار ونشر التكنولوجيا جزء لا يتجزأ من الإستراتيجية العامة.
- الإبداع والابتكار من صفات الريادي الناجح ومنهجية السير وفق هاته المقاييس يؤدي للنجاح والريادية.
- ضرورة تطوير المعارف الضمنية في المنظمات ورياداتالأعمال، إذ أن الشركات المنتجة للمعرفة هي تلك الشركات التي أعمالها الرئيسية هي الابتكارات المستمرة.

تشكل الشركات الناشئة في مجملها جزءا هاما من اقتصاديات الدول وفق التوجه الحديث ن يستدعي دعمها إذا ما أرادت التفوق والريادة الاقتصادية.

1. المراجع:

2. *ما يقود الابتكار في أوبر*. (1 اوت, 2016). تاريخ الاسترداد 22 جوات, 2020، من uber: /https://www.uber.com/ar-SA/newsroom/innovation-ar-2
3. *الابتكار وقود الشركات الناشئة*. (25 مارس, 2020). تاريخ الاسترداد 22 جوان, 2020، من bawabaa: https://bawabaa.org/news/203159
4. *Airbnb*. (s.d.). Consulté le june 23, 2020, sur fastcompany: www.fastcompany.com/company/airbnb
5. Bharti, R. (2014, October 1). *Uber: A Paragon of Operational Innovation*. Consulté le june 22, 2020, sur magazine.wharton: https://magazine.wharton.upenn.edu/digital/why-uber-is-a-poster-child-for-operational-innovation/
6. codeglia, a. (2019, aug 1). *الناشئة-الشركة-معنى-ما*. Consulté le jun 22, 2020, sur blog.hotmart: https://blog.hotmart.com/ar/%D9%85%D8%A7-%D9%85%D8%B9%D9%86%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-start-up/
7. FONTINELLE, A. (2020, mar 3). *Startup*. Consulté le jun 20, 2020, sur investopedia: https://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp
8. Ma Feini 17) . SEP, 2018 .(*Disruptive Innovation: A case study of AirBnB* 23 تاريخ الاسترداد .JUN, 2020 من، medium: https://medium.com/@feinima/disruptive-innovation-a-case-study-of-airbnb-450c75d5c910
9. robehmed, n. (2019). *what isa start up*. Consulté le jun 23, 2020, sur foebes: https://web.archive.org/
10. wikipedia. (2020, june 9). *Startup_company*. Consulté le jun 22, 2020, sur wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Startup_company
11. أشرف إبراهيم. (21 اوت, 2016). *مؤشر الابتكار العالمي 2016*. تاريخ الاسترداد 22 جوان, 2020، من sasapost: https://www.sasapost.com/global-innovation-index-2016/

12. المنظمة العالمية للملكية الفكرية. (15 جوان, 2017). *مؤشر الابتكار العالمي 2017*. تاريخ الاسترداد 21 جوان, 2020، من المنظمة العالمية للملكية الفكرية: https://www.wipo.int/pressroom/ar/articles/2017/article_0006.html

13. المنظمة العالمية للملكية الفكرية. (10 جويليا, 2018). *مؤشر الابتكار العالمي 2018*. تاريخ الاسترداد 21 جوان, 2020، من المنظمة العالمية للملكية الفكرية: https://www.wipo.int/pressroom/ar/articles/2018/article_0005.html

14. المنظمة العالمية للملكية الفكرية. (24 جويليا, 2019). *مؤشر الابتكار العالمي 2019*. تاريخ الاسترداد 21 جوان, 2020، من المنظمة العالمية للملكية الفكرية: https://www.wipo.int/pressroom/ar/articles/2017/article_0006.html

15. حاتم كاملي. (20 يونيو, 2017). *الابتكار-وقود-الشركات-الناشئة*. تاريخ الاسترداد 22 جوان, 2020، من www.rowadalaamal.com/الابتكار-وقود-الشركات-الناشئة

16. شريفة بو الشعور . (بلا تاريخ). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups :دراسة حالة الجزائر ، ص 420. *البشائر الاقتصادية، 4*(2)، 420.

تشجيع الابتكار في الشركات الناشئة

–دراسة حالة شركة "كريم الإماراتية" **Careem** ، ونماذج جزائرية –

Encouraging innovation in startups

- Careem -case study, Emirati Careem, and Algerian models -

زرزار العياشي [1]، علي حاجي حورية [2]

[1] جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة ، zerzar_18@yahoo.fr

[2] جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف الإيميل: h.alihadji@univ-chlef.dz

ملخص:

الشركات الناشئة هي شركات حديثة. تتطلب استدامتها الابتكار، حيث أوضحت دراستنا التحديات التي قد تواجهها، وابرز طرق تشجيع الابتكار في شركة كريم وبعض النماذج الجزائرية.

وهدفت الدراسة إلى الإشارة إلى الظروف المعقدة والصعبة التي تمر بها الشركات الناشئة وضرورة الاعتماد على الابتكار كأسلوب من أساليب مواجهة تحدياتها، وخلصت إلى إن الشركات الناشئة في خطر إن لم تجعل الابتكار مصاحبا لها .

الكلمات المفتاحية:. دورة الحياة ،شركات الناشئة، إدارة الابتكار، تحفيز الابتكار.

Abstract:

Startups are new companies. Its sustainability requires innovation, and our study clarified the the challenges that it may face .And the most prominent ways to encourage innovation in Careem and some Algerian models.

The study aimed to point to the complex and difficult circumstances that startups are going through and the need to rely on innovation as a way to meet the challenges. She concluded that startups are at risk if they do not bring innovation with them.

Keywords: life cycle, startups, innovation management, stimulating innovation.
JelCodes: M13, O32.

علي حاجي حورية ،: **الإيميل:** h.alihadji@univ-chlef.dz

1.مقدمة:

يثير الابتكار مشكلات عديدة بالنسبة لأصحاب المؤسسات الناشئة، الابتكار هو الطريقة التي تجعل الفكرة الحالية متاحة في السوق، لكن تطبيق هذه الفكرة يستوجب تشجيع عمالها لإبداعات وتطبيق هذه الأخيرة على ارض الواقع لتحقيق الابتكار.فلم يعد الابتكار مرغوبًا فيه فقط، بل صار أمر حتمي .

في حين أنه من السهل تقدير أهمية الإبداع والابتكار، إلا أنه ليس من السهل جعله جزءًا لا يتجزأ من ممارسة الأعمال التجارية للمؤسسة، لا يزال تحفيز المديرين على الابتكار يمثل تحديًا لمعظم الشركات.

وعليه تبرز معالم المشكلة المدروسة دراستها :

ما هي الطرق التي تعتمدها الشركة الناشئة كريم لتحفيز الابتكار وإزالة مثبطاته؟

يمكن طرح جملة من التساؤلات التي أوردها فيما يلي:

-كيف تدير الشركة محل الدراسة الابتكار ؟

- ما هي أساليب تشجيع الابتكار في المؤسسة محل الدراسة ؟

- هل توجد مؤسسات ناشئة مماثلة في الجزائر ؟

-ما واقع الابتكار في المؤسسات الناشئة الجزائرية ؟

- الفرضيات:

للإجابة على هذه الإشكالية ، ارتأينا وضع بعض الفرضيات التي نراها أساسية لتوجيهنا لعلها تسمح لنا بفهم الموضوع بأكثر دقة وأكثر تفصيل وتتمثل في :

- تطبيق الإبداع وطرح الفكرة هو الانطلاقة لعملية الابتكار ويعتبر استثمار بالنسبة للمؤسسة وليس تكلفة على عاتقها.
- كلما كان الإشراف لين كلما كان محفزا للعامل وبالتالي يساهم هذا الأخير في إنجاح مشروع الإبداع والابتكار بالمؤسسة .
- كلما كان الأشخاص الذين يتعاملون مع الابتكار ذوي كفاءات عالية كلما زادت نسبة النجاح.

- أهمية الدراسة:

- التعريف بمدى أهمية وجود بيئة داخلية داعمة للإبداع.
- التعرف على أهم العوامل المحفزة لوجود هذه الثقافية داخل الشركات الناشئة .

- تعزيز الخبرات الذاتية في ميدان الابتكار، والشركات الناشئة.

- **أهداف الدراسة :**

✓ ضرورة الاعتماد على الابتكار كأسلوب من أساليب مواجهة التحديات .

✓ استكشاف إدارة الابتكار للشركات الناشئة والمحركات والمثبطات التي واجهتها من اجل تحقيق استدامة.

✓ كيفية إنماء أعمالها لتظل قادرة على المنافسة.

- **أسلوب البحث:**

تم اعتماد الأسلوب الوصفي التحليلي في الدراسة، تم الاعتماد على تحليل المعطيات المتوفرة عن موضوع تشجيع الإبداع والابتكار، استنادا إلى بعض المراجع باللغتين .

2. دورة حياة الشركات الناشئة وتحدياتها من اجل الابتكار

2-1- دورة حياتها:

تمر الشركات الناشئة بالمراحل الثلاثة التالية :

- **مرحلة ما قبل الاحتضان (الإقلاع):** يبدأ صاحب المشروع بالقيام بمجموعة من الأنشطة لتقييم فكرته وتحويلها إلى عمل ناجح وهي ذات درجة عالية من المخاطر. (Salamzadeh A. , 2015, p. 6)

- **مرحلة الاحتضان :**تتميز هذه المرحلة بالعمل الجماعي، تطوير النموذج الأولي، (Manchanda, January2014, p. 371)، والسعي إلى آليات الدعم كمسرعات وحاضنات ومتوسط استثمارات لتنمية الشركة الناشئة ومساعدتها في التمويل وتسويق المنتجات. (Freear, 2002, p. 281)

- **مرحلة الإنشاء:** تحدث مرحلة الإنشاء عندما تدخل السوق وتسوق منتجاتها، تعيين موظفين لكن هذه الفترة هي أصعب مرحلة، حتى تستطيع المحافظة على استدامتها . (Salamzadeh A. , 2015, p. 8)

2-2- تحديات الشركات الناشئة من اجل النمو ونشر الابتكار:

تختلف تحديات الشركات الناشئة عن الشركات الكلاسيكية نذكر أهم الاختلافات :

- **التحديات المالية:**التمويل جزءًا لا يتجزأ من عملية بدء التشغيل أي شركة ناشئة، ولأن الفكرة في مراحلها الأولى، قد تحتاج إلى الكثير من المال لتوسيعها، أما في مرحلة الاحتضان، يجب أن

يبحث المؤسس عن الملاك المستثمرين وإقناعهم بخطط تقييم معقولة، في مرحلة الإنشاء ، يجب على المؤسس إعداد خطة مع وثائق الدعم للاستفادة من رأس المال الاستثماري. (Colombo, 2008, pp. 37-49)

- **الموارد البشرية:** تبدأ الشركات الناشئة عادةً بمؤسس واحد ، مع مرور الوقت يحتاج المؤسس إلى المزيد من الخبراء لتطوير النموذج الأولي، وتكوين الفريق، وتعيين موظفين آخرين، هذه العناصر مهمة جدا للنجاح وإذا كان المؤسس يفتقر إلى المعرفة الكافية في المجال، قد يفشل في مرحلة بدء التشغيل (Salamzadeh A. , 2014).
- **آليات الدعم:** تلعب آليات الدعم دورا هاما في تنمية الشركات الناشئة، تشمل آليات الدعم العناصر التالية : المستثمرين الملاك، الحاضنات، مجمعات العلوم والتكنولوجيا، مسرعات الأعمال الصغيرة، مراكز التنمية، ورؤوس الأموال الاستثمارية.....الخ (Salamzadeh A. F., 2015, pp. 271-291)
- **العناصر البيئية:**تفشل العديد من الشركات الناشئة بسبب عدم الاهتمام بالعناصر البيئية، كالاتجاهات الحالية والقيود في الأسواق، القضايا القانونية ، فالبيئة الداعمة تسهل نجاح الشركات الناشئة.(Bruton, 2002, p. 560)

3.إدارة الإبداع والابتكار وتحفيزه في المؤسسات الناشئة

3-1- إدارة الإبداع والابتكار في الشركات الناشئة:

قبل التطرق للموضوع وجب توضيح أهم فرق بين الإبداع والابتكار، الإيداع يتمثل في التوصل إلى حل لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة، في حين الابتكار هو التطبيق الخلاق أو الملائم لها، وهذا فإن الإيداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو تحويل من الفكرة إلى المنتج، لهذا تحاول الشركات الحديثة الاستفادة من الشركات الناشئة، لتعزيز أنشطتها الابتكارية وزيادة قدرتها التنافسية في السوق. (Weiblen, 2015, pp. 70-71) يختلف الإبداع في الشركات الناشئة عن الإبداع والابتكار في المؤسسات الكلاسيكية، عادةً ما تركز الابتكارات في الشركات الناشئة على العملاء وتتضمن قدرًا كبيرًا من التجارب بالإضافة إلى الوعي بالاتجاهات المستمرة والمستقبلية. (Kelley, 2001, pp. 25-26)

تبد وإدارة الابتكار بشكل عام، وخاصة في الشركات الناشئة ، صعبة إلى حد ما. تتطلب إدارة عمليات الابتكار تحديد معضلات الابتكار ، واكتشاف استراتيجيات للتغلب عليها (Van de Ven, 1984, p. 591) . من أهم المعضلات التي تصادف الشركات الناشئة:

تحديد أي الابتكارات أنجع ابتكار المنتجات أم ابتكار طريقة الإنتاج،مسايرة التطور التكنولوجي أ ومسايرة السوق، ضبط أحسن طريقة عمل للمؤسسة، الاختيار بين الابتكار سري أ والابتكار مفتوح ، هذا الأخير نتج عن دعم الابتكارات من طرف الحاضنات، بالإضافة إلى ذلك ، فإن إدارة عمليات ومشاريع الابتكار فيها تهدف إلى بناء ثقافة يكون فيها الفشل وقبوله أمرًا مقبولًا، أ وحتى تشجيعًه. وأخيرًا ، يعد تحديد مقاييس الأداء لقياس نتائج الابتكار وتأثيرها على النمو أمرًا جوهريًا. (Lundvall, 2010, p. 96)

نظرًا لعدم اليقين كونها إحدى الخصائص الرئيسية للابتكار في الشركات الناشئة ، فمن المهم للشركات تطوير مجموعة من الأدوات والأساليب الصحيحة لإدارة أنشطة الابتكار. أيضًا ، يبد وأن فهم احتمالات عدم اليقين وخلق مساحة لهم أثناء الابتكار أمر مهم إلى حد ما. لذلك ، لا تقتصر إدارة الابتكار على تنفيذ الابتكارات فحسب ، بل تتعلق أيضًا بصياغة استراتيجيات مناسبة حول كيفية استكشاف الابتكارات وحماية نفسها من اجل مواصلة النمو، لتحقيق ذلك تلجأ الشركة الناشئة إلى بيع نفسها للشركات الكبرى بهدف التعاون بينهما ويسمى هذا بالاستحواذ ، ففي عام 2012، باع مؤسس وخدمة Instagram شركاتهم لفيس بوك Facebook بمبلغ مليار دولار، وفي عام 2013، اشترت Google تطبيق الملاحة على الهاتف المحمول GPS Sazeمقابل 1.15 مليار دولار لزيادة أداءها.(FRÉRY, 2014, p. 352)

3-2- مثبطات ومحركات القدرة على الابتكار:

من المهم للغاية تحديد الحواجز والمحركات التي لها تأثير على بناء قدرات الابتكار. أنشطة الابتكار من الحدوث. يمكن أن تكون هذه العوامل مثبطات أو دوافع للابتكارات الخارجية أو الداخلية. الغرض النهائي من تحديد العوائق الرئيسية للابتكار هو إزالة الحواجز أو تحويلها إلى محركات للابتكار لتطوير قدرات ابتكار فعالة (Assink, 2006, p. 216)، ومن بينها :

- **الرؤية والإستراتيجية:** لا تنجح الابتكارات دون خطة شاملة طويلة المدى وإستراتيجية ، فهي تتطلب استخدام موارد الشركة بالطريقة الصحيحة للاستفادة بشكل أفضل من نم والأعمال المتواصل. يعد الإبداع وإدارة الأفكار بالإضافة إلى هياكل الشركة وأنظمتها عوامل هامة من

حيث أن تعزيز الإبداع وإنشاء أنظمة لدعم أنشطة الابتكار أمر ضروري. (Assink, 2006, p. 217)

- **إدارة المعرفة :** ثبت أن إنشاء المعرفة هو أحد الأجزاء الأساسية لتطوير قدرات الابتكار. من المرجح أن تؤدي إدارة المعرفة وإنشاء عمليات المعرفة في الشركات إلى تعزيز فرص الابتكار. فالشركات الأكبر مساهمة في أنشطة الابتكار هي التي تتمتع بقدرات المعرفة العالية وتطوير الأداء العام. فإدارة المعرفة وحدها ليست كافية، ولكن مطلوب خلق المعرفة الجديدة من أجل البقاء والابتكار على المدى الطويل. (Darroch, 2005, pp. 80-87)
- **الموارد :** يتطلب الابتكار موارد مختلفة لتزدهر ، مثل الموارد المالية ، والقوى العاملة ، والوقت ، وربما المعدات أيضًا، بدون هذه الموارد من غير المحتمل أن تبتكر الشركات وتطور أشياء جديدة. (بروش زين الدين، 2005، صفحة 264)
- **الحوافز:** تقف الحوافز المادية والمعنوية في مقدمة العوامل التي تحافظ على المبدعين في المؤسسة ، لهذا لابد من أن تكون الحوافز واضحة ودالة في المؤسسة من أجل الإبداع، وخاصة إذا كان الشخص بحاجة لهذا الحافز فإنها تصبح ذات أثر مهم على الإبداع. (السكارنة، 2008، صفحة 54)
- **الإنهاء من العمل :** يُعد التهديد بالإنهاء مفيدًا لمنع المستخدم من التهرب، ولكنه قد يكون مثبطًا للابتكار، لذلك وجب على مسيري الشركات الناشئة تقديم تأكيدات للعمال بأن وظائفهم آمنة والتساهل مع أخطائهم وتفهم عثراتهم. (March, 1991).
- **الالتزام بالعقود طويلة الأجل**: أفضل عقد يحفز الابتكار هو الذي له نتائج على المدى الطويل، ولذلك لأنه غالبا ما يفشل الابتكار بعد أول محاولة. إن استعداد المديرين للالتزام بعقد طويل الأجل أمر بالغ الأهمية إذا كانوا يريدون من العمال الاستكشاف بدلاً من الاستغلال. (Y. Chu, 2015)
- **ثقافة الشركات:** إن خلق ثقافة تتميز بالسرعة والإلحاح وفرص قبول الفشل هذا النوع من الثقافة وممارستها هو أحد عوامل النجاح الرئيسية في دفع الابتكار في الشركات. (بروش زين الدين، 2005، صفحة 264) يجب ان تعزز الثقافة التجريب وتكافئ الابتكار، تمنح الموظفين الحرية والوقت لتطوير أفكار جديدة .

❖ **ردود الفعل:** يركز الاقتصاديون على أهمية التغذية المرتدة لأداء الأعمال، والاستفادة من تعليقات العملاء، حيث إنها تعتبر معلومات بحتة تنقل الملاحظات التي قد تساعد الشركات على تحقيق نجاح طويل الأمد في أجندة الابتكار. (Y. Chu, 2015)

❖ **قوانين تراعي الإفلاس واللوائح التشريعية :** إن قوانين التي تراعي إفلاس شركة ناشئة الناتج عن الابتكار، تلغي ديون رائد الأعمال وتمنحه بداية جديدة ، مما يسمح لها بالقيام بمشاريع جديدة عند فشل النشاط التجاري الأصلي تؤدي إلى المزيد من الابتكار، كمثال عن اللوائح المؤسسية التي تؤثر على أنشطة الابتكار للشركات هوالافتقار إلى التنظيم المناسب لحماية الملكية الفكرية. (Subramanian, 2009, p. 4951) غالبًا ما يشعر رجال الأعمال بأن أفكارهم وابتكاراتهم ليست آمنة ويمكن نسخها من قبل أشخاص أو شركات أخرى .

❖ **التدريب:** التدريب يحتل مكانة هامة في تعزيز العمل الإبداعي من خلال رفع الكفاءة الإنتاجية وتحسين أساليب العمل عن طريق إحداث تغيير في مهارات الأفراد، وتطوير أنماط السلوك الذي يستخدم في أداء أعمالهم، كما تتضح أهمية ودور التدريب في حل المشاكل بطرق إبداعية (حسن، 2003، صفحة 92)وهذا لا يتم إلا من خلال عمليات التدريب الملائم الذي يزود المستخدمين بالتصورات الكافية التي قد تواجههم، فالبرامج التدريبية ذات الصفة الإبداعية تهدف بشكل أساسي إلى رفع معدلات الأداء وتطويرها بما يخدم توجهات المؤسسة (نجم، 2006، صفحة 228).

4-دراسة حالة مؤسسة كريم وبعض النماذج الجزائرية

4-1دراسة حالة الشركة الناشئة كريم Careem:

- نبذة عن الشركة :

بدا رجل الأعمال الشغوف مدثر شيخة حياته كعامل بمؤسسة ليصل إلى نجاح مبهر، وه ومن مواليد مدينة كراتشي الباكستانية، حاصل على درجة البكالوريوس من جامعة جنوب كاليفورنيا حيث درس الاقتصاد وعلوم الكمبيوتر، حيث تخرج عام 1999، اشتغل في شركة شركة "ماكنزي" العالمية هو وشريكه في كريم السويدي "ماغنوس أولسون"، حيث كان مستشارين في الشركة، شيخة مستشار في فرع الشركة في باكستان وشريكه في فرعها في السويد،قاما الشريكان بفتح مكتب يأجر السيارات للشركات في منطقة الشرق الأوسط ، وقع اختيار الشريكين على مدينة دبي المزدهرة، لتكون نقطة انطلاق مشروعهما، ولكون هذه

المدينة مثل غيرها من المدن في الشرق الأوسط والعالم تعاني من صعوبة بالغة في تأمين سيارات الأجرة ، ثم أطلقا تطبيقًا يهتم بجميع هذه التفاصيل.

تأسست كريم في شهر يولي ومن عام 2012، قد رأسمالها بحوالي 3.75 مليار درهم إمارتي ، وتوفر الشركة خدمات نقل موثوقة وآمنة ومناسبة وميسورة التكلفة لأكثر من 12 مليون مستخدم، حتى أصبحت من الشركات الرائدة، في مجال تكنولوجيا النقل البري الحديث، وتستخدم الشركة خدمة التتبع الآلي للمركبة على الخريطة ، واعتمدت الشركة على خدمات التوصيل السريعة والمريحة. (المنشاوي، 2019)

وتتميز خدمات كريم بالمرونة والآمان ، وتعتمد الخدمة ببساطة على طلب الأفراد والمؤسسات لأحدى المركبات المتوفرة مع سائق ، لكي تصلهم إلى مكان تواجدهم إما في الحال ، أو في وقت لاحق ، ذلك عن طريق الموقع الالكتروني للشركة أومن خلال التطبيقات على الهاتف الذكي، ويمكن رصد ومتابعة المركبة على الخريطة والدفع نقدًا، أو بواسطة بطاقة الائتمان، ويدعم تطبيق كريم مجموعة واسعة من اللغات، بما في ذلك الإنجليزية والعربية والفرنسية والأردية والتركية، ويقدم طيفاً واسعاً من خدمات التنقل (طاهر، 2017)

يعمل ضمن منصتها حالياً أكثر من 250,000 كابتن في أكثر من 80 مدينة في 13 بلداً في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بما في ذلك باكستان وتركيا ومصر والمغرب والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة وقطر والكويت والبحرين وعمان والأردن ولبنان وفلسطين، تهدف إلى تسهيل عملية حجز سيارات الأجرة، في ظل التحديات المتصاعدة في مجال النقل البري، تهدف لتوسيع عملها أكثر فأكثر لتتصدر قائمة المنافسين لها في هذا المجال.

- النمو في شركة "كريم" :

لم تكتفي الشركة الناشئة " كريم" بموقع الكتروني، وتطبيق على الهواتف الذكية، فقد حاولت التوسع في المجال الالكتروني الرقمي ففي سنة 2013، أمضت عقد شراكة إستراتيجية مع شركة "ديدي تشوكسينغ"، أكبر منصة تنقل في العالم عبر الهاتف المتحرك. وضمن إطار هذا التعاون، قامت شركة "ديدي" بالاستثمار في كريم لتعزيز مكانتها الرائدة في السوق والارتقاء بمستوى خدمة النقل الموثقة التي تقدمها في أنحاء المنطقة. عملا على تبادل المعرفة في مجال تكنولوجيا النقل. (كل ماتود معرفته عن شركة كريم، 2012)

في عام 2015، استحوذت الشركة على شركة خدمات التوصيل إلى المنازل في السعودية ومؤسسها الدكتور عبد الله إلياس، الذي انضم لفريق كريم. (قصة نجاح عبدالله الياس .. مؤسس شركة كريم، 2017)

في ديسمبر 2016، جمعت الشركة 350 مليون دولار أمريكي للشركة، كما أعلنت شركة الاتصالات السعودية بالموافقة على شراء 10% من حصة كريم ، وكان هذا ضمن الاستراتيجيات المقررة للشركة ، والتي تضمن الاستثمار في الابتكار الرقمي وتنمية المنظمة بشكل شامل.

في فبراير 2018، تم الإعلان أن كريم استحوذت على خدماتRound Menu ، وهي خدمة على الانترنت تضم قوائم المطاعم وتقديم الوجبات، وهذه الخدمة تعمل في جميع أنحاء العالم العربي.

في أوت 2018، قالت كريم بأنها ستطلق خدمات الحافلات وذلك بدءًا من مدن مصر.

في نوفمبر 2018، حصلت الشركة على تمويل بقيمة 200 مليون دولار من مستثمريها الحاليين.

في 26 مارس 2019، أعلنت شركة أوبر Uberالعالمية عزمها شراء شركة كريم بمبلغ 3.1 مليار دولار، على الرغم من أن المفاوضات أخذت شهورا بين كريم وأوبر، إلا أن الشروط وقيمة الصفقة تعتبر مكاسب كبيرة جدا لشركة كريم، خاصة أن تقييم "كريم" كان في نوفمبر الماضي بنحو 1.5 مليار دولار، وكان هذا التقييم حينما حصلت على تمويل بـ200 مليون دولار، إلا أن القيمة قفزت خلال تلك الفترة بأكثر من 100%.

ولفتت المصادر إلى أن شركة "أوبر" كان لديها تعطش كبير لإنجاز الصفقة قبل نهاية شهر مارس استعدادا لعملية الطرح المرتقبة.وقد نجحت إدارة شركة كريم في إطالة أمد المفاوضات حتى اللحظة الأخيرة للحصول على مكسبين رئيسيين: الأول هو القيمة والتي بلا شك جاءت مفاجئة، بالإضافة إلى شروط الصفقة والاحتفاظ بالإدارة وعدم دمج "كريم" في شركة "أوبر".

- تحفيز الابتكار بالشركة :

واصلت شركة " كريم " نموها بشكل متسارع وساعدها على ذلك اهتمامها بتحفيز الابتكار داخلها، أي الاهتمام بعمالها وذلك من خلال التركيز على النقاط التالية: (كريم، 2012)

- حاولت المؤسسة تحفيز الموظفين ليكونوا منتجين فوفرت للسائق راحةٍ كاملةٍ في عمله، حيث لا يوجد عدد ساعات معينة مطلوبة للعمل أ وأوقات محددة للدوام، بل إنّ كل هذا يسير وفق راحته واختياره ، وتقدم الشركة حافزا أسبوعيًا، مقابل عدد الرحلات التي يقوم بها السائق، على أن يكون تقييم الراكب للسائق يزيد عن 4.9 بنسبة قبول لا تقل عن 90% أيضًا.
- فتحت باب العمل أمام الجميع وفي كل أنحاء العالم،وقدمت لهم عقود مفتوحة وخلق جو يتسم بحرية التفكير والتعبير عن الرأي، كذلك يطمئن السائق أن منصبه ملكه، ويتحفز للابتكار كما تتيح للسائق الخطأ بشرط تحقيق رضا الزبون.
- وأسندت لماغنوس أولسن ، إدارة الجانب التكنولوجي والتقني لمنتجات كريم ، والاستماع بشكل دائم إلى ملاحظات المستخدمين وآرائهم ومكافئة المبدعين منهم ومنحهم مكانة معتبرة داخل الشركة أو ترقيتهم،أما مدثر شيخة يقوم بعمليات تطوير وتوسيع الشركة ، حيث انه أمضى عقدًا من الزمن في السيليكون فالي ، في مدينة سان فرنسيكو ، قبل العودة للمنطقة العربية ، ليصبح المستشار الإداري لتنمية الشركة حتى وصلت إلى الأولى من نوعها في منطقة الشرق الأوسط .
- وأسندت لعبد الله إلياس إدارة العمليات داخل المملكة العربية السعودية ، حاول توسيع شركة كريم في السعودية بعد أن قام بتأسيس شركة عنواني والتي انضمت لشبكة كريم، ويساهم في جعل شركة كريم كشركة محلية إقليمية، أما "يوهان برسن" هو مدير العمليات وهو المسئول عن مراقبة جميع عمليات كريم ، ويعمل على تطوير الشركة، ويركز على تجربة المستخدم، وفعالية الخدمة والتزام الكباتن والتعاون مع المدن الأخرى وتوفير شبكة معلومات منظمة وموثقة وآمنة وتوفير فضاء إبداعي بالمؤسسة .
- حاتم الكاهلي فه والمدير العام لكريم المملكة، ويدير أعمال شركة كريم بالمملكة وقبل انضمامه إلى شركة كريم في سبتمبر 2015 م ، كان في منصب رئيس قطاع الأعمال في شركة جوجل ، وعمل في عدد من الشركات الرائدة في مجالاتها في مدينة الملك عبد الله الاقتصادية، وشركة يونيليفر وشركة أي بي إم وغيرها .

- من اجل التغلب على فكرة التحيز والتمييز بين الرجل والمرأة والتمسك بحقها في العمل مثلها مثل الرجل،وكذلك الاستفادة من الأفكار الإبداعية للمرأة، أعلنت الشركة في سنة2017 عن برنامج لتمديد إجازة الأمومة وتوظيف المزيد من النساء.
- وفي جويلية 2017، أطلقت كريم عملياتها في فلسطين كجزء من خطة التوسع وزيادة النمو والالتزام بتوفير مليون فرصة عمل في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا بحلول نهاية عام 2018، في جانفي 2018، حاولت ابتكار نموذج عمل مختلف عن ما هي معروفة عليه واستفادت من التراث العربي، فقدمت خدمة تتعلق بركوب الخيل، لأول مرة في بغداد العراق، وكذلك لها مواقع في النجف وإربيل في كردستان العراق.
- واعتمدت على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التي تستند إلى البيانات العملاقة، واستفادت من خبرة شركة "ديدي تشوكسينغ" فتقدم خدماتها عبر مركبات الأجرة والمركبات الخاصة وخيارات التنقل الأخرى وتحاول بناء نظام عالمي مفتوح ومستدام، وذلك بهدف تعزيز الابتكارات في مجال النقل ، وطرح المزيد من الخدمات المبتكرة لشبكة أوسع من المجتمعات في أنحاء العالم.

4-2- الشركات الناشئة بالجزائر:

- **بعض نماذج الشركات الناشئة بالجزائر:**

الشركة الناشئة للمستثمر بن حليمة صلواتشي:المتمثلة في غرس حوالي 200 شجرة أرقان بولاية الشلف بمنطقة الشط ببلدية الكريمية (30 كلم جنوب شرق عاصمة الولاية) بمساعدة محافظة الغابات بالشلف فيما يخص الشتلات والتوجيهات والإرشادات التقنية المتعلقة بمراحل نم وهذه الشجرة,**وحققت هذه التجربة** نتائج طيبة بعد مرور أزيد من شهر عن غرس أولى الشتلات، حيث تحظى بالمتابعة الدورية والتقنية من طرفه شخصيا وبالتنسيق مع خبراء محافظة الغابات على أمل نجاح التجربة وتوسيعها إلى مختلف المناطق خاصة الجبلية منها، واعتمد هذا المستثمر على نظام السقي بالتقطير، فضلا عن تقنيات التربية السمكية المدمجة مع الفلاحة وهو ما سمح باستغنائه عن التسميد الكيماوي والمحافظة على القيم الغذائية الطبيعة لمنتجاته الفلاحية عموما وثمار الأرقان بالخصوص مستقبلا.

الشركة الناشئة للمستثمر قادة زاوي "دار الجزائر" التي أثبتت نجاعتها في الميدان العملي وهي عبارة عن دار نشر للكتب تشجع المواهب الشبانية غير المعروفة عن طريق نشر

انجازاتهم، تمكن القراء من الحصول على الكتب في جميع المناطق التي لا تصل إليها دور النشر، مؤكدا أن شركته قامت منذ نشأتها سنة 2017 بنشر 45 كتاب وأكثر من 50 ألف نسخة للكتب، *ومحاولة منها للتوسع* قامت بإبرام اتفاقية مع "دار المتوسط" وهي دار نشر ايطالية بهدف توصيل الإبداع الجزائري إلى أوروبا.

الشركة الثالثة :مسيرها أسامة "نباتو" (أين نقضي الليل) تساهم في إيجاد الحل للسياح المحليين والأجانب للحصول على مكان للمبيت (من الليلة واحدة إلى 30 ليلية) في الولايات التي لا يوجد فيها فنادق، وكذلك إبرام اتفاقيات مع خواص الذين يريدون كراء منازلهم ثم يعرضون صور هذه المنازل عبر تطبيقه الكترونية ويصبح بإمكان السياح الاتصال بهم في "أي وقت" عبر الانترنت للحصول على مكان للمبيت يكون مجهز ومكيفة ، وهي متواجدة على مستوى 20 ولاية وتسعى ل تغطية 48 ولاية.

الشركة الناشئة الرابعة : "سيتليو" ابتكرت تطبيقه الكترونية تمكن مختلف الشركات من التسويق الإلكتروني لمنتجاتها يقول مسيرها عادل بن صالح. وتقوم هذه الشركة الناشئة عبر موقعها بالرد على أجوبة المواطنين بخصوص مختلف المنتجات وكذا أماكن بيعها لتمكينهم من اقتنائها في اقرب نقطة بيع.

اكبر مشروع لشركة ناشئة هو المدينة الذكية، يساهم في تصميمه رياض حرطاني تحت اسم "لجزائر العاصمة، مدينة ذكية" الهدف منه إنشاء نموذج من شأنه أن يقدم قاعدة مرجعية لمدن البلدان النامية التي يمكن لهذه الأخيرة أن تتكيف مع مختلف تطوراتها الاقتصادية في عصر الانترنت والمعطيات للعقود القادمة". وكذلك يعتمد على تقديم حلول للمشاكل على غرار "فك العزلة عن الجزائر وتقديم معلومات تسمح بتسيير فعال لأنظمة المرور والنقل والمحطات الكهربائية وشبكات التزويد بالمياه وتسيير النفايات وأنظمة الإعلام والمدارس والمكتبات والمستشفيات، تتوفر فيها شبكة انترنت اللاسلكي والثابت بتدفق عالي ورقمنه المؤسسات والشركات.

هناك بعض الشركات الحديثة والتي تعتبر فتية وخاصة في مجال الصحة منها "اتحاد متطوعون" بولاية باتنة الذي تمكن من صناعة نفق للتعقيم، يوضع أمام مداخل المستشفيات لحماية فرق الاستعجالات والحماية المدنية وكل الطاقم الطبي، كما قامت جامعة الشلف بتصنيع جهاز للتعقيم والتطهير بالأشعة فوق البنفسجية. كذلك الشركة الناشئة المختصة في

صناعة تجهيزات معالجة المياه وحماية البيئة بعين الدفلى والتي صنعت خراطيم التعقيم عالية الجودة التي تستعمل في الوقاية والحد من انتشار تفشي فيروس كورونا المستجد.

- **تقييم الابتكار في المؤسسات الناشئة الجزائرية :**

من خلال ملاحظة تجربة مجوعة من الشركات الناشئة في الجزائر ومقارنتها مع نظيرتها في الإمارات العربية تبين ضعف قدرة الجزائر في مجال الابتكار ، فمعظم الشركات الناشئة الجزائرية تنشط في مجال التسويق الالكتروني ، ورغم هذا فهي عاجزة عن توظيف العلم والتكنولوجيا ، وهي مجرد استيراد ومحاكاة لتجارب سابقة في دول أجنبية ، حيث أن قدرة الجزائر في مجال الابتكار غير مقبولة، رغم كل الجهود المبذولة من طرف السلطات الجزائري، الممثلة قي وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، والمؤسسات الناشئة ، واقتصاد المعرفة على إحداث إطار قانوني وتنظيمي ووظيفي للشركات الناشئة، من خلال وضع خارطة طريق لدعم وتمويل هذا النوع من المؤسسات وتمكينها من لعب دور هام في الاقتصاد الوطني.واقتصاد المعرفة والعمل على إحداث إطار قانوني وتنظيمي ووظيفي للشركات الناشئة، ووضع تعريف قانوني لها وللحاضنات، وتحديد طرق تقييم أدائها، وإشراك البورصة ورأس المال الاستثماري، وتحديد كيفية مساهمة المغتربين فيها ، وتطبيق آليات إعفاء ضريبي "شبه كلي"، لتمكين الشباب من الإسهام بفعالية في فك ارتباط الاقتصاد الوطني بالمحروقات، إلا أن هذه الإجراءات غير كافية من جهة وخاصة بالنسبة للشركات الناشئة التي تنقصها الخبرة الإبداعية ، وجهة أخرى تبقى كل هذه القرارات غير مطبقة لحد ألان، لذلك أصبح من الضروري ترشيد عمليات إنشاء وتسيير وتقييم أداء النظام الوطني للابتكار بالشكل الذي يضمن فعاليته ونجاعته وانفتاحه على المحيط الاقتصادي والاجتماعي، ولتحقيق التطور والتنمية المرجوة للدولة .

الجزائر لا تعتبر منطقة مبتكرة مقارنة بالاقتصاديات الأخرى في جميع أنحاء العالم، رغم الإمكانات هائلة للابتكار وريادة الأعمال ، تواجه حاجة أكبر إلى إيجاد حلول والابتكار مع تعزيز فرص نجاح ريادة الأعمال ، هناك حاجة مستمرة لإيجاد فرص لإيجاد حلول قيمة لمشاكل الناس. من المحتمل أن يؤدي تحويل هذه الاختراعات إلى أعمال قابلة للتطوير إلى خلق فرص ابتكاريه هائلة، رغم كل هذه المعوقات إلا انه من المحتمل أن تشهد المشاريع الجديدة تطورًا كبيرًا وتساهم في نم واقتصادي مستدام في إقليم الجزائر. في الواقع ، ليس من المتوقع بالضرورة أن توفر الابتكارات التي تم إنشاؤها في البلدان النامية حداثة في جميع أنحاء العالم

والمساهمة في الابتكارات العالمية ، بل يجب أن تكون جديدة في منطقة معينة أو قطاعاتها أ وأعمالها .

ساهم وصول مختلف برامج تنظيم المشاريع والشركات الناشئة في بناء نظام بيئي لريادة الأعمال في المنطقة يشجع الأفراد على بدء الأعمال والابتكار بدعم من حاضنات الأعمال والشركات الناشئة البارزة في المنطقة. وبالمثل ، عززت المبادرات المختلفة التي تقدمها الجامعات والمؤسسات الأكاديمية والمنظمات القائمة في المنطقة بيئة الأعمال في الجزائر من منظور تقديم المساعدة والدعم ليصبحوا رواد أعمال ومبدعين. من خلال توفير تدريبات شاملة وإرشاد وموارد تمويل محتملة ، تمكنت هذه المبادرات من مساعدة الأفراد على نقل أفكارهم من المفهوم إلى الواقع وبناء شركات ناشئة قابلة للتطبيق تجاريًا من شأنها تعزيز القطاع الخاص في البلاد.

5-الخاتمة

تواجه الشركات الناشئة تحديات كبيرة ، خاصة إذا ما لم تكافأ الابتكار والإبداع وتطوير منتجاتها بما يتوافق ومستوى الطلب، إن توسع مفهوم الابتكار لم يعد يقتصر على مجال واحد وهو التكنولوجيا، فأغلبية الشركات الناشئة المبتكرة اليوم هي خدمية، حيث يرتبط الابتكار فيها أساسًا بطرق التنظيم، فعلى مسيريها مكافئة وتحفيز ورفع الطاقات الإبداعية لمعاونيهم، كي يتمكنوا من ضمان استدامة ونمو شركتهم.

5-1-النتائج:

- يتوجب على الشركات الناشئة الجزائرية إعادة التفكير بجدية في حل مشكلة الغياب النسبي للابتكار في أنشطتها، الذي جعلها عاجزة عن تطوير تنافسيتها، سيما في ظل انفتاح السوق العالمي .
- ينبغي ان لا ينحصر دور الدولة بمختلف فروعها عند إنشاء المؤسسات حدبثة مطورة فقط، بل يجب أن تسعى إلى تحسن قدرة العاملين وتحفزهم على الابتكار، الأمر الذي يمكنها من مواجهة مختلف الأخطار التي تهددها على مستوى السوق.
- نقص المرافقة للمشاريع الناشئة، وضعف المعلومات الابتكاريه وطرق التحفيز اللازمة في المؤسسات الجزائرية يؤدي إلى خروجها المبكر من السوق .

- المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تطبق الابتكار بمختلف الأشكال ولو بشكل نسبي، إلا أنها مطالبة ببذل جهد أكبر في مجال الابتكار مما يخول لها الزيادة من قدرتها التنافسية ، وبالتالي القدرة على اختراق أسواق دولية.

2-5-التوصيات :

- ✓ إنشاء صناديق تمويل للعلوم والأبحاث والابتكار والمؤسسات الناشئة في الجزائر، و توحيد الجهود الموجهة للعلوم والتكنولوجيا والابتكار في العمل.
- ✓ إعادة النظر في كل التشريعات الاستثمارية، من اجل تشجيع نقل التكنولوجيا ودعم الابتكار.
- ✓ مضاعفة الإنفاق على البحث والتطوير لثلاثة أضعاف بحلول2021 ، وإحداث تحول حقيقي في الاقتصاد الوطني وإنشاء شراكات تعاقدية تصنيعية عالمية .
- ✓ إنشاء حاضنات الأعمال على مستوى الجامعة تعنى بتشجيع الابتكارات وترشيدها والدفع بها نحو الاستمرارية والنمو والريادة .
- ✓ ضرورة عقد دورات تكوينية لأصحاب الشركات الناشئة وتدريبهم على طرق التحفيز الضرورية.

5 – قائمة المراجع

- **5-1- بالعربية :**
- بلال خلف السكارنة، *الريادة وادراة المنظمات*،(الاردن: دار المسيرة،2008) ؛
- بلمهدي عبد الوهاب بروش زين الدين ادارة الابتكار في المنظمة : من منظور إدارة الموارد البشرية. *ملتقى دولي حول الاداء المتميز لتنشيط الابداع والابتكار*، 2005، كلية الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة ورقلة، الجزائر (الصفحات 259-268) . ؛
- رضا حاتم علي حسن، *الابداع الاداري وعلاقته بالاداء الوظيفي*، (السعودية: جامعة نايف للعلوم الامنية. 2003) ؛
- سعيد ياسين عامر، *استراتيجيات التغيير*،(مصر: مركز وايد سيرفيس للاستشارات والتطوير الإداري، 1994) ؛
- محمد بن يوسف النمران العطيات، *ادارة التغيير والتحديات العصرية للمدير*، (عمان ،الاردن: دار الحامد للنشر والتوزيع2006) ؛
- محمد عبيدات، *مبادئ التسويق* ، (لبنان: دار النشر المستقبل. بيروت 1989) ؛

- نجم عبود، *ادارة الابتكار المفاهيم والخصائص*، (عمان: دار وائل للنشر2013) ؛
- نجم عبود نجم، *الابتكار الإداري محاولة من أجل التفسير والتقييم*، الامارات العربية المتحدة: إصدارات معهد التنمية الإدارية ،المجلد 11،2006؛

- **2-5- باللغات الأجنبية**

- Assink, M , *Inhibitors of disruptive innovation capability: a conceptual model* European Journal of Innovation Management, Vol. 9,2006؛
- Bruton, G. D, *Resources of the firm, Russian high-technology startups, and firm growth*, Indonesia: Journal of Business Venturing ,Vol. 17, 2002؛
- Colombo, M. G, *Strengths and weaknesses of academic startups: a conceptual model. Engineering ManagementTransactions* , USA: Institute of Electrical and Electronics Engineers IEEE,Vol. 55, 2008 ؛
- Darroch, J, *Knowledge management, innovation and firm performance* , Italy: Journal of Knowledge Management ,Vol. 9,2005؛
- Freear, J. S, *Angles on angels: financing technology-based ventures- a historical perspective,Venture Capita*, Finance: An International Journal of Entrepreneurial,Vol. 4,N°4, 2002؛
- FRÉRY, G. J, *stratégique 10 édition.* (France: Pearson France, 2014) ؛
- Kelley, T. &, *The Art of Innovation,* (New York: Currency and Doubleday , 2001)؛
- Lundvall, B, *National Systems of Innovation: Toward a Theory of Innovation and Interactive Learning,* (New York: Anthem Press 2010) ؛
- Manchanda, K. &,*Crowdfunding: a new paradigm in start-up financing , In Global Conference on Business & Finance Proceedings*, , Vol. 9, January2014, Institute for Business & Finance Research؛
- March, J, *Exploration and exploitation in organizational learning,* Organization Science, Vol. 2,1991؛

- Pierre Collerette, G. D, *Le Changement Organisationnel: Théorie Et pratique,* (Canada: AGMV Marquis Québec, 2002)؛
- ROBERT, M. D, *stratégie pour innover* ,(paris: édition dunod, 1996)؛
- Salamzadeh, A. F, *Institutional factors affecting the transformation of entrepreneurial universities* Indonesia: International Journal of Business and Globalisation, Vol. 14, 2015؛
- Salamzadeh, A , *Innovation Accelerators: Emergence of Startup Companies in Iran,* (UAE: In 60th Annual ICSB World Conference June, 2015) ؛
- Salamzadeh, A , *Youth Entrepreneurship in Developing Countries: Do Young People Know Their Potentials?*: Proceedings of the International Conference on Youth and Our Cultural Heritage,May 15-18.2014, Samsun, Turkey ؛
- Subramanian, V. A, *Bankruptcy Codes and Innovation* ,The Review of Financial Studies, Vol. 22, 2009؛
- Van de Ven, A. H, *Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations* , Journal of management ,Vol. 10, 1984؛
- Weiblen, T, *Engaging with Startups to enhance corporate innovation*, California Management Review, Vol. 57, 2015؛
- Y. Chu, X. T,(2015, Aug 8), *Learning from Customers: Corporate Innovation along the Supply Chain.* Récupéré sur : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2505029؛

مواقع الانترنت :

- ايات طاهر. (11 جويلية 2017)، *قصة نجاح كريم*، الموقع : https://www.almrsal.com/post/501058 تاريخ الاطلاع 20 جوان, 2020 ;
- *شركات ناشئة شبانية: ابتكار حلول الكترونية مجانية لتسهيل الحياة اليومية*، (28 شباط/فبراير, 2018)، من وكالة الانباء الجزائرية: http://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/53877-2018-02-28-16-17-41. تاريخ الاطلاع 24 جوان, 2002 ؛

- علاء المنشاوي، (27 مارس, 2019)، *قصة "كريم" من البداية.. هكذا حققت مليارات الدولارات*https://www.alarabiya.net/ar/aswaq/companies/2019/03/27:. تاريخ الاطلاع 20 جوان, 2020 ؛
- *قصة نجاح عبدالله الياس، مؤسس شركة كريم*، (20 اوت, 2017)، من المرسال: https://www.almrsal.com/post/557055. تاريخ الاطلاع 20 جوان, 2020؛
- كريم. (2012)، *الموقع الرسمي للشركة* ، من كريم: https://www.careem.com/makkah/about-careem، تاريخ الاطلاع 16 جوان, 2020؛
- *كل ماتود معرفته عن شركة كريم*، (جويلية,.2012)، من موقع: شركة كريمhttps://www.arageek.com/ibda3world/facts-about-careem-company تاريخ الاطلاع 19 جوان, 2020؛
- *مشاريع المدن الذكية في العالم العربي مالتحديات والمواجهات ؟* (20 يناير, 2020) ، من مرصد المستقبل: https://mostaqbal.ae/smart-cities-in-the-arab-world/. تاريخ الاطلاع 26 جوان, 2020؛