



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -



**UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID –El Tarf-**

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion**

السنة الجامعية: 2021/2022

الرقم التسلسلي: .....

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الناشئة -

عرض نماذج عالمية -

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت إشراف:

د/ العابد برينيس شريفة

من إعداد الطلبة:

- بوطبة جوهينة

- طعم الله حليلة

## ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الثقافة المقاوالتية في إنشاء المؤسسات الناشئة، حيث لثقافة المجتمع والأسرة دورا أساسيا في خلق الثقافة المقاوالتية، التي بدورها توجه وتشجع وتحفز على الابتكار والانجاز، وترسم للأفراد مسارات التفوق والمنافسة، وتساهم في إنشاء المشروعات المقاوالتية التي توفر شروط إنجازه وقيامها. لذا تم عرض واقع الثقافة المقاوالتية ونماذج عن مؤسسات ناشئة في بعض الدول الأجنبية والعربية بغية الاستفادة منهم ونقل مميزاتهم إلى الاقتصاد الجزائري. وتوصلت الدراسة إلى وجود دور مهم لعوامل ترسيخ الثقافة المقاوالتية في إنشاء المؤسسات الناشئة، حيث توجد عدة عوامل تؤثر على المقاتل سواء داخلية أو خارجية، وتبين من خلال الدراسة أنه توجد عدة تجارب أجنبية وعربية ناجحة في تعزيز الثقافة المقاوالتية وكذا هناك نماذج أجنبية وعربية لمؤسسات ناشئة ناجحة. وتوصي الدراسة بمجموعة من الاقتراحات أبرزها تنمية الدوافع الإيجابية لدى الأفراد وتحسين مستوى التكوين عن طريق فتح تخصصات خاصة بالمقاولة لترشيد الشباب، بالإضافة إلى تسطير دورات تدريبية وندوات وطنية ودولية من أجل تأهيل أكبر.

**الكلمات المفتاحية:** المقاتل، المقاوالتية، الثقافة المقاوالتية، المؤسسات الناشئة.

### Abstract

This study aims to highlight the role of entrepreneurial culture in establishing emerging institutions, The culture of society and the family has role in creating the entrepreneurial culture, which encourages and stimulates innovation and achievement, draw for people the paths of excellence and competition, Contribute to the establishment of contracting projects that provide the conditions for their implementation and establishment. Therefore, the entrepreneurial culture and examples of emerging institutions in some foreign and arab countries were presented in order to benefit from them and transfer their advantages to Algerian economy.

The study concluded that there is an important role for the factors of consolidating the entrepreneurial culture in the establishment of emerging institutions, as there are several factors that effect the contractor, whether internal or external, And it was found through the study that there are several successful foreign and arab experiences in promoting the entrepreneurial culture, As well as there are arab and foreign models of successful institutions.

The study recommends a set of suggestions most notably (prominent) is the development of positive motives for persons and improving the level of training by opening specialisations for entrepreneurship to rationalize the youth, In addition to organising training courses, national and International seminar for greater qualifications.

**Keywords:** the entrepreneur, the entrepreneurship, the entrepreneurship culture, emerging institutions.

## - الإهداء -

إلى من لا يطيب الليل إلا بشكره ولا يطيب النهار إلا بطاعته ولا تطيب اللحظات إلا بذكره

"الله عز وجل"

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة إلى نبي الرحمة

"مُحَمَّدٌ ﷺ"

إلى روح "جدي" و"جدتي" رحمهم الله وأسكنهم فسيح جناته

إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المستنير، فقد كان له الفضل الأول في بلوغي التعليم العالي

"والدي الحبيب أطال الله في عمره"

إليك يا "أمي" يا من علمتني العطاء دون انتظار المقابل والصمود مهما تبدلت الظروف يا نبع

الحب والحنان أدامك الله لنا

إلى إخوتي عزوتي "صلاح الدين" و"مجد الدين" من كان لهم بالغ الأثر في الكثير من العقبات

والصعاب

إلى كل فرد من عائلتي الكريمة "بوطبة" و"بن قريد"

إلى صديقاتي اللواتي اشهد لهم بأنهم نعم الرفقاء في جميع الأمور:

"لينا، عبير، شيماء، شيراز، عبير، ناجية"

إلى زميلتي التي شاركتني هذا العمل "حليمة"

بوطبة جوهينة

## - الإهداء -

إلى من لا يطيب الليل إلا بشكره ولا يطيب النهار إلا بطاعته ولا تطيب اللحظات إلا بذكره

"الله عز وجل"

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة إلى نبي الرحمة

"مُحَمَّدٌ ﷺ"

إلى كل من ساهم في تعليمي ولو بحرف في حياتي الدراسية

إلى من أحمل اسمه بكل فخر، إلى من يرتعش قلبي بذكره، إلى من سعى وشقي لأنعم بالراحة

والهناء، إلى الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي إلى طريق النجاح

"أبي الغالي على قلبي أطل الله في عمره"

إلى من ساندتني في صلاتها ودعائها، إلى من سهرت الليالي تنير دربي، إلى نبع اللطف والحنان

"أمي الغالية أطل الله في عمرها"

إلى من لا تحلو الحياة بدونهم، أنتم جوهرتي وكنزي الغالي إخوتي:

"شيماء، أيمن، يوسف الصديق، أسامة"

إلى كل أقاربي وصديقاتي خاصة: "فريال، شيماء، صفاء، شيماء، سلسبيل"

إلى زميلتي التي شاركتني هذا العمل "جوهينة"

طعم الله حليلة

- شكر و عرفان -

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

صدق الله العظيم

إلى من لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، إليك حمدنا وشكرنا على إعانتنا على

إتمام هذا العمل

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة إلى نبي الرحمة

"سيدنا محمد ﷺ"

نخص بجزيل الشكر والعرفان الدكتورة المشرفة "العابد برنيس شريفة" على كل ما قدمته لنا من توجيهات

وتعليمات قيمة

ونتقدم بالشكر وأسمى عبارات التقدير إلى كل من ساعدنا من قريب ومن بعيد وإلى جميع أساتذة كلية

العلوم الاقتصادية بجامعة الشاذلي بن جديد

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء اللجنة على تفضلهم بمناقشة وإثراء هذا البحث

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
24	نظرية السلوك المخطط للعالم AZJEN	(01-01)
25	نموذج تكوين الحدث المقاولاتي للعالمين SOKOL و SHAPERO	(02-01)
27	نموذج DAVIDSSON	(03-01)
28	نموذج سيرورة المقاولاتية	(04-01)
49	دورة حياة المؤسسات الناشئة	(01-02)

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
15	أوجه الاختلاف بين المقاولاتية والمقاوله المؤسسية	(01-01)
103	تطور حاضنات الأعمال في الجزائر خلال الفترة (2011-2017)	(01-03)

## قائمة المختصرات

المختصر	معنى المختصر	الترجمة
<b>TRIPS</b>	Trade Related aspects of Intellectual Property rights	اتفاقية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة
<b>GEM</b>	Global Entrepreneurship Monitor	المراقب العالمي لريادة الأعمال
<b>ATM</b>	Automated Teller Machine	جهاز الصراف الآلي
<b>SDGs</b>	Sustainable Development Goals	أهداف التنمية المستدامة
<b>OTF</b>	Oman Technology Fund	الصندوق العماني للتكنولوجيا
<b>OCDE</b>	L'Organisation de Coopération et de Développement Economiques	منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية
<b>IDEA</b>	Intercommunale de Développement Economique et d'Aménagement	منظمة بين البلديات للتنمية الاقتصادية والتخطيط
<b>ANADE</b>	Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat	الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية
<b>ANDI</b>	Agence Nationale de Développement de l'Investissement	الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار
<b>ANFI</b>	Agence Nationale du foncier Industriel	الوكالة الوطنية للأراضي الصناعية
<b>CNI</b>	Conseil National de l'Investissement	مجلس الاستثمار القومي
<b>FGAR</b>	Le Fonds de Garantie des crédits aux PME	صندوق ضمان ائتمان الشركات الصغيرة والمتوسطة
<b>ANPT</b>	Agence Nationale de promotion et de développement des Parcs Technologiques	الوكالة الوطنية لتعزيز وتطوير مجمعات التكنولوجيا
<b>HUB</b>	Le Hub d'innovation technologique	مركز الابتكار التكنولوجي
<b>QCM</b>	Questionnaire à Choix Multiples	استبيان متعدد الخيارات
<b>VTC</b>	Voiture de Transport avec Chauffeur	سيارة نقل مع السائق

## فهرس المحتويات

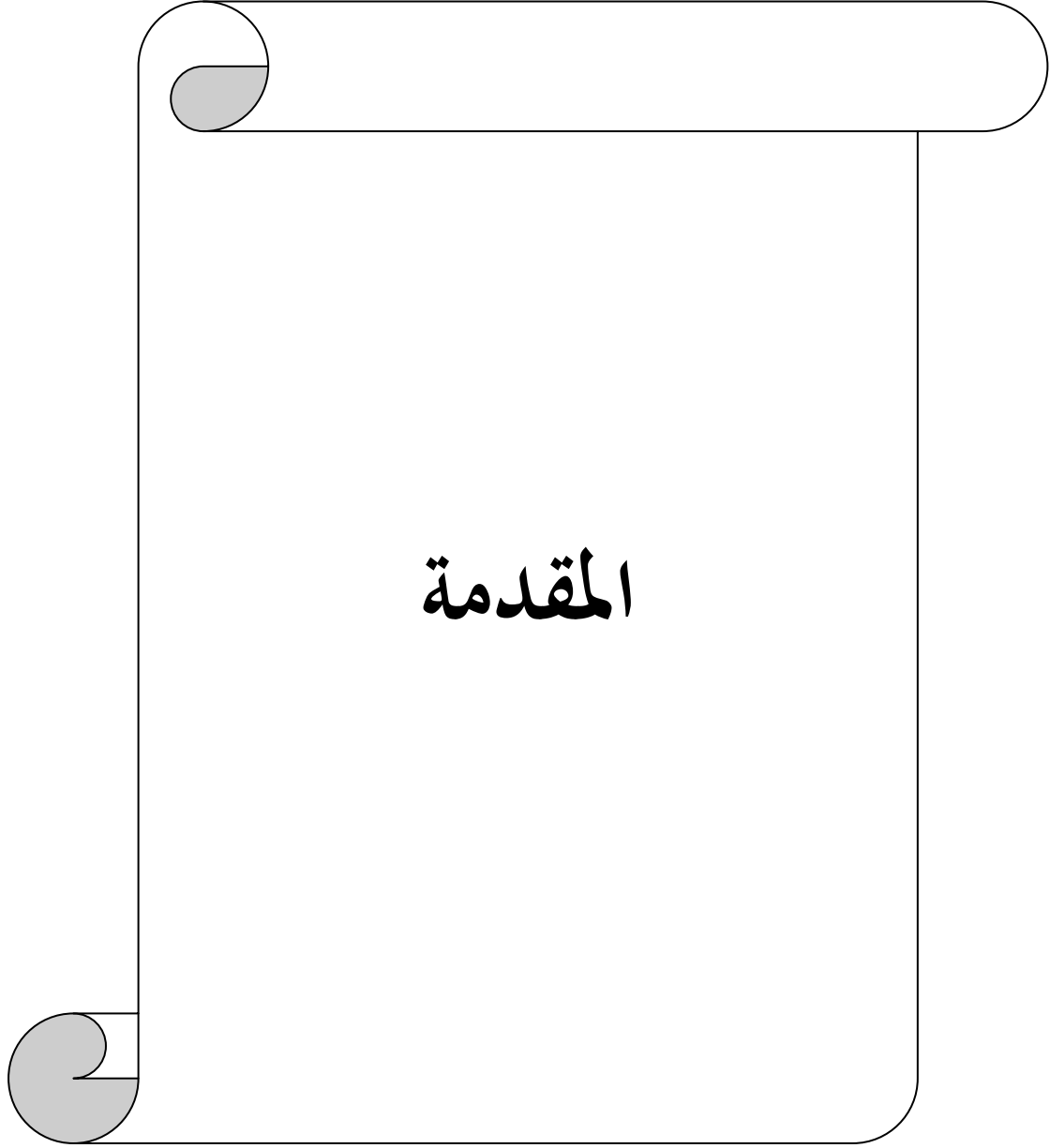
الصفحة	المحتوى
i	ملخص
ii	Abstract
iii	إهداء
v	شكر وعرفان
vi	قائمة الأشكال
vii	قائمة الجداول
viii	قائمة المختصرات
ix	فهرس المحتويات
1	المقدمة
9	الفصل الأول: لمحة عامة حول الثقافة المقاولاتية وعلاقتها بالتعليم المقاولاتي
10	تمهيد
11	المبحث الأول: الإطار النظري للمقاولاتية والثقافة المقاولاتية
11	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول المقاولاتية
11	1- تعريف المقاول
13	2- تعريف المقاولاتية
13	3- مفاهيم ذات صلة بالمقاولاتية
16	المطلب الثاني: ماهية الثقافة المقاولاتية
16	1- تعريف الثقافة المقاولاتية
17	2- خصائص الثقافة المقاولاتية
18	3- أهمية الثقافة المقاولاتية
19	المطلب الثالث: وظائف وعناصر الثقافة المقاولاتية والمقومات الأساسية لها
19	1- وظائف الثقافة المقاولاتية
19	2- عناصر الثقافة المقاولاتية
20	3- المقومات الأساسية للثقافة المقاولاتية
21	المبحث الثاني: المقاربات والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية

21	المطلب الأول: المقاربات المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية
21	1- المقاربة الوظيفية للاقتصاديين
22	2- المقاربة السلوكية
22	3- مقارنة إنشاء المنظمات
22	المطلب الثاني: النظريات المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية
22	1- نظرية الفعل العقلاني
23	2- نظرية السلوك المخطط للعالم AZJEN
24	المطلب الثالث: النماذج المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية
24	1- نموذج تكوين الحدث المقاولاتي للعالمين SHAPER و SOKOL
26	2- نموذج DAVIDSSON
27	3- نموذج سيرورة المقاولاتية
29	المبحث الثالث: التعليم المقاولاتي ودوره في ترسيخ الثقافة المقاولاتية
29	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول التعليم العالي
29	1- مفهوم التعليم
30	2- مفهوم التعليم العالي
31	المطلب الثاني: ماهية التعليم المقاولاتي
31	1- التاريخ والنشأة
32	2- المدخل التعليمي في السلوك المقاولاتي ومفهوم التعليم المقاولاتي
35	3- أهمية وأهداف التعليم المقاولاتي
36	المطلب الثالث: التعليم المقاولاتي كأداة لتنمية الثقافة المقاولاتية
36	1- الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الجامعية
37	2- دور الجامعة في ترسيخ الثقافة المقاولاتية للطلاب الجامعي
38	3- تجارب عالمية في التعليم المقاولاتي ونشر الثقافة المقاولاتية
42	خلاصة الفصل
43	الفصل الثاني: لمحة عامة حول المؤسسات الناشئة
44	تمهيد
45	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة
45	المطلب الأول: تعريف المؤسسات الناشئة ودورها حياتها
45	1- تعريف المؤسسات الناشئة

48	2- دورة حياة المؤسسات الناشئة
49	المطلب الثاني: خصائص وأهمية المؤسسات الناشئة
50	1- خصائص المؤسسات الناشئة
51	2- أهمية المؤسسات الناشئة
52	المطلب الثالث: الفرق بين المؤسسات الناشئة والمقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
54	المبحث الثاني: تمويل المؤسسات الناشئة
54	المطلب الأول: المصادر التقليدية والحديثة في مجال تمويل المؤسسات الناشئة
54	1- مصادر تمويل المؤسسات الناشئة من وجهة نظر تمويل التنمية الاقتصادية والمؤسسة الاقتصادية
56	2- الطرق المستحدثة في تمويل المؤسسات الناشئة
60	المطلب الثاني: أهداف وخصائص تمويل المؤسسات الناشئة
60	1- أهداف تمويل المؤسسات الناشئة
61	2- خصائص تمويل المؤسسات الناشئة
63	المطلب الثالث: إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة بين معوقات مؤسسات التمويل ومتطلبات الاحتياجات التمويلية
63	1- أسباب مشكلة التمويل من وجهة نظر مؤسسات التمويل
64	2- أسباب مشكلة التمويل من وجهة نظر القائمين على المؤسسة
65	المبحث الثالث: مقومات نجاح المؤسسات الناشئة
65	المطلب الأول: الابتكار الأخضر مفتاح نجاح المؤسسات الناشئة
68	المطلب الثاني: منصات رواد الأعمال ونجاح المؤسسات الناشئة
75	المطلب الثالث: عصنة النظام المصرفي والتكنولوجيا المالية مفتاح نجاح المؤسسات الناشئة
78	خلاصة الفصل
79	الفصل الثالث: واقع الثقافة المقاولاتية وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة في بعض دول العالم
80	تمهيد
81	المبحث الأول: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول الأجنبية
81	المطلب الأول: دعم الثقافة المقاولاتية في اليابان مع عرض نماذج لمؤسسات ناشئة فيها

81	1- دعم الثقافة المقاولاتية في اليابان
82	2- عرض بعض المؤسسات الناشئة في اليابان
84	المطلب الثاني: دعم الثقافة المقاولاتية في ألمانيا وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة ألمانية
85	1- دعم وتنمية الثقافة المقاولاتية في ألمانيا
85	2- عرض نماذج لمؤسسات ناشئة ألمانية
86	المطلب الثالث: الثقافة المقاولاتية في الولايات المتحدة الأمريكية وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة أمريكية
87	1- دعم الثقافة المقاولاتية في الولايات المتحدة الأمريكية
88	2- نماذج لمؤسسات ناشئة أمريكية
90	المبحث الثاني: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول العربية
90	المطلب الأول: تجربة الإمارات العربية المتحدة في الثقافة المقاولاتية مع عرض نماذج لمؤسسات ناشئة فيها
90	1- دعم وتنمية الثقافة المقاولاتية في الإمارات العربية المتحدة
91	2- عرض نماذج لمؤسسات ناشئة إماراتية
93	المطلب الثاني: تنمية الثقافة المقاولاتية في الأردن وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة أردنية
93	1- تجربة الأردن في دعم الثقافة المقاولاتية
94	2- نماذج لمؤسسات ناشئة أردنية
95	المطلب الثالث: دعم الثقافة المقاولاتية في السعودية مع عرض بعض المؤسسات الناشئة فيها
95	1- دعم الثقافة المقاولاتية في المملكة العربية السعودية
96	2- عرض بعض المؤسسات الناشئة في السعودية
98	المبحث الثالث: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في الجزائر
98	المطلب الأول: عوامل ترسيخ الثقافة المقاولاتية في الجزائر
101	المطلب الثاني: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر
107	المطلب الثالث: عرض نماذج لمؤسسات ناشئة في الجزائر والدروس المستفادة من التجارب السابقة
111	خلاصة الفصل
112	خاتمة

118	قائمة المراجع
-----	---------------



# المقدمة

## 1. مدخل الدراسة

يحظى النشاط المقاوطني بأهمية واضحة داخل النسيج الاقتصادي في كل الدول، كما يمتلك مكانة متميزة ضمن أولويات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث يشكل كل من المقاول والمقاولة موضوعا لعدة أبحاث منذ عدة عشرات، يظهر من خلال ديناميكية خلق المؤسسات التي تنطوي على خلق فرص عمل وبالتالي خلق الثروة.

مع تزايد الاهتمام بموضوع المقاولانية، خاصة مع تزايد المكانة التي تحتلها المؤسسات الصغيرة والمصغرة، وبالرغم من وجود أفكار لمشاريع مؤسسات لدى فئة الشباب إلا أنه توجد نسبة منهم يجسدها ويؤسس مقاولات تؤول إلى الزوال خلال السنوات الأولى من بداية نشاطها، والنسبة الأكبر منهم تعزف عن إقامة مشاريعهم الخاصة، ويعود السبب الرئيسي إلى غياب الثقافة المقاولانية وقلة وعيهم بوجود آليات ووسائل لدعمهم وتوجيههم نحو متطلبات نجاح المقاولة. لهذا كانت هذه المؤسسات التي تقوم بها فئة المقاولين محل دعم وتطوير للعديد من دول العالم ويتجلى هذا الاهتمام في إعداد بنيتها الأساسية ونواتها الحقيقية ولاستثمار مواردها البشرية من خلال التعليم المقاوطني وذلك باعتماد برامج تكوينية وتعليمية لتزويد أصحاب المشاريع المقاولانية بالمعارف والمهارات اللازمة وتعزيز الثقافة المقاولانية لديهم.

إن إنشاء المؤسسات خاصة المؤسسات الناشئة أمر مهم للمجتمعات، نظرا لأهميتها في النهوض بالاقتصاد وتحقيق التنمية الاجتماعية والتطور العلمي والتكنولوجي وهذا من أجل مواكبة التغيرات الاقتصادية العالمية التي تتجه نحو الثروة الصناعية الرابعة واقتصاد المعرفة، وبالرغم من الأهمية البالغة التي تتحلى بها المؤسسات الناشئة، إلا أنه من أكبر العوائق أمامها هو التمويل، خاصة في مرحلة الانطلاق فكثيرا ما تحتاج المؤسسات الناشئة تمويلا ضخما مما يشكل فوائدها عبئا إضافيا عليها. وبهدف تجاوز العديد من العوائق التي تواجه المؤسسات الناشئة خاصة عند بداية المشروع فيما يتعلق بالتمويل برزت العديد من المبادرات، على غرار ما يعرف بمنصات رواد الأعمال التي تتمثل في حاضنات الأعمال، مسرعات الأعمال ومساحات العمل المشتركة، ويوجد العديد من العوامل لنجاح المؤسسات الناشئة مثل الابتكار الأخضر، عصرنه النظام المصرفي والتكنولوجيا المالية.

كما توجد تجارب لبعض الدول الأجنبية والعربية في مجال تعزيز الثقافة المقاولانية وإنشاء المؤسسات الناشئة، يمكن للجزائر وأي دولة ترغب في تطوير المؤسسات الناشئة وتعزيز الثقافة المقاولانية الاستفادة منها.

## 2. إشكالية الدراسة

ومن خلال ما سبق تركز هذه الدراسة على دور الثقافة المقاولانية في إنشاء المؤسسات الناشئة، كي تحقق أهدافها نحو التنمية الاقتصادية، حيث يقترح العديد من علماء الاقتصاد ومنظري الفكر المقاوطني أن تمر عملية خلق الثروة عبر تطوير الثقافة المقاولانية، التي تفضل المبادرة الذاتية في إعطاء الأولوية لتنمية العديد من القيم المقاولانية.

ومن هذا المنطلق يمكن صياغة إشكالية الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الناشئة في بعض التجارب الدولية؟ وهل يمكن الاستفادة من نماذج المؤسسات الناشئة الناجحة؟

وحتى تتم الإحاطة بكل جوانب موضوع الدراسة تم تقسيم الإشكالية الأساسية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ❖ هل تساهم الثقافة المقاولاتية بشكل جيد في إنشاء مؤسسات ناشئة في الدول الأجنبية محل الدراسة؟
- ❖ هل هناك نماذج عربية ناجحة لمؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية؟
- ❖ كيف يمكن للاقتصاد الجزائري أن يطور المؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية؟

### 3. فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤلات السابقة تم تحديد مجموعة من الفرضيات التي تمكن من الوصول إلى أهداف الدراسة:

- ❖ تساهم الثقافة المقاولاتية بشكل جيد في إنشاء مؤسسات ناشئة في الدول الأجنبية محل الدراسة.
- ❖ هناك نماذج عربية ناجحة لمؤسسات ناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية.
- ❖ يمكن للجزائر الاستفادة من تجارب الدول محل الدراسة لتطوير المؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية.

### 4. أهمية موضوع الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز دور الركيزة الأولى في تكوين الممارسة المقاولاتية والمتمثلة في الثقافة المنشئة لها، حيث تكون أهم عوامل انطلاق القدرات الإنسانية والإبداع والتجديد والمحفز على الإنجاز الذي يكون كل مجتمع بحاجة إليه، كي يتقدم ويحقق خطى ثابتة وناجحة صوب التنمية المستدامة للمجتمع وذلك بتدعيم الاقتصاد القومي.

### 5. أسباب اختيار الموضوع

من أسباب اختيار هذا الموضوع ما يلي:

- ❖ الموضوع يندرج ضمن مجال التخصص.
- ❖ حداثة موضوع الثقافة المقاولاتية وتزايد أهميته، بالإضافة إلى ذلك قلة الأبحاث العلمية والأكاديمية حول هذا الموضوع.

❖ الرغبة الشخصية في التعمق في هذا الموضوع من أجل الاستفادة منه في الحياة العلمية والعملية.

### 6. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- ❖ التطرق إلى أهم المفاهيم النظرية المتعلقة بالثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة.
- ❖ إبراز دور الثقافة المقاولاتية في تشجيع الشباب لإنشاء مؤسساتهم الناشئة.

❖ تقديم بعض الاقتراحات الهامة التي قد تساهم في تعزيز الثقافة المقاولاتية، من خلال الاستفادة من بعض النماذج العالمية.

## 7. حدود الدراسة

نظرا لتوسع موضوع الثقافة المقاولاتية، وللإجابة على الإشكالية المطروحة، تتبلور حدود الدراسة في ما يلي:

- **الحدود المكانية:** دراسة المحيط الدولي بعرض تجارب بعض الدول في مجال تعزيز الثقافة المقاولاتية ودورها في إنشاء المؤسسات الناشئة، إذ تم عرض تجربة اليابان، ألمانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، الإمارات العربية المتحدة، الأردن، المملكة العربية السعودية بالإضافة لعرض واقع الاقتصاد الجزائري، بغرض الاستفادة من هذه التجارب في الدول الراضة في تطوير قطاع المؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية، مع عرض نماذج مؤسسات ناشئة في هذه الدول.

- **الحدود الزمنية:** اختلفت الحدود الزمنية من تجربة إلى أخرى وذلك راجع إلى المعلومات المتوفرة بخصوص موضوع الدراسة وبالتالي اقتصرت الدراسة حسب توفر البيانات في كل حالة.

## 8. منهج الدراسة

تحقيقا لهدف الدراسة وحتى تتم الإجابة عن الإشكالية المطروحة والإمام بكل جوانبها، واختبار مدى صحة الفرضيات المذكورة سابقا في ضوء ما يتوفر من بيانات، يتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتغطية الجانب النظري.

ولربط الجانب النظري بالواقع العملي وتحقيقا لفائدة أكبر تم تدعيم الجانب النظري بجانب تطبيقي بالاعتماد على منهج دراسة الحالة لدراسة تجارب بعض الدول في مجال دعم الثقافة المقاولاتية لاستخلاص أهم مقومات نجاحهم مع عرض نماذج مؤسسات ناشئة في بعض الدول الأجنبية والعربية، وهذا بغية استخلاص بعض الدروس المستفادة من هذه التجارب التي يمكن تجسيدها من طرف الدول التي ترغب في تطوير المؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية.

## 9. الدراسات السابقة

هناك العديد من البحوث والدراسات التي عرضت جوانب متعددة من موضوع الثقافة المقاولاتية بوصفها موضوعا ذو أهمية خاصة للبلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، وهناك من ربطها بمتغيرات اقتصادية مختلفة في العديد من الدول، كما أن هناك دراسات تطرقت لموضوع المؤسسات الناشئة وقد تم ربطها هي الأخرى بعدة متغيرات، وفي ما يلي عينة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة.

أولاً: دراسة سلامي منيرة (2008) بعنوان:

"التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر دراسة ميدانية تناولت طالبات على أبواب التخرج من جامعة ورقلة للموسم الجامعي 2006-2007"، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة. هدفت الدراسة إلى تجميع أهم العوامل التي من شأنها أن تدفع أو تعيق انتقال الأفراد، والنساء على وجه التحديد لمجال المقاولاة وإنشاء المؤسسات، وكذلك قياس التوجه المقاولاتي للطالبات اللاتي على وشك التخرج واختيار مسارهن المهني.

وتوصلت الدراسة إلى أن السبب وراء انخفاض نسبة المقاولاة النسوية بين فئة الجامعيات لا يرجع لعدم رغبتهم في تأسيس عمل خاص، مع العلم بأن الرغبة لوحدها لا تفسر الظاهرة، بالإضافة إلى تأثير المحيط الاجتماعي من خلال دور العائلة فحتى لو كانت المرأة راغبة وقادرة على إنشاء مؤسسة، إلا أنها لا يمكنها اتخاذ مثل هذا القرار دون موافقة العائلة. وتوصي الدراسة إلى التحسيس من خلال النظام التربوي بالروح المقاولاتية، بالنسبة للرجال والنساء على حد سواء، وكذا التأثير على أفكار الطلبة بعدم اعتبار الوظيفة المخرج والحل الوحيد للنجاح اجتماعيا، وإقناعهم بأن إنشاء مؤسسة هو حل أيضا ولا يمكن تجاهله.

ثانياً: دراسة الجودي محمد علي (2015) بعنوان:

"نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات وبرامج التعليم المقاولاتي، والبحث عن وجود ارتباط معنوي بين تعليم الطالب وروح المقاولاتية لديه، وكذا اقتراح برنامج تعليم مقاولاتي على ضوء المعطيات والبرامج التدريسية الحالية بجامعة الجلفة.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من الخصائص الشخصية، السلوكية والإدارية التي تتداخل فيما بينها لتشكيل شخصية المقاول والتي تتمحور حول عوامل سيكولوجية، اجتماعية، ثقافية واقتصادية، كما توصلت إلى أنه من خلال الإحصائيات لوحظ تزايد أعداد الأنشطة المقاولاتية في مختلف القطاعات الاقتصادية، وتسجيلها لأرقام هامة في تدعيم معطيات النشاط الاقتصادي كالصادرات خارج المحروقات، مناصب الشغل، وتطور الناتج الداخلي الخام والقيمة المضافة. وتوصي الدراسة إلى ضرورة التوسع في تقديم مقررات المقاولاتية وموضوعاتها، بما يتناسب مع حاجة الطلبة في إنشاء وتطوير مؤسسات صغيرة خاصة بهم، والتفكير في إنشاء برامج خاصة مستقلة بالمقاولاتية على مستوى الجامعة، تعني بتكوين الطلبة في المقاولاتية وتكون تحت إشراف دار المقاولاتية مثلا.

ثالثا: دراسة مفروم بروودي (2020) بعنوان:

"المؤسسات الناشئة في الجزائر - الواقع والمأمول-"، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.

هدفت الدراسة إلى إبراز المفاهيم الأساسية للمؤسسات الناشئة، من خلال تعريفها، ومعايير وصفها، كما تهدف الدراسة إلى الكشف عن واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر من خلال الكشف عن واقع بعض مكونات النظام البيئي الخاص بالمؤسسات الناشئة في الجزائر.

وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسة الناشئة ذات كفاءة ابتكارية وإبداعية وذات قاعدة تكنولوجية قوية وعمر محدد داعمة للتنمية الاقتصادية.

وتوصي الدراسة إلى إطلاق الأطر القانونية والتنظيمية للتمويل عن طريق رأس المال المخاطر وتفعيل دور بورصة الجزائر، وكذا إنشاء نظام بيئي متكامل يشكل جزءا من الإستراتيجية الوطنية لتعزيز وتطوير المشروعات المتناهية الصغر، والمؤسسات الناشئة، والحاضنات، واقتصاد المعرفة.

رابعا: دراسة عبد الحميد بشير (2020) بعنوان:

"التعليم المقاولاتي كأحد الآليات لخلق مؤسسات ناشئة: دراسة حالة حاضنة أعمال - جامعة المسيلة"، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 06، الجزائر.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على التعليم المقاولاتي، والمؤسسات الناشئة من خلال الأدبيات العربية والأجنبية، والتعرف على مفهوم كل منهما، وإبراز أهميتهما، ومعرفة كيف يساهم التعليم المقاولاتي في دفع الطلبة نحو إنشاء مؤسسات ناشئة.

وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الناشئة تكتسي أهمية كبرى لبناء الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة والمسايرة للتطور والعولمة كونها مؤسسات تعتمد بالدرجة الأولى على استعمال تكنولوجيات حديثة، كما توصلت إلى أن التعليم المقاولاتي يعتبر أحد أنجح الأساليب التعليمية المشجعة على غرس روح المبادرة والقدرة على الإبداع والابتكار لدى الطلبة.

وتوصي الدراسة إلى أن التحديد الدقيق لمفهوم المؤسسة الناشئة وآليات تطويرها ودعمها أضحي ضرورة ملحة، كما توصي إلى العمل على تشجيع حاضنات الأعمال وفتح المجال أمامها للعمل حتى خارج الجامعات وتوفير الدعم والجو الملائم لها، وكذا ربطها بالمستثمرين والأطراف الفاعلة.

خامسا: دراسة بوبكر عبد القادر (2021) بعنوان:

"دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى الشباب الجامعي دراسة حالة المقاولات الرياضية لولاية الشلف نموذجا"، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد 01، الجزائر.

هدفت الدراسة إلى إبراز دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى الشباب الجامعي، من خلال مقومات هذه الثقافة انطلاقا من المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي) إلى المحيط الاجتماعي والأسرة، المدرسة والتكوين، الدين، العادات والتقاليد.

وتوصلت الدراسة إلى أن الثقافة المقاولاتية التي تقوم على مقومات المحيط الاجتماعي والأسرة، الجامعة والتكوين، الدين، العادات والتقاليد من شأنها تعزيز إنشاء المقاولات الرياضية وتجسيد مشاريعهم الخاصة على أرض الواقع وذلك رغم الصعوبات الموجودة ميدانيا للمقاولين الشباب في إنشاء مؤسساتهم بدءا من الترسنة القانونية القديمة للاستثمار الرياضي الخاص وصولا إلى طرق التمويل التقليدية التي تتعارض أحيانا مع مقوماتهم الدينية.

وتوصي الدراسة إلى نشر ثقافة العمل الحر لدى الشباب الجامعي وذلك بالاعتماد على الزيارات الميدانية وكذلك مناهج دراسة الحالة للأعمال الحرة الناجحة في مجالها الرياضي، بالإضافة إلى إعادة النظر في التمويل التقليدي للاستثمار عن طريق البنوك بقروض ربحية مما يتعارض والاعتقاد الديني لأغلب الشباب الجامعي الحامل لمشاريع مؤسسات صغيرة ومتوسطة.

وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أنها درست المؤسسات الناشئة من جوانبها المختلفة والتركيز على دور الثقافة المقاولاتية في إنشائها، حيث يعتبر إنشاء المؤسسات الناشئة هدف تسعى لتحقيقه كل دولة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية. كما تم تدعيم الدراسة بعرض تجارب دولية منها الأجنبية مثل اليابان، ألمانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، والعربية مثل الإمارات العربية المتحدة، الأردن، المملكة العربية السعودية، وعرض نماذج مؤسسات ناشئة ناجحة على عكس الدراسات التي ركزت على التوجه المقاولاتي للمرأة والتعليم المقاولاتي والثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة في الجزائر.

## 10. هيكل الدراسة

للتمكن من الوصول لتحقيق الأهداف السالفة الذكر، وللإجابة على مختلف التساؤلات التي تم طرحها في نطاق إشكالية الموضوع، تم تقسيم هذه الدراسة إلى مقدمة يتبعها ثلاثة فصول وخاتمة كما يلي:

الفصل الأول تم فيه التطرق إلى لمحة عامة حول الثقافة المقاولاتية وعلاقتها بالتعليم المقاولاتي، والذي قسم بدوره إلى ثلاث مباحث حيث تم في المبحث الأول عرض الإطار النظري للمقاولاتية والثقافة المقاولاتية، كما تم التطرق في المبحث

الثاني إلى المقاربات والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية، أما المبحث الثالث فقد تم فيه عرض التعليم المقاولاتي ودوره في ترسيخ الثقافة المقاولاتية.

أما الفصل الثاني تم التطرق فيه إلى لمحة عامة حول المؤسسات الناشئة، والذي قسم بدوره إلى ثلاث مباحث، حيث عرض في المبحث الأول مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة، أما المبحث الثاني فقد تم فيه تقديم تمويل المؤسسات الناشئة، كما تم التطرق إلى مقومات نجاح المؤسسات الناشئة في المبحث الثالث.

الفصل الثالث تم تخصيصه لعرض واقع الثقافة المقاولاتية وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة في بعض دول العالم، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، تم في المبحث الأول التطرق إلى واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول الأجنبية، فيما تم في المبحث الثاني التطرق إلى واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول العربية، أما المبحث الثالث فقد تم تخصيصه لواقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في الجزائر.

الفصل الأول: لمحة عامة حول

الثقافة المقاولاتية وعلاقتها

بالتعليم المقاولاتي

## تمهيد

أصبح موضوع المقاولاتية وإنشاء المؤسسات يحتل حيزا كبيرا ضمن اهتمام العديد من الدول، وبالرغم من وجود أفكار لمشاريع مؤسسات لدى فئة الشباب إلا أن نسبة منهم يجسدها ويؤسس مقاولات تؤول إلى الزوال خلال السنوات الأولى من بداية نشاطها، والنسبة الأكبر منهم تعزف عن إقامة مشاريعهم الخاصة، ويعود السبب الرئيسي إلى غياب ثقافة المقاولاتية.

لذا يعتبر المقاول المحرك الأساسي في توليد المؤسسة وهذا يتطلب منه امتلاك بعض الخصائص النفسية كما أن ملفه الشخصي عامل مهم جدا، لهذا جاءت العديد من المقاربات والنظريات والنماذج التي تبرز أهم العوامل التي تدفع بالشباب نحو التوجه لمجال المقاولاتية.

كما أصبح التعليم المقاولاتي أحد أهم المداخل لتشجيع الثقافة المقاولاتية من أجل تعزيز التوجه المقاولاتي للطلاب الجامعي، ولذلك ظهرت المقاولاتية كمفهوم بيداغوجي جديد، حيث أمتزج التكوين والمقاولاتية منذ وقت قصير بعد أن اعتبرت ولمدة طويلة مجال غير قابل للتدريس.

وعلى هذا الأساس سيتم التطرق في هذا الفصل إلى المفاهيم النظرية للثقافة المقاولاتية ودور التعليم المقاولاتي في ترسيخها من خلال المباحث التالية:

## المبحث الأول: الإطار النظري للمقاولاتية والثقافة المقاولاتية

## المبحث الثاني: المقاربات والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية

## المبحث الثالث: التعليم المقاولاتي ودوره في ترسيخ الثقافة المقاولاتية

## المبحث الأول: الإطار النظري للمقاوالتية والثقافة المقاوالتية

تسعى معظم الاقتصاديات في الوقت الراهن بالاهتمام بالمقاوالتية والثقافة المقاوالتية، وذلك راجع لما لهما من آثار ايجابية على مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية، ولذلك سيتم في هذا المبحث عرض تعريف للمقاوالتية والمقاوالتية والثقافة المقاوالتية، وكذا وظائف وعناصر الثقافة المقاوالتية والمقومات الأساسية لها.

## المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول المقاوالتية

أصبحت المقاوالتية محل اهتمام العديد من الباحثين بتعدد تخصصاتهم مما أدى إلى تعدد وجهات النظر حول مفهومها، ولتحديد جوهر المقاوالتية تطلب الأمر التطرق أولاً إلى تعريف الماقل، ومن ثم سيتم تسليط الضوء على تعريف المقاوالتية وكذا مفاهيم ذات صلة بها.

## 1- تعريف الماقل

من بين التعاريف الخاصة بالمقاوالتية يتم ذكر:

- مصطلح الماقل Entrepreneur ظهر في فرنسا خلال القرن السادس عشر وهي كلمة مشتقة من الفعل Entreprendre والذي معناه باشر، التزم، تعهد وبالنسبة للغة الإنجليزية فإنها تستعمل نفس الكلمة Entrepreneur للدلالة على نفس المعنى في اللغة الفرنسية.<sup>1</sup>
- وعرف القاموس العام للتجارة الذي تم نشره سنة 1723 بباريس كل من المصطلحين Entrepreneur و Entrepreneur بالشكل التالي:<sup>2</sup>

أ- Entrepreneur: تعني تحمل مسؤولية عمل ما أو مشروع أو صناعة... الخ.

ب- Entrepreneur: الشخص الذي يباشر عملاً أو مشروعاً ما، فمثلاً بدلاً من أن نقول صاحب مصنع نقول مقاوالتية صناعي.

<sup>1</sup> - الجودي محمد علي، (2015): نحو تطوير المقاوالتية من خلال التعليم المقاوالتية من دراسة على عينة من طلبة جامعة الخلفة، أطروحة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، ص 20.

<sup>2</sup> - خذري توفيق وآخرون، (2013): الماقل كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية: المسارات والمحددات، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يومي 05 و06 ماي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، الجزائر، ص 04.

- أما في إنجلترا وفي القرنين السادس عشر والسابع عشر، فقد كان المصطلح الذي يقابل مصطلح المقاول Entrepreneur هو مصطلح Undertaker أو Adventurer، ولقد عرف J.Dictionary كلمة Undertaker على أنه: "الشخص الذي يحاول استغلال الفرص التي تتميز بالمخاطرة".<sup>1</sup>
  - يعتبر الاقتصادي R.Cantillon أول من وضع مفهوما للمقاول، ثم جاء بعده جملة من الباحثين من المدرسة التقليدية الفرنسية أمثال Turgot وبعدها J.B Say وTrade، وكذلك كان الموضوع محل اهتمام المدرسة النمساوية وتمثل ذلك في أعمال كل من Mises Knight وSchumpeter، وكذلك أعمال كل من Kirzner، Baumol، Casson ويمكن تلخيص أهم تعاريفهم فيما يلي:<sup>2</sup>
    - أ- Cantillon: المقاول هو صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن لا يقين البيئة.
    - ب- D.Mc Clelland: المقاول هو الشخص الديناميكي الذي يخوض مخاطر محسوبة.
    - ج- Knight: المقاول هو الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق، ويتحمل اللاتيقين في ديناميكية عمل السوق.
  - أما اللجنة الأوربية عرفت المقاول كما يلي: "المقاول يمكن اعتباره ذلك الفرد الذي يأخذ ويتحمل الأخطار، بجمع الموارد بشكل فعال، يبتكر في إنتاج خدمات ومنتجات بطرق إنتاج جديدة، يحدد الأهداف التي يريد بلوغها، وذلك بتخصيصه الناجع للموارد".<sup>3</sup>
  - بالرجوع إلى قاموس Meniam Webster 1988 عرف المقاول على أنه: "الشخص الذي يستطيع تنظيم وإدارة شركته باستخدام مهارته الإدارية".<sup>4</sup>
- ومن خلال هذه التعريفات يتبين أن المقاول هو الشخص الذي لديه فكرة ويسعى لتجسيدها على أرض الواقع، ولديه القدرة والإرادة على تحدي جميع الصعوبات التي تواجهه من أجل خلق مشروع ويتصف هذا الأخير بالجرأة، الثقة بالنفس، الإبداع، تحمل المخاطر.

<sup>1</sup> - حمزة لفقير، (2009): تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاولة، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر، ص 16.

<sup>2</sup> - عمر علاء الدين زيداني، (2008): ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، ص 98.

<sup>3</sup> - كمال مرداوي وآخرون، (2010): الابتكار كعنصر أساسي لنجاح سيرورة المقاوالتية في ظل رهانات اقتصاد السوق، مداخلة في المنتدى الوطني حول المقاوالتية: التكوين وفرض الأعمال، المنعقد في 06 و07 و08 أبريل، كلية علوم التسيير والاقتصاد، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، ص 07.

<sup>4</sup> - بلال خلف السكارنة، (2008): الريادة وإدارة منظمات الأعمال، الطبعة 03، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 20.

## 2- تعريف المقاوالتية

من بين التعاريف الخاصة بالمقاوالتية يتم ذكر:

- المقاولة هي تأسيس مؤسسة تجارية تقدم السلع والخدمات وتخلق فرص العمل، وتساهم في الدخل القومي والتنمية الاقتصادية الشاملة.<sup>1</sup>
  - المقاوالتية هي سلسلة من المراحل يتم فيها اكتشاف فرص لخلق سلع وخدمات مستقبلية يتم تقسيمها واستغلالها.<sup>2</sup>
  - في حين يعرفها الاتحاد الأوروبي على أنها: "الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط عن طريق مزج المخاطر والابتكار والفاعلية في التسيير وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة".<sup>3</sup>
  - أما تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية \*OCDE للمقاوالتية: "هو النشاط الديناميكي الذي يسعى لخلق قيمة من خلال إنشاء أو توسيع نشاط اقتصادي وعن طريق تحديد واستغلال منتجات جديدة، طرق جديدة أو أسواق جديدة".<sup>4</sup>
- ومن خلال هذه التعريفات يتبين أن المقاوالتية هي حركة إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة.

## 3- مفاهيم ذات صلة بالمقاوالتية

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة لوحظ ارتباط مصطلح المقاوالتية بمصطلحات أخرى لها صلة وطيدة بموضوع المقاوالتية نذكر منها:

<sup>1</sup> - دباح نادية، (2011): واقع المقاولة في الجزائر وآفاقها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، ص 17.

<sup>2</sup> - زايد مراد، (2010): الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مداخلة ضمن الملتقى الوطني الدولي حول المقاوالتية: التكوين وفرص الأعمال، المنعقد في 06 و07 و08 أبريل، كلية علوم التسيير والاقتصاد، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، ص 07.

<sup>3</sup> - سلامي منيرة، (2012): التوجه المقاوالتية للشباب في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يومي 18 و19 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الجزائر، ص 02.

<sup>4</sup> - محمد العيد عفرون وآخرون، (2019): أثر الروح المقاوالتية لدى خريجي الجامعات في إنشائهم لمؤسساتهم الخاصة دراسة حالة طلبة قسم العلوم المالية والمحاسبة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج - البويرة، الجزائر، ص 15.

\* OCDE: L'Organisation de coopération et de développement économiques.

### 3-1- روح المقاولاتية

نظرا للاهتمام المتزايد بموضوع المقاولاتية الذي ظل يشغل حيز اهتمام كبير خاصة عند فئة الشباب، لأنه يمس بطبيعة الحال مشكلة البطالة. فإن تطوير الروح المقاولاتية عنصر مهم في هذا المجال، والسؤال المطروح: ماذا نعني بالروح المقاولاتية؟ وللإجابة على السؤال يمكن اختصارها في إظهار أوجه الاختلاف بين مصطلحين غالبا ما يتم المزج بينهما في الاستعمال، وهما روح المؤسسة وروح المقاول، حيث تعرف كل منهما كالآتي:<sup>1</sup>

- **روح المؤسسة:** تعرف بأنها مجموعة من المواقف العامة والايجابية إزاء مفهوم المؤسسة والمقاول.
- **أما روح المقاول:** فهو أشمل من مفهوم روح المؤسسة فبالإضافة لذلك، هو مرتبط أكثر بالمبادرة والنشاط... فالأفراد الذين يملكون روح المقاول لهم إرادة تجريب أشياء جديدة، أو القيام بالأشياء بشكل مختلف، وهذا نظرا لوجود إمكانية للتغيير. وهؤلاء الأفراد ليس بالضرورة أن يكون لهم اتجاه أو رغبة لإنشاء مؤسسة، أو حتى تكوين مسار مهني مقاولاتي، لأن هدفهم يسعى لتطوير قدرات خاصة للتماشي والتكيف مع التغيير، وهذا عن طريق عرض أفكارهم والتصرف بكثير من الانفتاح والمرونة. والبعض الآخر يتعمقون ويعتبرون أن روح المقاول تتطلب تحديد الفرص وجمع الموارد اللازمة والمختلفة من أجل تحويلها لمؤسسة.

### 3-2- العملية المقاولاتية

يمكن تعريف العملية المقاولاتية بأنها القدرة على تعريف وتقييم الفرص، ثم تطوير خطة المشروع المناسبة، ومن ثم تحديد الموارد اللازمة أو المطلوبة لبناء وإدارة المشروع المنبثق، فهذه الأنشطة والإجراءات لا بد أن تتولد مع انطلاقة أي منظمة ريادية أو مشروع ريادي. وقد حدد HOFER ET BOYGRAVE خصائص العملية المقاولاتية على النحو التالي:<sup>2</sup>

- أنها عملية تنشأ باختيار وإرادة الإنسان.
- أنها تتضمن نوع من تغيير الأوضاع.
- أنها تحدث على مستوى الشركات الفردية في أغلب الأحوال.
- أنها تتضمن نوعا من عدم الاستمرارية.
- أنها تتضمن العديد من المتغيرات السابقة على حدوثها.
- أنها تتمتع بالذاتية إلى حد كبير.
- أن نتائجها حساسة جدا للأوضاع المبدئية التي تتخذها هذه المتغيرات.

<sup>1</sup> - سلامي منيرة، مرجع سبق ذكره، ص 03.

<sup>2</sup> - مجدي عوض مبارك، (2009): الريادة في الأعمال، الطبعة 01، عالم الكتب الحديث، الأردن، ص 129-130.

### 3-3- المقاولاتية المؤسسية

لقد تعددت المفاهيم الخاصة بالمقاولاتية المؤسسية Corporate Entrepreneurship فمنها المقاولاتية الداخلية والتي تمثل المقاول داخل التنظيم، أو عمل المشاريع التابعة للمنظمة أو مستوى المقاولاتية المؤسسية داخل التنظيم. ويعود الفضل إلى الباحث Gifford Pinchot الذي أبرز مفهوم المقاولاتية المؤسسية على أنها: "مقاولاتية يعمل بها في منظمة قائمة بالأصل".<sup>1</sup>

ويمكن التمييز بين المقاولاتية والمقاولاتية المؤسسية من خلال الأبعاد الرئيسية الآتية: واقع الممارسة، وطبيعتها ومهمتها، وتحمل المخاطر والصعاب، والاستقلالية والاعتماد على النفس، ورقابة البيئة الخارجية كما تظهر في الجدول الآتي:

الجدول رقم (01-01): أوجه الاختلاف بين المقاولاتية والمقاولاتية المؤسسية

مجال الاختلاف	المقاولاتية	المقاولاتية المؤسسية
واقع الممارسة	يتم إيجادها أكثر في المنظمات صغيرة الحجم	يتم إيجادها أكثر في المنظمات كبيرة الحجم
طبيعتها ومهمتها	ابتداء مشروع صغير الحجم وإدارته	تشغيل وإدارة منظمة قائمة بالأصل
تحمل المخاطر والصعاب	أقل مخاطرة ومصاعب مقارنة مع المقاولاتية المؤسسية	أكثر صعوبة ومخاطرة من المقاولاتية وخصوصا المخاطرة المالية
الاستقلالية والاعتماد على النفس	المقاول مستقل بذاته ويعتمد على نفسه في إدارة منظمته	ليس مستقلا بذاته وإنما تابع لمنظمة معينة يخضع لإجراءاتها وقوانينها
رقابة البيئة الخارجية	أكثر سيطرة على البيئة التي يعمل فيها وخصوصا البيئة الداخلية	أقل سيطرة على البيئة التي يعمل بها

المصدر: مجدي عوض مبارك، (2009): الريادة في الأعمال، الطبعة 01، عالم الكتب الحديث، الأردن، ص 230.

يلاحظ من الجدول السابق الذي يبين أوجه الاختلاف بين المقاولاتية والمقاولاتية المؤسسية، أن هذه الأخيرة هي عقد يبرمه متعاقد أو مؤسسة مع مؤسسة أخرى أو شخص أجنبي يدعى المقاول من الباطن بغية تنفيذ العمل الأصلي أو الحصول على منفعة ناشئة عن العقد الأصلي والذي يستند في وجوده ونطاقه ومدته إلى العقد الأصلي باعتباره سبب وجوده.

أما أوجه التشابه بين المقاولاتية والمقاولاتية المؤسسية فإنها تتمثل في أن كليهما يعتمد أساسا على الابتكار والإبداع، وكلاهما يهدفان إلى زيادة الإنتاجية ودعم الجهود التي تؤدي إلى خلق قيمة لأعضاء المنظمة، وأن الدافع عند كليهما

<sup>1</sup> - مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 230.

يتمحور حول البحث عن الفرص والاهتمام بإنشاء فرق العمل، وكلاهما يحتاج إلى الدعم والمساندة من الآخرين في المجتمع والمنظمة، مع أفضلية أكبر للمقاولة المؤسسية في عالم الأعمال والمنظمات التي ترعاها.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: ماهية الثقافة المقاوالتية

تؤدي الثقافة المقاوالتية دورا هاما في إرساء العملية المقاوالتية وتشجيعها لتحقيق أهداف النمو الاقتصادي، حيث يقترح عدد من الاقتصاديين ومنظري الفكر المقاوالتية أن تمر عملية خلق الثروة عبر تطوير الثقافة المقاوالتية، التي تفضل المبادرة الذاتية في إعطاء الأولوية لتنمية العديد من القيم المقاوالتية. حيث أن الاقتصاديات التي شهدت نموا وازدهارا في أواخر القرن العشرين كلها تتمتع بثقافة الأعمال وهي الثقافة التي يمكن أن توصف بالثقافة المقاوالتية. وعليه سيتم في هذا المطلب عرض تعريف الثقافة المقاوالتية والخصائص التي تتمتع بها وأهميتها.

### 1- تعريف الثقافة المقاوالتية

من بين التعاريف الخاصة بالثقافة المقاوالتية يتم ذكر:

- هي مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة الأفراد، ومحاوله استغلالها وذلك بتطبيقها في استثمار رؤوس الأموال بإيجاد أفكار مبتكرة، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين، بالإضافة إلى التخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم والرقابة، وترسخ هذه الثقافة من خلال ثلاث فضاءات مهمة هي: العائلة، المدرسة والمؤسسة.<sup>2</sup>
- يعتبر تعريف Shein.H.E لثقافة المقاولة أكثر التعاريف انتشارا وتداولاً ويعرفها ب: "البنية التي تتشكل من المسلمات الأساسية التي تبتكرها، تكتشفها أو تصوغها مجموعة معينة عندما تتعلم كيف تواجه مشاكل التكيف الخارجي والاندماج الداخلي، وهي مسلمات أدت دورها بشكل جيد لدرجة اعتبرت معها كشيء صالح أو كشيء يلحق للأعضاء بوضعه طريقة صحيحة في الإدراك والتفكير والإحساس في التعامل مع تلك المشاكل".<sup>3</sup>
- ويعرفها سامي فياض العزاوي: "تحفيز التنافسية، الإبداع والابتكار من أجل زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي، تحسين قدرة الأفراد على التأقلم والاستجابة للتغيرات السريعة التي أصبح يعيشها العالم في شتى المجالات، ويندرج تحت الثقافة المقاوالتية عامل التعليم عبر مختلف الأطوار، حيث يعتبر محورا أساسيا في تنمية المقاوالتية وتطوير المهارات

<sup>1</sup> - الجودي محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

<sup>2</sup> - عمر علاء الدين زيداني، مرجع سبق ذكره، ص 88.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 91.

والسمات العامة لها، لذلك لا بد من استثمار دور التعليم في تنمية روح المقاوالتية في سن مبكر، من أجل اكتشاف قدرات ومميزات الأشخاص القادرين على القيام بالعملية المقاوالتية"<sup>1</sup>. ومن خلال هذه التعريفات يتبين أن الثقافة المقاوالتية هي مجموعة من القيم الخاصة بالمقاول، منها الاستقلالية، الإبداع، المسؤولية والرغبة والأخذ بالمخاطر، كما أنها مجموعة من المبادئ والقيم التنظيمية التي تصبغ المسار المقاوالتية من الفكرة إلى التجسيد، إنها الروح المقاوالتية التي تنظم الممارسة التسييرية وتوجهها لتحقيق الأهداف، كما أنها تعبر عن الفكر المؤسسي والقيم الثقافية الجماعية.

## 2- خصائص الثقافة المقاوالتية

على غرار كل الثقافات فإن للثقافة المقاوالتية خصائصها التي تميزها، وحسب Toulouse فإن للثقافة المقاوالتية خمسة خصائص أساسية وهي:<sup>2</sup>

- **تتمين أنشطة الأعمال:** الثقافة التي تثمن المقاوالتية تمنح لأنشطة الأعمال مكانة هامة فيما يمكن تسميته التسلسل الهرمي لقيم هذا المجتمع، فالمجتمع الذي يثمن المقاوالتية يمنح فيما يخص الصفقات والمال وكذا إنشاء الشركات مكانة هامة ذات أولوية.
- **تتمين المبادرات الفردية أو الجماعية:** المجتمعات التي توجد فيها الأنشطة المقاوالتية تعتبر مجتمعات يتم فيها الحصول على الفرص، حيث يتسم أعضائها بنوع من الاندفاع اتجاه التحديات، بالإضافة إلى هذا تساعد الأفراد في تحديد مصيرهم وكذا استغلالهم المحكم للفرص المتاحة.
- **تتمين المثابرة والإصرار:** أظهرت الدراسات أن المقاولين الذين يتميزون بالمثابرة والإصرار يتمكنون من إنشاء مشاريعهم الخاصة، فالثقافة المقاوالتية هي تلك الثقافة التي تثمن المثابرة والتصميم، والتي تدعم المحاولة وترغب فيها، والتي تتسامح مع بعض الأفراد الذين يواجهون الصعوبات، الفشل دون إقصاء ورفض الأفراد الذين يقترحون مشروعات من أجل إنشاء شركاتهم الخاصة.
- **تسمح بالعيش في توازن ما بين الأمن والخطر:** عملية إنشاء المؤسسة تتعرض لبعض المخاطر، بالإضافة إلى توفر المعلومات اللازمة لهذا الإنشاء. والموازنة بين الأمن والخطر ستعطي مكانة للمقاول في هذا المجتمع، والتي تؤدي إلى

<sup>1</sup> - بوبكر عبد القادر وآخرون، (2021): دور الثقافة المقاوالتية في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى الشباب الجامعي دراسة حالة المقاولات الرياضية لولاية الشلف نموذجاً، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد 01، الجزائر، ص 272.

<sup>2</sup> - بن وريدة حمزة وآخرون، (2021): تفعيل الثقافة المقاوالتية للطلبة الجامعيين من خلال دور المقاوالتية: دراسة ميدانية لدار المقاوالتية بالمركز الجامعي ميلة، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 06، العدد 02، الجزائر، 351-352.

علو شأن المقاولاتية، وعلى هذا الأساس فإن الثقافة المقاولاتية تسعى لإيجاد توافق بين الأمن والخطر، من أجل خلق نوع من التوازن ما بين الحاجات الخاصة بالأمن وضرورة تحمل المخاطر اللازمة لتحقيق المشاريع الخاصة بهذا المجتمع.

- توفر حل للتوتر بين الاستقرار والتغيير: لقد جعل البعض من الباحثين من التغيير جوهر للمقاولاتية، فالمقاولين هم العامل الأساسي للتغيير، أو النشاط المقاولاتي يقوم بإنشاء نوع من التوتر بين الاستقرار والتغيير. أما الثقافة المقاولاتية تقوم بخلق نوع من التوازن بين الاستقرار والتغيير، ولمواصلة الشركة مسارها يجب توفر نوع من الاستقرار في سلوك الأفراد، وكذا هياكل وقيم المجتمع بالإضافة إلى هذا تحتاج إلى نوع من التغيير الذي يساعد على خلق منتجات وخدمات جديدة.

### 3- أهمية الثقافة المقاولاتية

يجد الفعل المقاولاتي والمشروعات المقاولاتية النجاح والازدهار داخل الثقافة المجتمعية التي تساهم بدورها في تكوين ثقافة مقاولاتية، توجه وتشجع وتحفز وتحث على الابتكار والإنجاز، وترسم للأفراد مسارات التفوق والمنافسة، بل وتكون الأرضية الخصبة لإنتاج المشروعات المقاولاتية التي توفر شروط إنجازها وقيامها، وعليه تلعب ثقافة المجتمع دورا أساسيا في خلق الثقافة المقاولاتية، هذه الأخيرة التي سيتم التطرق لأهميتها في المجتمع على المستويين الاجتماعي والاقتصادي على النحو التالي:<sup>1</sup>

#### 3-1- الأهمية الاجتماعية للثقافة المقاولاتية

- تشجيع أصحاب المهارات والقدرات الفائقة على المبادرة والابتكار والإنجاز.
- تحسين قدرة الأفراد على التكيف والاستجابة لتلك التغيرات السريعة التي أصبحت تميز العالم في شتى المجالات.
- تنمية وتطوير مهارات الأفراد من خلال حثهم وتحفيزهم على الإبداع والإنجاز في سن مبكر.
- غرس قيم الالتزام والمثابرة والمسؤولية في الأفراد تجاه ما ينجزونه، باعتبارهم أصحاب مشاريع.

#### 3-2- الأهمية الاقتصادية للثقافة المقاولاتية

- تهيئة الثروات والإمكانيات المادية والبشرية التي يزخر بها المجتمع، واستغلالها لخلق الثروة.
- استدراك التأخر في إنشاء المؤسسات بالمقارنة بالمجتمعات الأخرى.
- تدعيم المؤسسات الصناعية الكبرى في المجتمع ورفع كفاءتها الإنتاجية بتلك المؤسسات المتوسطة والصغيرة.
- تحفيز المنافسة والابتكار لأجل زيادة الناتج القومي وتحقيق التوازن الاقتصادي.

<sup>1</sup> - روابح عبد الرحمان، (2021): الثقافة المقاولاتية كسبيل لإرساء العملية المقاولاتية، مجلة الاقتصاد الدولي والعملة، المجلد 04، العدد 02، الجزائر، ص 59-

• تخفيض نسبة البطالة واستغلال الطاقات المعطلة في المجتمع، من خلال توفير مناصب عمل ضمن المشروعات المقاوالتية.

• توسيع وتنوع القاعدة الاقتصادية للمجتمع وخلق مصادر تمويل جديدة.

### المطلب الثالث: وظائف وعناصر الثقافة المقاوالتية والمقومات الأساسية لها

سيتم في هذا المطلب عرض أهم وظائف وعناصر الثقافة المقاوالتية والمقومات الأساسية لها التي من خلالها يتم ترسيخ هذه الثقافة.

#### 1- وظائف الثقافة المقاوالتية

إن للثقافة أربع وظائف، وهي كالتالي:<sup>1</sup>

- تستخدم الثقافة كأداة تحليلية للباحثين، حيث تساهم نماذج الثقافة في فهم التنظيمات الاجتماعية المعقدة.
- تستخدم الثقافة كأداة للتغيير ووسيلة من وسائل التطوير.
- تستخدم الثقافة كأداة لتحسين سلوكيات محددة، وأيضاً لتهيئة فئات اجتماعية مستهدفة لتقبل قيم محددة.
- تستخدم الثقافة كأداة لتحريك الحس الإدراكي للأفراد.
- ويبدو جلياً أن لنشر ثقافة المقاومة مجموعة من الوظائف أهمها:
- تهيئة الإحساس بالكيان والهوية لدى الشباب.
- المساعدة على تخفيض معدلات البطالة.
- تهيئة إطار مرجعي يساعد على فهم اتجاهات وأنشطة المقاومة، ويرشد لاتخاذ قرار الخوض في المقاوالتية.

#### 2- عناصر الثقافة المقاوالتية

الحديث عن الثقافة المقاوالتية يحيل إلى الحديث عن العناصر المشكلة لهذه الثقافة والتي تتعلق بالدرجة الأولى بمجموعة من القيم المهنية للمقاوم وهي:<sup>2</sup>

- الحاجة إلى الإنجاز: أي تقدم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتميز.

1- أشواق بن قدور وآخرون، (2017): أهمية نشر ثقافة المقاومة وإنعاش الحس المقاوالتية في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 11، الجزائر، ص 350.

2- قبال زين الدين وآخرون، (2020): الثقافة المقاوالتية بين ضرورة المرافقة واحتياجات التمويل، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المجلد 03، العدد 02، الجزائر، ص 290.

- **الثقة بالنفس:** حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال، وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة التحديات المستقبلية وذلك بسبب وجود حالة الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها.
- **الرؤية المستقبلية:** أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.
- **التضحية والمثابرة:** يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمان استمرارها يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تنبع من خلال الجهد والاجتهاد 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، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنبا لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم.

### 3- المقومات الأساسية للثقافة المقاولاتية

هناك خمسة مقومات يمكن أن ترسخ الثقافة المقاولاتية منها: المحيط، الأسرة، المدرسة، الدين، العادات والتقاليد ويتم توضيحها كالتالي:<sup>1</sup>

- **المحيط الاجتماعي:** يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرا لتركيبته المعقدة والثرية.
- **الأسرة:** يمكن للأسرة أن تعمل على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني، خاصة إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على القيام ببعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات.
- **المدرسة:** بالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد يتعين عليها أن تقيم جسور الالتقاء مع المقاولاتية وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقاولاتية والثقافة المقاولاتية لدى التلاميذ والطلبة.
- **الدين:** يعتبر الدين من بين العوامل الاجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير، مثل قيم العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت... الخ.
- **العادات والتقاليد:** تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها كنشاط يقتاتون منه، أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فيتوارثها الأجيال.

<sup>1</sup> - بوبكر عبد القادر وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 272.

## المبحث الثاني: المقاربات والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية

أصبحت المقاولاتية مفهوم شائع الاستعمال ومتداول بشكل واسع في معظم البلدان، ومحور أساسي للتطور، ونمط حياة جذاب يمكن الأفراد من تحقيق طموحاتهم ويصبحوا أكثر استقلالية ومستوى معيشي أفضل، وفيما يلي سيتم عرض بعض المقاربات والنظريات والنماذج التي تبرز أهم العوامل التي تدفع بالشباب نحو التوجه لمجال المقاولاتية.

## المطلب الأول: المقاربات المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية

تطورت البحوث في مجال المقاولاتية من خلال ثلاث تيارات فكرية رئيسية والتي بدورها اختلفت في تناولها لهذا المجال، إلا أنها مكتملة لبعضها البعض.

## 1- المقاربة الوظيفية للاقتصاديين

اهتمت المقاربة الوظيفية للاقتصاديين بآثار المقاول و بدور المقاول في تنمية النظام الاقتصادي، ففي هذا السياق يقول كل من J.Stevenson و CarlosJarillo 1990: "اهتم الباحثون بنتائج أعمال المقاول وليس المقاول أو حتى نشاطاته في حد ذاتها".<sup>1</sup>

يعتبر J.A. Shumpeter و J.B.Say. R Cantillon من الرواد الذين اهتموا بنشاطات المقاول وسعوا إلى تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه هذا الأخير في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، غير أن من كان له الفضل في إدخال هذا المفهوم إلى النظرية الاقتصادية هو R Cantillon، الذي عرف المقاول، وقسم المجتمع إلى ثلاث فئات:

- الملاك الذين يعيشون في استقرار مالي.
- العمال.
- المقاولين.

أما J.B.Say يرى أن المقاول حجر الزاوية في العملية الاقتصادية كما أنه وسيط بين مختلف مستويات المنتجين وبين المنتجين والمستهلكين وهذا المقاول يمكن أن يكون مزارعا، صناعيا، أو تاجرا، وقد ركز على المقاول الصناعي.

فلقد كان استعمال هذه المقاربة لتحليل المقاول في البدايات إلى غاية سنوات السبعينات من القرن العشرين، إذ كانت المقاولاتية تعتبر من طرف الاقتصاديين كتفسير مفيد لفهم التطور الاقتصادي، إلا أن بعض الباحثون لم يشاطروا هذا الرأي مثل: H. Leibenston 1968 الذي يرى من غير الممكن تأسيس نموذج كامل ومفصل للتطور الاقتصادي له علاقة

<sup>1</sup>- Howard H.Stevenson and J.CarlosJarillo, (1990): A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management, Strategic Management Journal, Vol 11, p 18.

بالمقولة، ويرى أن نظرية المنافسة تكفي لوحدها من أجل تفسير التطور الاقتصادي ولا داعي لوجود مجال المقولة ويفسر هذا بأنه ناتج عن إغفال وإخفاء الدور الحيوي للمقاول.<sup>1</sup>

## 2- المقاربة السلوكية

ظهرت هذه المقاربة لتفادي الفجوات التي وقعت فيها المقاربة الأولى وذلك لكثرة اهتمام المقاربة الأولى بدور المقاول فقط، حيث تم إهمال ونسيان بأن النجاح لا يرتبط فقط بالخصائص والصفات الشخصية، بل يتضمن أيضا تأثير العائلة التي نشأ فيها ذلك المقاول والمجتمع الذي استلهم منه ثقافته، فالمبادرة الفردية لا معنى لها بدون وجود ظروف اجتماعية، اقتصادية، وسياسية مشجعة على المقولة.

فالمقاربة تأسست في علم النفس وذلك من خلال أعمال R Cantillon حيث وضع الباحث فرضية أن السمة النفسية مستقرة ما إذا احتضنها محيط مشجع للمقولة فهي تهيئ الأفراد لاختيار المقولة كمسار مهني.<sup>2</sup>

## 3- مقارنة إنشاء المنظمات

تنطلق هذه المقاربة من فكرة المقاولاتية هي إنشاء تنظيمات جديدة في الحد الأدنى وقد تجاوزت الرؤية الحديثة للمقاولاتية في هذا الإطار من فكرة إنشاء المؤسسات إلى فكرة بروز التنظيم المؤسسي، أي بروز أشكال جديدة للتنظيم انطلاقا من مؤسسة قائمة من قبل.<sup>3</sup>

## المطلب الثاني: النظريات المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاولاتية

تعتبر النظرية في علم الاجتماع الركيزة الأساسية لأي دراسة، فالنظرية ليست من كماليات البحث العلمي بقدر ما هي ضرورة ملحة للبحث الاجتماعي، فهي الشرط الضروري لانطلاق التفسير والتحليل لهذا سيتم عرض وتوضيح بعض النظريات المعالجة لموضوع المقاولاتية.

## 1- نظرية الفعل العقلاني

تهدف النظرية إلى التنبؤ وفهم السلوك الاجتماعي الإرادي، وتفترض النظرية أن يتم تحديد السلوك حسب الرغبة (النية) في أداء هذا السلوك. ووفقا ل Ajzen و Fishbein فإن هذه النظرية تقوم بتحديد الرغبة عن طريق موقف

<sup>1</sup> - بوبريت ثينة وآخرون، (2019): دور المقاولاتية في التنوع الاقتصادي الجزائري (2010-2018) دراسة حالة المقاولاتية ودورها في التنوع الاقتصادي ولاية بومرداس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، الجزائر، ص 35-36.

<sup>2</sup> - يعيط آمال، (2016): برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر: واقع وآفاق دراسة حالة ولاية باتنة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، ص 05.

<sup>3</sup> - بوبريت ثينة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 37.

الشخص فيما يتعلق بسلوكه وحسب أهمية الرأي المقدم في هذا السياق يعتبر الموقف ذلك التقييم من اجل تقدير قيمة الشيء الناتج، أو هو عبارة عن نتيجة معتقدات حول هذا الشيء.<sup>1</sup>

وأشار (Ajzen 2005) أنه يتم تحديد الموقف حسب السلوك أي عن طريق المعتقدات السلوكية، والتي تمثل بالنسبة للشخص إحدى عواقب هذا الأداء (الفعل). وأوضح Fishbien و Ajzen بأن نظرية الفعل العقلاني تنطبق فقط على الأهداف والسلوك الإرادي بخلاف نظرية السلوك المخطط التي تطبق على الأهداف غير الإرادية، ورغم هذه الاستثناءات، يشير البعض بأن نظرية الفعل العقلاني يمكن تطبيقها بسهولة في بعض المجالات. حيث قدمت نتائج مثيرة للاهتمام في عدة مجالات مثل: الصحة، الترفيه، السياسة والسلوك التنظيمي.<sup>2</sup>

## 2- نظرية السلوك المخطط للعالم AZJEN

تنص هذه النظرية على أن توجهات الفرد هي التي تحدد سلوكه وذلك من خلال ثلاث مجموعات من المتغيرات هي: المواقف المرافقة للسلوك، المعايير الذاتية وإدراك الرقابة على السلوك، ويعرف التوجه المقاولاتي على أنه مراحل معرفية تتفاعل فيها إرادة الفرد مع العوامل المحيطة. ويتضمن ما يلي:<sup>3</sup>

### 2-1- المواقف المرافقة للسلوك

وهي تتضمن التقييم الذي يقوم به الفرد للسلوك الراغب في القيام به وهي تعتمد على النتائج المحتملة التي ينتظرها الفرد من هذا السلوك.

### 2-2- المعايير الذاتية

وهي تنتج من الضغط الاجتماعي الذي يتعرض له الفرد من عائلته وأبويه وكذلك أصدقائه، فيما يخص رأيهم في المشروع الذي يريد إنجازة. كما يمكن أن تؤثر السياسات الحكومية التي تشجع مثلاً على إنشاء مؤسسات كثيفة التكنولوجية، على رفع توجهات الأفراد نحو هذا النوع من المؤسسات. بالإضافة لتأثير العوامل الثقافية مثل وجود نموذج مقاول في محيط الطالب، بالإضافة لمحفزات نفسية أخرى مثل الحاجة لتحقيق الذات، والبحث عن الاستقلالية.

<sup>1</sup> - قايدى أمينة وآخرون، (2017): التوجه المقاولاتي للطلبة: اختبار نموذج نظرية السلوك المخطط، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 01، الجزائر، ص 15.

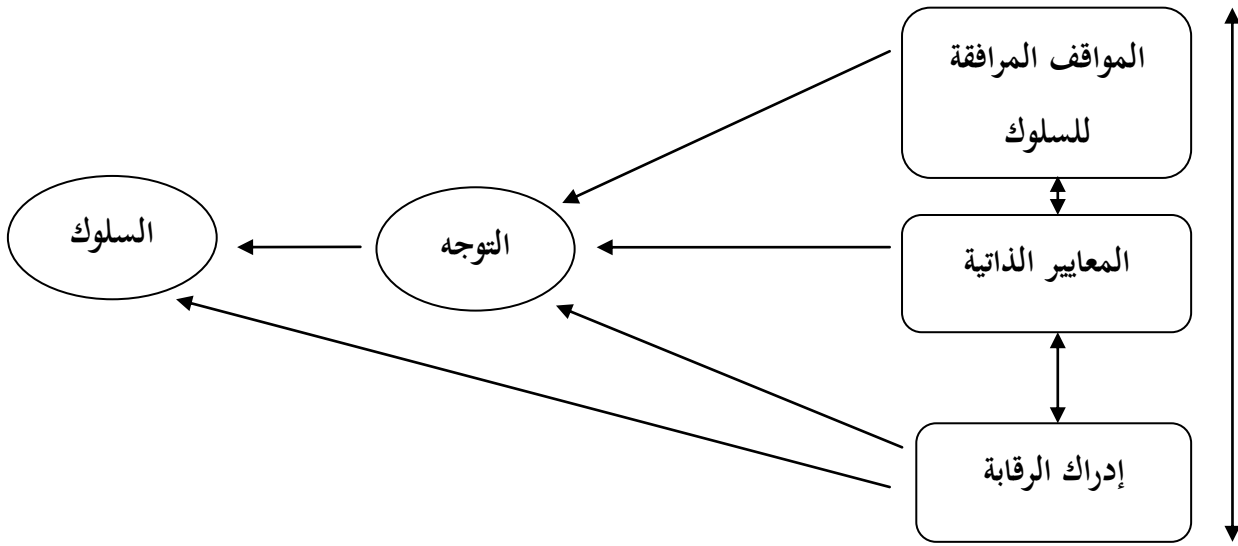
<sup>2</sup> - جمعة عبد العزيز، (2016): المقاولاتية وبعد الثقافة الجهوية: مدخل استكشافي دراسة ميدانية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اسطيمبولي - معسكر، الجزائر، ص 57.

<sup>3</sup> - الزهرة عبوي، (2015): المسارات الاجتماعية والثقافية للمرأة المقاولات وعلاقتها باختيار النشاط الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف، الجزائر، ص 31.

## 2-3- إدراك الرقابة على السلوك

أما بالنسبة لإدراك الرقابة على السلوك، فيتم الأخذ بعين الاعتبار درجة المعارف التي يمتلكها الفرد ومؤهلاته الخاصة، كذلك الموارد والفرص الضرورية اللازمة لتحقيق السلوك المرغوب. والشكل التالي يوضح نظرية السلوك المخطط:

الشكل رقم (01-01): نظرية السلوك المخطط للعالم AZJEN



المصدر: الزهرة عباوي، (2015): المسارات الاجتماعية والثقافية للمرأة المقاولة وعلاقتها باختيار النشاط الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد ملين دباغين - سطيف، الجزائر، ص 31.

## المطلب الثالث: النماذج المفسرة للتوجه نحو الثقافة المقاوالتية

خلال العشرين السنة الأخيرة هناك العديد من النماذج التي تم افتراضها من أجل وصف وتفسير ظاهرة المقاوالتية، الهدف ليس تماما تقديم هذه النماذج لكن هو كشف النماذج التي تبدو أكثر حضورا، حيث أن هذه النماذج لها مكانة رئيسية تتمثل في مجموعة من العوامل الفاعلة لدى الفرد من أجل المساهمة في تكوين توجهه نحو المقاولة، فالتوجه يؤدي بعد ذلك إلى الفعل.

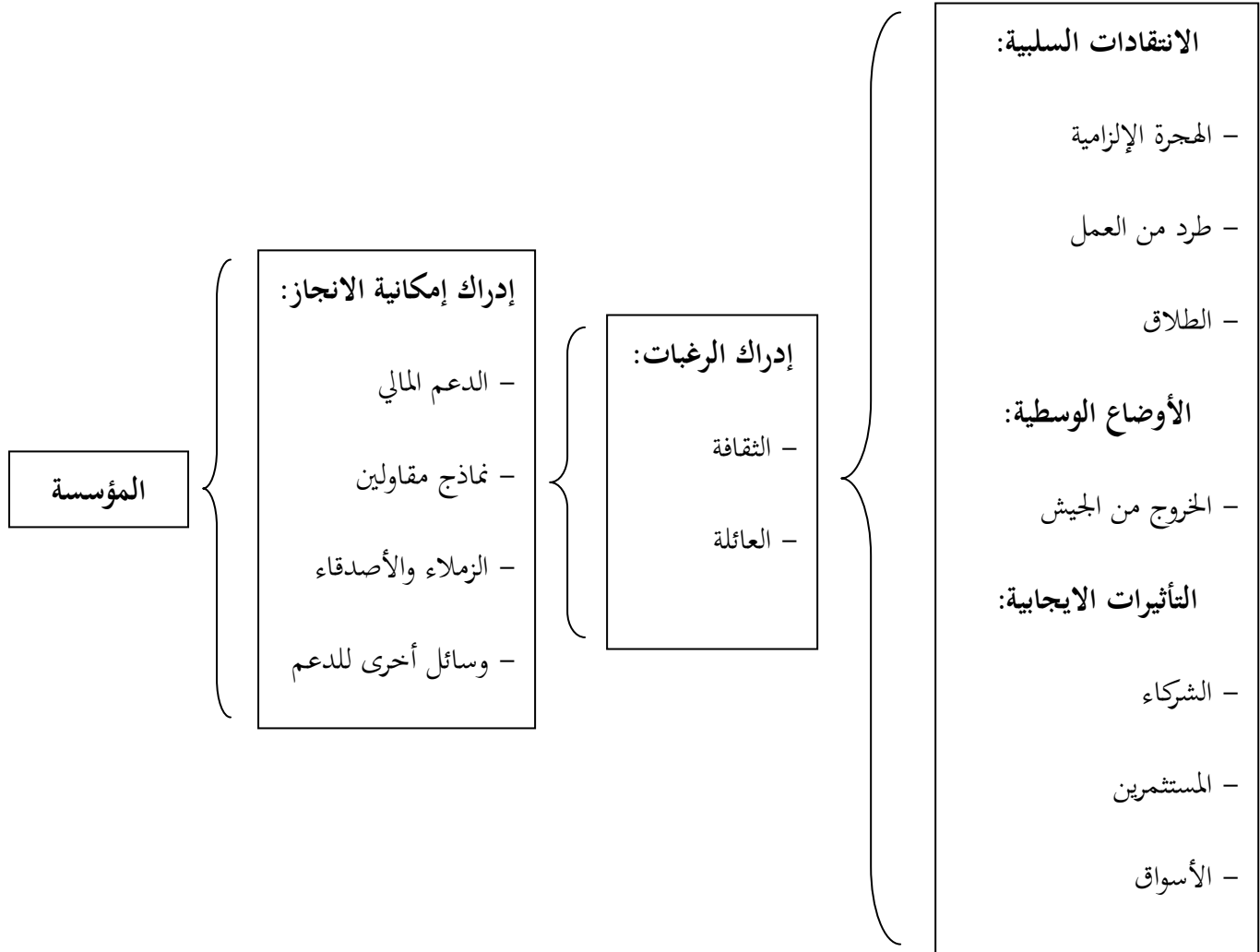
## 1- نموذج تكوين الحدث المقاوالتية للعالمين SHAPERO وSOKOL

قام الباحثان SHAPERO وSOKOL بتأسيس نموذج يعتبر لحد الآن المرجع الأساسي للأبحاث في مجال المقاولة، والفكرة الأساسية للنموذج تقول أنه لكي يبادر الفرد بتغيير كبير ومهم لتوجهه في الحياة، مثل اتخاذ قرار إنشاء مؤسسته الخاصة، فيجب أن يسبق هذا القرار حدث ما يقوم بإيقاف وكسر الروتين المعتاد.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - قواسمي رشيدة، (2020): التأصيل النظري للمقاوالتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه المقاوالتية، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، الجزائر، ص 165.

وهذا ما يشير إليه في نموذج بثلاث مجموعات من العوامل كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (01-02): نموذج تكوين الحدث المقاوالتية للعالمين SHAPERO و SOKOL



المصدر: الزهرة عبوي، (2015): المسارات الاجتماعية والثقافية للمرأة المقاولة وعلاقتها باختيار النشاط الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لامين دباغين - سطيف، الجزائر، ص 32.

يلاحظ من الشكل السابق الذي يوضح نموذج تكوين الحدث المقاوالتية للعالمين SHAPERO و SOKOL أن هناك

نقطتان أساسيتان تسبقان اتخاذ القرار بإنشاء مؤسسة هما:

- إدراك الرغبة: تضم العوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على نظام القيم للأفراد، فكلما يولي المجتمع أهمية للإبداع، المخاطرة، الاستقلالية الذاتية، كلما زاد عدد المؤسسات المنشأة. ويتشكل نظام القيم من خلال تأثير العائلة خاصة الأبوين اللذان يلعبان دور مهم في تكوين الرغبة، بالإضافة لخوض تجارب مقاوالتية سابقة فاشلة كانت أو ناجحة. كلها عوامل تساعد على تقوية الرغبة لدى الشخص.

- إدراك إمكانية الانجاز: تنشأ إمكانية الإنجاز من خلال إدراك الفرد لجميع أنواع الدعم والمساعدة المتوفرة لديه لتحقيق فكرته. فتوفر الموارد المالية يؤثر مباشرة على توجه الفرد نحو المقاول، وهذا الميل يتولد نتيجة امتلاك الفرد لمدخلات خاصة أو مساهمات العائلة، ومن خلال أفراد المجموعة (في حالة المجموعات العرقية).

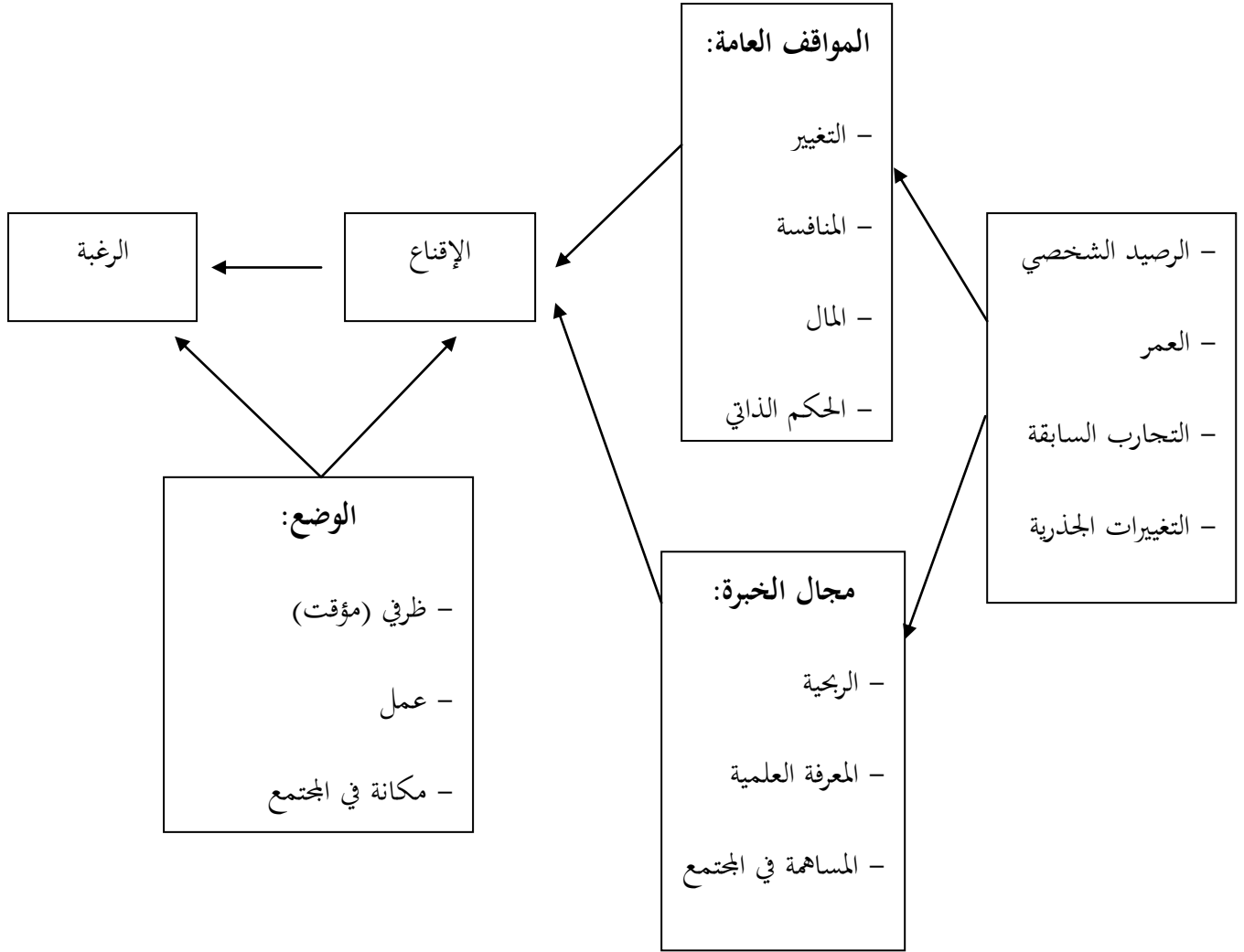
## 2- نموذج DAVIDSSON

يهدف هذا الأخير إلى تقديم نموذج حول أصول فكرة رغبة المقاولاتية. حيث أشار إلى أن قرار إنشاء مؤسسة جديدة راجع قبل كل شيء إلى نوع من التخطيط، تهدف هذه الدراسة إلى تطوير نموذج نفسي - اقتصادي خاص بالدافع نحو المقاولاتية.

فحسب هذا النموذج تعد الإرادة العامل الأساسي المحفز لهذا الإنشاء، ويعتمد هذا النموذج على ستة متغيرات يحدد المقاول على حسب العمر والجنس والتعليم والتجارب السابقة وتغييراته الجذرية. حيث يشير أن هذه المجموعة "فرد" تؤثر على المواقف العامة والخاصة على حسب كل مجال ومن أجل عمل هذا النموذج أشار إلى أن التغيير في الواجهة الوظيفية، القدرة التنافسية، المال، الانجاز والحكم الذاتي تعتبر مواقف عامة من ثم يتم تحديد الرجحية والمعرفة العملية (الخبرات) ومساهمات الفرد في المجتمع وصلتها بمجال معين. كما تؤثر المواقف السابقة على معتقدات المقاول الذي يتأثر أيضا بالوضع الحالي. وفي الأخير فإن هذا الوضع وكذا المعتقدات ستؤثر بطبيعة الحال في رغبة الفرد.<sup>1</sup> ذلك ما يوضحه الشكل التالي:

<sup>1</sup> - قواسمي رشيدة، مرجع سبق ذكره، ص 167.

الشكل رقم (01-03): نموذج DAVIDSSON

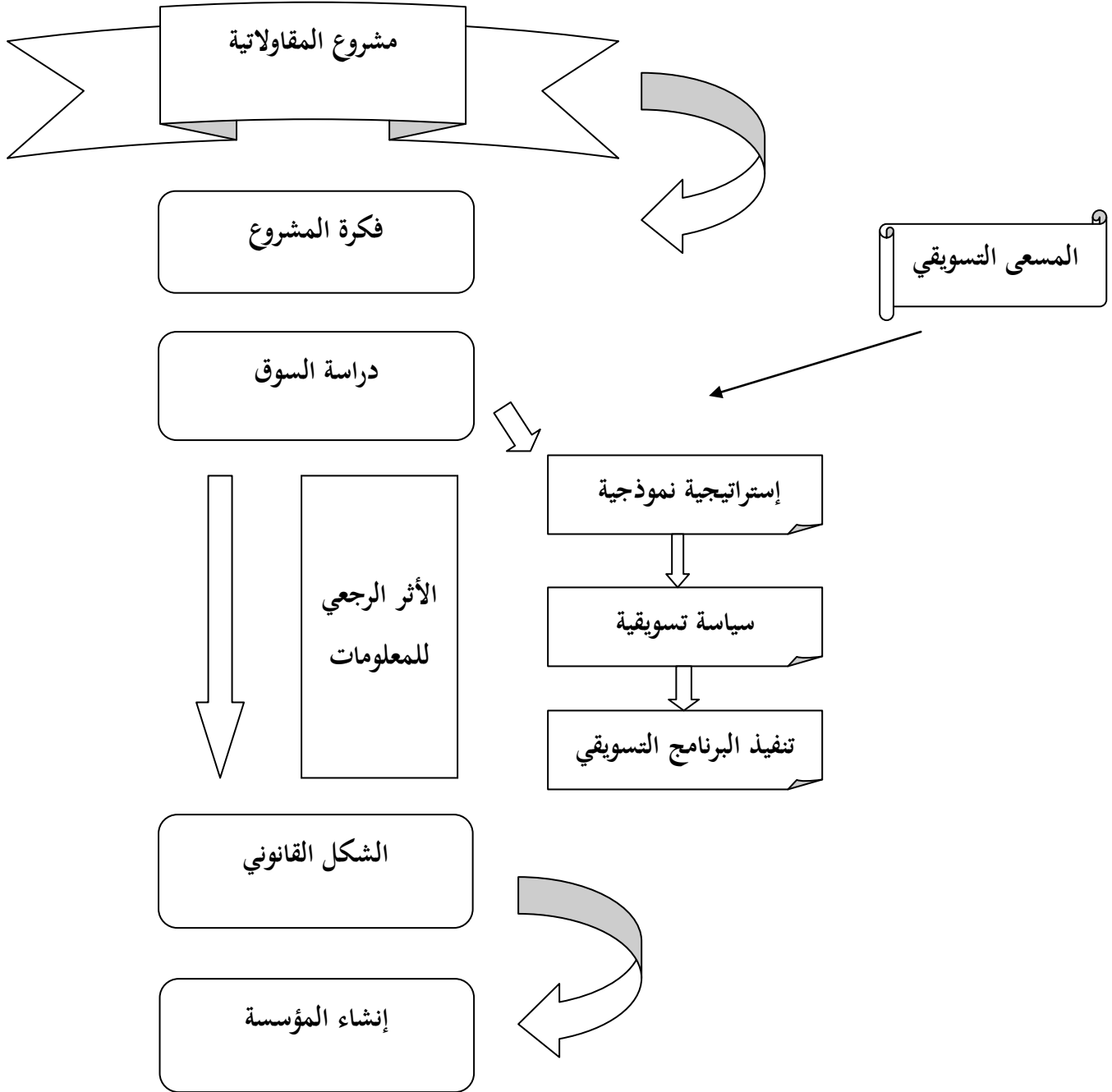


المصدر: جمعة عبد العزيز، (2016): المقاولاتية وبعد الثقافة الجهوية: مدخل استكشافي دراسة ميدانية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اسطمبولي - معسكر، الجزائر، ص 62.

### 3- نموذج سيرورة المقاولاتية

يشمل هذا النموذج مجموعة مراحل يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (01-04): نموذج سيرورة المقاوالتية



المصدر: بعبط آمال، (2016): برامج المرافقة المقاوالتية في الجزائر: واقع وآفاق دراسة حالة ولاية باتنة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، ص 09.

وما يتم استخلاصه من الشكل أن سيرورة المقاوالتية تسمح بالمصادقة على فكرة المشروع، قد تكون ملائمة وتمثل مشروعا واعدا، وقد تتخللها بعض الثغرات أين يبرز خطر الاستثمار، لذلك تبرز أهمية معرفة المقاول للسوق وتغييراته للتأكد من مصداقية هذه الفكرة، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية:

## فكرة idée = حاجات besoin + وسائل moyens

إن الوقت الذي ينقضي بين تحويل الفكرة الجديدة إلى مشروع مبتكر يسمى بالقصور الإبتكاري الذي يعني أنه كلما زادت تلك الفترة تزايد قصور العملية الابتكارية وارتفعت تكاليف إنشاء المشاريع الجديدة. بعدها يتم التقييم التفصيلي للأفكار الابتكارية وذلك استنادا إلى عدة معايير منها مدى تماشي الفكرة مع أهداف وإستراتيجية المشروع ومدى الحاجة إلى مهارات تسويقية لتطبيقها وتوفير الموارد المالية اللازمة لوضعها موضع التنفيذ وغيرها.

## المبحث الثالث: التعليم المقاولاتي ودوره في ترسيخ الثقافة المقاولاتية

أصبح التعليم المقاولاتي أحد أهم المداخل لترسيخ الثقافة المقاولاتية، من أجل تعزيز التوجه المقاولاتي للطلاب الجامعي بهدف إكسابه معارف وتطوير كفاءات ومهارات إنشاء المؤسسات، ومن هنا ظهرت المقاولاتية كمفهوم بيداغوجي جديد، حيث أمتزج التكوين والمقاولاتية منذ وقت قصير بعد أن اعتبرت ولمدة طويلة مجال غير قابل للتدريس.

## المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول التعليم العالي

سيتم في هذا المطلب الإلمام بمفهوم التعليم بصفة عامة، وكذلك مفهوم التعليم العالي بصفة خاصة.

## 1- مفهوم التعليم

تشير كلمة التعليم إلى جزء من عملية التربية، ذلك الجزء الخاص بالمحتوى والمهارات التي يجب أن يكتسبها الجيل النامي<sup>1</sup>.

فالتعليم هو جملة ما يكتسبه الفرد من حقائق معرفية عبر الوسائل المتاحة للتعلم، والتعليم لغة كما ورد في لسان العرب يشق من علم بالشيء: أحاطه وأدركه، وعلمه العلم والصنعة تعليما وعلاما، جعله يتعلمها، ومن معانيه الإتيان فيقال علم الأمر وتعلمه: أتقنه، وعلمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته.<sup>2</sup>

والتعليم اصطلاحا كما تعرفه موسوعة المعارف التربوية هو: "ترتيب وتنظيم للمعلومات لإنتاج التعلم، ويتطلب ذلك انتقال المعرفة من مصدر إلى مستقبل، وتسمى هذه العملية بالاتصال". ونتيجة لأن التعليم المؤثر يعتمد على مواقف ومعرفة متجددة، فإن الحصول على تعليم فعال يستوجب تحقيق عملية اتصال فعالة بين أطراف العملية التعليمية، ويمكن أن تكون الوسائل التعليمية والتكنولوجية من العوامل المهمة في زيادة فعالية عملية الاتصال.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - مجدي عزيز إبراهيم، (2007): موسوعة المعارف التربوية، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ص 1082.

<sup>2</sup> - مهدي التميمي، (2007): مهارات التعليم: دراسات في الفكر والأداء التدريسي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، ص 19.

<sup>3</sup> - مجدي عزيز إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 1082.

وعلى العموم يمكن صياغة تعريف شامل للتعليم على أنه عبارة عن عملية منظمة يمارسها المعلم بهدف نقل المعلومات والمعارف المهاراتية إلى الطلاب، وتنمية اتجاههم نحوها، ويعد التعلم هو الناتج الحقيقي لعملية التعليم.

## 2- مفهوم التعليم العالي

يقصد بالتعليم العالي التعليم الذي يتم داخل كليات أو معاهد جامعية بعد الحصول على الشهادة الثانوية، وتختلف مدة الدراسة في هذه المؤسسات من سنتين إلى أربع سنوات، وهو آخر مرحلة من مراحل التعليم النظامي.<sup>1</sup>

فهو كل أنواع الدراسات، التكوين أو التكوين الموجه التي تتم بعد المرحلة الثانوية على مستوى مؤسسة جامعية أو مؤسسات تعليمية أخرى معترف بها كمؤسسات للتعليم العالي من قبل السلطات الرسمية للدولة.<sup>2</sup>

وتختلف تسميات هذه المؤسسات التعليمية فهناك: الجامعة، الكلية، الأكاديمية... فالجامعة أعلى مؤسسة معروفة في التعليم العالي وتطلق أسماء أخرى على الجامعة والمؤسسات التابعة لها مثل: الكلية، المعهد، الأكاديمية، المدرسة العليا، وهذه الأسماء تسبب اختلاطاً في الفهم لأنها تحمل معاني مختلفة من بلد لآخر. فعلى الرغم من أن كلمة كلية تستخدم لتدل على معهد للتعليم العالي، نجد أن دولا تتبع التقاليد البريطانية أو الإسبانية تستخدم كلمة كلية للإشارة إلى مدرسة ثانوية خاصة. وهو بالمثل فإن الأكاديمية ربما تدل على معهد عال للتعليم أو مدرسة.<sup>3</sup>

تتميز الجامعة عن باقي مؤسسات التعليم العالي في المدى الواسع لمقراتها الدراسية وتعدد تخصصاتها، ويوفر النمط السائد في الجامعة فرصاً كثيرة للطلبة للتخصص في حقول العلوم (الفيزياء، الكيمياء، الجيولوجيا، علم الحيوان...)، العلوم الاجتماعية (علم النفس، علم الاجتماع، التربية...)، العلوم الإنسانية (التاريخ، الفلسفة...) وغيرها. وعلى النقيض من الجامعات فإن الأنواع المألوفة من مؤسسات التعليم العالي الأخرى هي الكليات والأكاديميات، تركز على واحد أو اثنين من حقول المعرفة.<sup>4</sup>

ومن خلال هذه التعريفات يتبين أن الجامعات تقدم تعليماً متخصصاً لطلبتها في مختلف المجالات، يؤهلهم بعد ذلك للدخول إلى سوق العمل والمساهمة في جميع الأنشطة: السياسية، الاقتصادية والاجتماعية. لذا فإن الدول تسعى جاهدة لتوفير مقاعد بيداغوجية كافية لاستقبال هؤلاء الطلبة الذين يمثلون العمود الفقري لحركة التنمية في المجتمع.

<sup>1</sup> - مجموعة من العلماء والباحثين، (1999): الموسوعة العربية العالمية، الطبعة الثانية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، ص 25.

<sup>2</sup> - نوال نمور، (2012): كفاءة أعضاء هيئة التدريس وأثرها على جودة التعليم العالي دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري قسنطينة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر، ص 14.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 14-15.

<sup>4</sup> - العبادي هاشم فوزي، (2008): إدارة التعليم الجامعي، مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ص 62-63.

## المطلب الثاني: ماهية التعليم المقاولاتي

سيتم في هذا المطلب عرض أساسيات التعليم المقاولاتي من نشأة ومفهوم وأهمية وأهداف.

## 1- التاريخ والنشأة

يعود تاريخ تدريس المقاولاتية في العالم وعلى مستوى الجامعات إلى عام 1947 عندما قدم MACES أول مقرر دراسي في المقاولاتية في جامعة هارفارد الأمريكية، وعلى وجه التحديد في كلية هارفارد لإدارة الأعمال، حيث جذب هذا المقرر انتباه وإعجاب 188 طالبا من طلاب الفرقة الثانية لدرجة ماجستير إدارة الأعمال والبالغ عددهم 600 طالبا.<sup>1</sup> وقد كان السبب الواضح لتقديم هذا المقرر هو الاستجابة لاحتياجات الطلاب الذين عادوا بعد أداء الخدمة العسكرية في الحرب العالمية الثانية لينضموا إلى اقتصاد يمر بمرحلة انتقالية نظرا للاختيار الذي حدث للصناعات الحربية بعد انتهاء الحرب. وقد حقق هذا المقرر شعبية على الرغم من أن عضو هيئة التدريس الذي بدأه كان يرى أن هذا المقرر لن يحقق النجاح الأكاديمي المنشود، وقد قام بنقل اهتماماته إلى دراسة مجالس الإدارات في المنظمات الكبيرة. إلا أن موضوع المقاولاتية لم يحقق الجاذبية المتوقعة منه بصفة عامة خلال السنوات العشر التالية عقد الخمسينيات (وقد ظهر ذلك جزئيا من خلال قياس الأنشطة الريادية في الاقتصاد الأمريكي خلال هذه الفترة، فقد حدثت حالة من الهبوط في الأنشطة التجارية والمهنية في الاقتصاد الأمريكي، قابله نمو كبير في المنظمات الكبيرة خلال الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين). ولكن مع بداية عقد السبعينيات، شهدت مدارس إدارة الأعمال التي تقدم مقررات دراسية في مقاولات الأعمال تغييرا جذريا، فقد بدأت 16 جامعة في تقديم هذا المقرر. ومن الصعب تحديد السبب الرئيسي لحدوث هذا التغيير، إلا أن مقاييس الأنشطة المقاولاتية أوضحت انتهاء حالة الهبوط وبدأت هذه الأنشطة في الصعود مرة أخرى بدءا من عام 1996 وقد صاحب ذلك ظهور مجالات علمية جديدة تهتم بمقاولات الأعمال. وبدأت معاني كلمة "المقاول" تنتقل من تعبيرات مثل الجشع والاستغلال والأنانية وعدم الولاء إلى: الإبداع، وخلق الوظائف، والربحية، والابتكار، ولقد قادت الجامعات الأمريكية في هذا العقد العديد من الجامعات الأخرى في العالم نحو تعليم المقاولاتية، حيث يعود الفضل في ذلك إلى جامعة جنوب كاليفورنيا كأول جامعة تطرح أول مساق حديث ومتطور في المقاولاتية في عام 1971، وفي نهاية السبعينيات لم يكن مجال المقاولاتية يمثل سوى نشاطا هامشيا يفتقر من الناحية الأكاديمية إلى الإطار المعرفي الواضح، ويرجع ذلك إلى قلة عدد الدراسات التي تناولت هذا المجال خلال تلك الفترة. ولقد نما تعليم المقاولاتية والبرامج الأكاديمية لها في منتصف وبداية الثمانينيات من القرن العشرين، حيث زاد عدد الجامعات التي تدرس المقاولاتية إلى أكثر من 250 جامعة تعرض العديد من المساقات في هذا المجال، حيث كان مجال المقاولاتية يمثل مجالا دراسيا واعداء، إلا أنه

<sup>1</sup> - الجودي محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص 134.

مع بداية الثمانينات وفي ظل التطورات الضخمة في حجم المعرفة العملية المتوافرة، أصبح من الممكن الادعاء بأن مجال المقاولاتية قد أصبح مجالاً أكاديمياً شرعياً على كافة الأصعدة. ومع نهاية التسعينيات، زيادة عدد المساقات إلى أكثر من 2200 مساق في النظام التعليمي الأمريكي، وحوالي 1600 مدرسة في المقاولاتية، 44 مجلة أكاديمية و100 مركز بحث متخصص برامج أكاديمية متميزة في المقاولاتية.<sup>1</sup>

## 2- المدخل التعليمي في السلوك المقاولاتي ومفهوم التعليم المقاولاتي

يعتبر نشر وتعزيز وإدماج منظومة التعليم المقاولاتي في المجتمع نتائجه كبيرة وله مكتسبات مستقبلية وآثار قوية على التنمية المستدامة، لأنه يخلق قاعدة عريضة من المقاولين والمبدعين في جميع المجالات، وإعداد هذا الجيل لثقافة مقاولاتية قوامها الإبداع والابتكار. وعليه سيتم في هذا المطلب عرض المدخل التعليمي في السلوك المقاولاتي ومفهوم التعليم المقاولاتي.

### 2-1- المدخل التعليمي في السلوك المقاولاتي

قد أوضحت عدة كتابات أن التأهيل والتعليم والتدريب هو العامل المحدد لظهور المقاولين في المجتمع، وأنه لا يوجد مقاولين بالفطرة، فالمقاولاتية ما هي إلا نظام يخضع للتعليم والتأهيل كغيره من المجالات.<sup>2</sup>

وبالرغم من هذا الإقرار من الباحثين حول دور التعليم في تكوين المقاولين، إلا أن الاختصاصيين يرون أن تحويل الأفراد إلى مقاولين ليس من السهولة، فلا بد من توفر الحد الأدنى من المميزات التي تمكن هؤلاء الأفراد من النجاح كمقاولين، كما أنه من الصعب حصر كل جوانب المقاولاتية في العملية التعليمية.

فالمقاولاتية تعتبر مجال متعدد الأبعاد ولا يمكن حصره في مجال واحد، لكن التدريس في هذا المجال لا بد أن يتوسع إطاره ليشمل جميع البرامج التعليمية (الابتدائي، الثانوي، التعليم العالي) وكذلك إدماج هذه المفاهيم في مختلف التخصصات، حتى يكون هذا النظام أكثر كفاءة في تحويل الأفراد إلى مقاولين.<sup>3</sup>

إن المشروعات الناجحة لا تنشأ بمحض الصدفة، بل هي نتاج جهد مسلح بقدر من العلم والخبرة، وفي هذا بيان للحاجة الملحة لبرامج التعليم والتدريب والتأهيل في مجال المقاولاتية بالإضافة إلى توفير بيئة تشجع وتدعم المقاولاتية، ونتيجة لذلك أصبح مجال مقاولة الأعمال عنصراً رئيسياً في منظومة التعليم الإداري في الدول المتقدمة منذ بداية السبعينيات.

<sup>1</sup> - فضيلة بوطورة، (2019): دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية بين الضرورة والأهمية، مجلة الإبداع، المجلد 09، العدد 01، الجزائر، ص 180-181.

<sup>2</sup> - عمر علاء الدين زيداني، مرجع سبق ذكره، ص 117.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 118.

وبدأت المقررات الدراسية والبرامج التعليمية في مجال المقاولاتية في الظهور في مختلف الجامعات العالمية، فمثلاً أصبح هناك ما يزيد على 1600 كلية وجامعة في الولايات المتحدة تدرس ما يزيد على 220 مقرر دراسي في مقاولات الأعمال.<sup>1</sup>

وتؤكد الدراسات في هذا الشأن على أن تعليم المقاولاتية والتوجه بالاقتصاد المعرفي يمثل ركيزة أساسية وذات أثر واضح في نجاح المؤسسات الناشئة، وتظهر هذه الدراسات أن 54% من أصحاب المشاريع الناشئة ذات التوجه الريادي من خريجي التعليم المقاولاتي كما أن دخلهم يتزايد عن زملائهم بما يتراوح من 27%-62% بما يؤكد على أن تعليم المقاولاتية يمثل مساهمة في النمو الاقتصادي.<sup>2</sup>

لذلك فإن جهود التعليم والتدريب هي إحدى مصادر الدعم للنظرة التي تقول أن الفرد يمكن أن يتعلم ليصبح ريادياً بشكل أكبر، وأشار "ماكلياند وبيزناهم" إلى إمكانية خلق وتنمية الدافع إلى الانجاز من خلال التعليم والتدريب، ومن الأساليب التي يمكن استخدامها للتأثير في سلوك الأفراد وتعميق روح المقاولاتية والدافعية نحو الانجاز لديهم أسلوب لعب الأدوار، وإدارة العلاقات الشخصية، ومهارات التأثير في الآخرين، وأساليب حل المشكلات بصورة إبداعية، لتعزيز الجانب المقاولاتي لدى هؤلاء الأفراد.<sup>3</sup>

وعلى الرغم من الخلافات القائمة حول المقاولاتية وعلاقتها بالموهبة، إلا أن هناك مجموعة من المؤشرات تبين أن المسافة بين الموهبة واكتساب المهارة أخذت تضيق بالتعليم وتعلم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي جعلت الكثير من البيانات متاحة للاستعمال.

ويبدو أن مستقبل ممارسة المقاولاتية في العديد من دول العالم يتجه نحو التعليم وتفعيله من قبل العديد من الحكومات والجامعات ومراكز البحث والتطوير ومن خلال إعطاء أهمية خاصة لطرح المساقات العلمية والأكاديمية في المقاولاتية، والبرامج التدريبية فيها، وزيادة البحث العلمي فيه، وجعله جزءاً لا يتجزأ من منظومة الاستراتيجيات والسياسات المستقبلية للمجتمعات على اختلاف أنواعها.

وفي الأخير يمكن القول أن المدخل التعليمي في السلوك المقاولاتي يقوم على افتراض أن تعليم المقاولاتية ومدى وجود البرامج التعليمية والتدريبية في الجامعات والمعاهد والمراكز التدريبية في أي مجتمع يؤدي إلى إيجاد توجه مقاولاتي فاعل لدى

<sup>1</sup> - محمد قوجيل، (2010): دور التعليم في ترقية الروح المقاولاتية، الملتقى الدولي الأول حول المقاولاتية: التكوين وفرص الأعمال، المنعقد في 06، 07 و08 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، ص 09.

<sup>2</sup> - المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز زيادة الأعمال، (2014): التعليم الريادي مدخل لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والأمن الاجتماعي، المنعقد في 09، 10 و11 سبتمبر، جامعة القصيم، المملكة العربية السعودية، ص 154.

<sup>3</sup> - مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 78.

هؤلاء الأفراد وهم في مرحلة أو سن مبكرة في سن الثامنة عشر والعشرين، الذي ينعكس على طموحاتهم في المستقبل ويعززها، ويثير دافعيتهم للعمل والانجاز والمبادرة.<sup>1</sup>

وقد سئل "ديفيد بيرش" في مقابلة شخصية معه عن إمكانية تعليم الطلاب لأن يصبحوا مقاولين، وقد أجاب: "اعتقد أن مهارات المقاولاتية قابلة للتعليم والاكْتساب، ولكن أنا لا اعتقد أن المدارس والجامعات تعلمهم هذه المهارات، كما أن المدرسين أو المحاضرين الذين يدرسونهم غير مناسبين"، وقد سئل أيضا: عن إمكانية تعليم المقاولاتية فأجاب قائلاً: "إذا أردت أن تعلم الناس ليكونوا رياديين فلا تستطيع ذلك، أما إذا أردت أن تعلم الناس ليجدوا ويجتهدوا ليكونوا مقاولين فأنت حينها تستطيع ذلك، وإذا أردت أن تشجع المقاولاتية فيجب العمل على تحقيق ذلك من خلال النظر لها على أنها مهنة عندها ستكون تجربة رائعة على حد تعبيره".<sup>2</sup>

وهنا يجب التنويه على أن دور الباحثين هو تعليم الناس وصانعي السياسة بأهمية المقاولاتية، وجعل البيئة مناسبة للمقاولين. ويبرز هدف مهم جدا للبحث المقاولاتي وهو تعليم الناس في العالم بأهمية هذه الظاهرة ودورها، لكن تعليم المقاولاتية أمر مختلف تماما، فهو يتم من خلال تغيير نمط التفكير، وهنا تسنح الفرصة لإحداث التأثير والتغيير المطلوبين.<sup>3</sup>

## 2-2- مفهوم التعليم المقاولاتي

من بين التعاريف الخاصة بالتعليم المقاولاتي يتم ذكر:

- تم تعريف التعليم المقاولاتي على أنه: "مجموعة من أساليب التعليم النظامي الذي يقوم على إعلام وتدريب أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية الاجتماعية، من خلال مشروع يهدف إلى تعزيز الوعي المقاولاتي، وتأسيس مشاريع الأعمال أو تطوير مشاريع الأعمال الصغيرة".<sup>4</sup>
- هو مجموعة تعاليم ذات طابع رسمي تدرّب وتعلم أي شخص مهتم بإنشاء مشروع خاص أو تنمية مشاريع صغيرة.<sup>5</sup>
- تم تعريف التعليم المقاولاتي في وثيقة مشتركة لليونسكو ومنظمة العمل الدولية في عام 2006 بعنوان "نحو ثقافة ريادية" كما يلي: "ينظر للتعليم المقاولاتي بشكل عام كمقاربة تربوية تهدف إلى تعزيز التقدير الذاتي والثقة بالنفس عن طريق تعزيز وتغذية المواهب والإبداعات الفردية، وفي الوقت نفسه بناء القيم والمهارات ذات العلاقة والتي تساعد

<sup>1</sup> - الجودي محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص 142.

<sup>2</sup> - مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 80.

<sup>3</sup> - الجودي محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص 143.

<sup>4</sup> - قدودو جميلة وآخرون، (2018): التعليم المقاولاتي مع الإشارة إلى بعض التجارب الدولية، مجلة الاقتصاد والإدارة، العدد 01، الجزائر، ص 33.

<sup>5</sup> - ليلي بن عيسى وآخرون، (2019): التعليم المقاولاتي وأثره على التوجه المقاولاتي لدى الطلبة دراسة استطلاعية لآراء طلبة المقاولاتية بجامعة بسكرة، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد 02، الجزائر، ص 233.

الدارسين في توسيع مداركهم في الدراسة وما يليها من فرص، وتبني الأساليب اللازمة لذلك على استخدام النشاطات الشخصية والسلوكية وتلك المتعلقة بالتخطيط لمسار المهنة".<sup>1</sup>

ومن خلال هذه التعريفات يتبين أن التعليم المقاولاتي هو مجموع الأنشطة والأساليب التعليمية التي تهدف إلى غرس روح المقاولاتية لدى الأفراد وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتأسيس مشاريعهم الخاصة.

### 3- أهمية وأهداف التعليم المقاولاتي

إن ظهور اقتصاد المعرفة دفع بالدول للاهتمام بالتعليم المقاولاتي خاصة بالجامعات لكونه يمثل دورا مهما في إعداد الشباب بشكل جيد من خلال مقررات تدريسهم، وللتعليم المقاولاتي أهمية وأهداف سيتم إيجازها فيما يلي:

#### 3-1- أهمية التعليم المقاولاتي

يمكن القول أن أهمية التعليم المقاولاتي تتمثل في ما يلي:<sup>2</sup>

- إن برامج التعليم المقاولاتي التي تهتم بتنمية القدرة على توفير وظيفة للذات وللغير من خلال إقامة مشروعات ريادية جديدة تقوم بإنتاج سلع وخدمات جديدة، لذلك ونظرا لأن المقاولاتية تسعى لبناء نظام اقتصادي يتسم بالإبداع والابتكار، فقد يكون من الأهمية للغاية أن يتم تفعيلها تحت مظلة مؤسسات التعليم العالي ليتمكنوا من استحداث الأفكار الريادية، وتبني هذه الأفكار من خلال التعليم المقاولاتي لتصبح مشاريع رائدة منتجة.
- يعتبر تعليم المقاولاتية خطوة أساسية نحو غرس روح المبادرة وزيادة فرص نجاح الأعمال وصناعة قادة المستقبل لتحمل أعباء النمو الاقتصادي الوطني المتواكب مع التوجهات العالمية، كما أن تعليم المقاولاتية يزيد من القدرات المتميزة لخلق الثروة من خلال الاستقرار على الفرص ذات العلاقة بالتوجه بالمعرفة على المستوى العالمي، بما يحقق مساهمة هامة في بناء مجتمع المعرفة وينتج هذا الأخير مقاولين في الإبداع والابتكار بما يمكن التحول نحو إحداث طفرة في بناء الاقتصاد المعرفي من خلال الأفكار المتجددة ذات العلاقة بتنمية مجتمع المعرفة.
- كما أن تعليم المقاولاتية يساهم في زيادة الأصول المعرفية وتعظيم ثروة الأفراد بما يزيد من الثروة والتراكم الرأسمالي في مجال المعرفة على مستوى الوطن، ولما لذلك من أثر في بناء مجتمع المعرفة.

<sup>1</sup> - نوي طه حسين وآخرون، (2016): عرض تجارب دولية في التعليم المقاولاتي، ملتقى دولي حول دور المقاولاتية في تحفيز الاستثمار المحلي في ظل التحديات

الرائنة - المناطق الجنوبية نموذجا-، المنعقد في 11 أبريل، المركز الجامعي تندوف، الجزائر، ص 04.

<sup>2</sup> - فضيلة بوطورة، مرجع سبق ذكره، ص 6.

- كما يسمح التعليم المقاوالتية للعاملين بالمؤسسات القائمة بكسب مهارات نادرة ومبتكرة تمكنهم من زيادة معدل نمو المبيعات بنسبة تفوق قدراتهم بنسبة كبيرة، كما يزيد من احتمال تطوير منتجات جديدة نظرا لان المقاولين يصبحون أكثر إبداعا.
- كما يخلق تعليم المقاوالتية المزيد من الفرص المرتبطة بإحداث تقدم تكنولوجي يستند إلى المعرفة.
- يؤدي تعليم المقاوالتية إلى زيادة احتمال امتلاك الخريجين لأفكار مشروعات أعمال تجارية ذات التكنولوجية العالية والتي تحدم التوجه نحو بناء مجتمع المعرفة والمساهمة في التغلب على مشكل البطالة.

### 3-2- أهداف التعليم المقاوالتية

- يهدف التعليم المقاوالتية بشكل عام إلى إكساب الأفراد وهم في مراحل عمرية مختلفة سمات المقاولة وخصائصها السلوكية مثل: المبادرة والمخاطرة، والسيطرة الجوهرية الداخلية والاستقلالية من أجل خلق جيل جديد من المقاولين، وعموما تتمثل أهداف التعليم المقاوالتية في النقاط التالية:<sup>1</sup>
- تمييز وتهيئة المقاولين المحتملين لبدء مشروعاتهم أو التقدم والنمو لمنظمتهم.
  - تمكين الطلبة لتحضير خطط العمل لمشاريعهم المستقبلية، ليصبحوا قادرين على خلق مشاريع تقنية متطورة أو منظمات مبنية على التكنولوجيا بشكل أكبر والعمل على تأسيس المشاريع والمبادرات المقاوالتية.
  - التركيز على القضايا والموضوعات المهمة قبل تنفيذ وتأسيس المشروع مثل: أبحاث ودراسات السوق، تحليل المنافسين، تمويل المشروعات والإجراءات القانونية وقضايا النظام الضريبي في البلد.

### المطلب الثالث: التعليم المقاوالتية كأداة لتنمية الثقافة المقاوالتية

يوفر التعليم المقاوالتية للمقاول المعرفة والمهارة اللازمة للتمكن من تجسيد مشروعه ولنجاح نشاطه المقاوالتية، بالإضافة إلى أنه يعتبر متطلب أساسي لتعزيز وتطوير وتنمية الثقافة المقاوالتية لديهم وكذلك إمدادهم بالمهارات المقاوالتية.

### 1- الثقافة المقاوالتية والمؤسسات الجامعية

يعد التعليم بصفة عامة والجامعة بصفة خاصة محورا أساسيا لنشر الثقافة المقاوالتية وروح الإبداع، إذ يجب أن تتضمن المقررات الدراسية ما يكفل تشجيع الاستقلالية والمثابرة، الثقة بالنفس وغيرها من المهارات المقاوالتية الأخرى، كما أن

<sup>1</sup> - ليلي بن عيسى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 234.

للجامعة دورا هاما في بناء المعرفة الخاصة بالمقاولاتية وتدريب المفاهيم العلمية التي تبني عليها. ويمكن نشر الثقافة المقاولاتية من خلال:<sup>1</sup>

- تعميم مفهوم المقاولاتية لدى طلبة الجامعة وتحسيسهم بأن المقاولاتية اختيار وليس بديل في ظل عدم وجود فرص للتوظيف.
- تدريس مقاييس تعكس المقاولاتية لمختلف التخصصات وإدخالها في فكر الطالب الجامعي للمساهمة في الإنتاجية الوطنية من خلال مساهمة القطاع الخاص.
- تقريب هيئات الدعم والمرافقة من الجامعة، كما هو الحال بالنسبة لأعمال وبرامج دار المقاولاتية.
- زيادة المنتقيات والمحاضرات عن الفكر المقاولاتي في مختلف كليات ومعاهد الجامعة.
- فتح فروع لحاضنات الأعمال على مستوى الجامعة تعمل على التكفل بأفكار مشاريع الطلبة وتدفعهم لتجسيدها.
- تحسيس الطالب بأنه على علاقة بالمحيط الاجتماعي والاقتصادي عن طريق توقيع الاتفاقيات مع مختلف المؤسسات وتفعيلها لفتح مجال التربصات الميدانية.
- ربط مختلف التخصصات بالإنتاج وتأسيس المشاريع.
- نشاطات المنظمات الطلابية: عقد دورات تدريبية، استعراض واستضافة نماذج ناجحة، إيجاد مسابقات، زيارات ومعارض طلابية.

## 2- دور الجامعة في ترسيخ الثقافة المقاولاتية للطالب الجامعي

إن للجامعة اليوم مسؤولية اجتماعية كبيرة على مجتمعتها، فقد أصبح لزاما عليها أن تسعى إلى ترسيخ قيم المقاولاتية للطلبة المقبلين عليها فهي تملك العديد من الآليات التي تجعلها تحقق نسبة كبيرة من الطلبة المؤهلين والمبدعين القادرين على تولي مشاريع كبيرة من أجل تنمية مجتمعاتهم، فتدريس المقاولاتية وإكسابها للطلبة من شأنه أن يحقق الرفاهية للمجتمع والاستقرار ولعل من بين خصائص هذه الأهمية نذكر ما يلي:<sup>2</sup>

- يرسخ التعليم المقاولاتي للطلاب الثقة بالنفس ويدعم رغبتهم وقدرتهم على إقامة مشاريعهم الخاصة.
- زيادة وعي الطلبة بتوظيفهم لقدراتهم المكونة والاستثمار الحقيقي لها في مشاريعهم المستقبلية.
- التعليم المقاولاتي يكسب العاملين بالمؤسسات القائمة مهارات نادرة ومبتكرة تمكنهم من زيادة معدل نمو المبيعات.

<sup>1</sup> - رشيد بوطرفة وآخرون، (2020): أهمية التعليم المقاولاتي في تعزيز الثقافة المقاولاتية - عرض تجارب دولية ناجحة -، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 01، الجزائر، ص 205.

<sup>2</sup> - كمال عويسي، (2019): أهمية التعليم المقاولاتي في تعزيز الثقافة المقاولاتية للطلبة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 02، الجزائر، ص 1045.

- التعليم المقاولاتي يؤدي إلى زيادة احتمال امتلاك الخريجين لأفكار مشروعات أعمال تجارية ذات التكنولوجيا العالية والتي تخدم التوجه إلى بناء مجتمع المعرفة والمساهمة في القضاء على ظاهرة البطالة.

### 3- تجارب عالمية في التعليم المقاولاتي ونشر الثقافة المقاولاتية

- تعتبر التجربة الأمريكية واليابانية والتجربة البريطانية من أهم النماذج العالمية التي يقتدى بها في مجال التعليم المقاولاتي ونشر الثقافة المقاولاتية، وفيما يلي سيتم عرض هذه التجارب.

#### 3-1- التجربة الأمريكية

لقد قامت الولايات المتحدة الأمريكية بعدة أعمال لبث الروح المقاولاتية أهمها:<sup>1</sup>

- تقييم أسبوع للمقاولاتية كل عام بهدف تحفيز الشباب عموماً والطلاب خصوصاً على ممارسة العمل المقاولاتي من خلال العديد من الأنشطة والفعاليات مثل: تمارين المحاكاة، ألعاب الانترنت، مسابقات خطة العمل، برنامج الضيف المحاضر، وورش عمل مختلفة، ومنتديات محلية لأنشطة المقاولاتية.
- تصميم مواقع تعليمية على الانترنت تتيح التعرف على قدرات الطلاب، والتفاعل مع الأساتذة المختصين لاستكشاف قدرات الطلبة المقاولاتية ومهاراتهم، فضلاً عن المراكز المقاولاتية المنتشرة حول الولايات المتحدة الأمريكية التي تقدم برامج تعليمية وتدريبية للأجيال الجديدة من المقاولين، وكذلك المساعدات المقدمة في مجال تقنية المعلومات والاتصال. كما تقدم الجامعات الأمريكية برامج تعليمية متكاملة في تخصص المقاولاتية من خلال برامج علمية متنوعة، حيث اتبعت خطاها العديد من الجامعات في جميع أنحاء العالم، وبصفة خاصة جامعة جنوب كاليفورنيا التي تعد أول جامعة تطرح أول برنامج علمي حديث متطور في المقاولاتية سنة 1971م، ثم تبعتها بقية الجامعات داخل وخارج أمريكا، بل قامت هذه الجامعات بتنظيم مسابقات لتشجيع روح المقاولاتية بين الطلاب، حيث تمنح جامعة يال "yale" الأمريكية جوائز تصل قيمها إلى خمسين ألف دولار من خلال المنافسة على أفضل خطة مشروع على مستوى الجامعة، وتقدم مبلغاً من المال للبدء في المشروع للطلاب الناجح، بالإضافة للنصح والإرشاد والمتابعة للمقاول بالجامعة.
- تقوم الحكومة الأمريكية بحملات إعلامية واسعة النطاق تتناول قصص نجاح لمقاولين، بهدف تشجيع الطلبة من مختلف السنوات على تنمية الاستعداد والتوجه الإيجابي نحو العمل المقاولاتي، والمساهمة في حل مشكلة البطالة من خلال جعلها مسؤولية كل فرد يتجه نحو العمل المقاولاتي ويوظف الآخرين.

<sup>1</sup> - ياسر المري سالم، (2013): ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - الرياض، السعودية، ص 77-80.

- كما قامت الحكومة الأمريكية بخطط وبرامج إستراتيجية لدعم المنشآت الصغيرة، وهذا لتحفيز الطالب على إنشاء وعدم الخوف من القيود الحكومية:<sup>1</sup>
- أ- منح إعفاءات ضريبية للمشروعات الصغيرة تصل إلى 20%.
- ب- إنشاء جهاز حكومي مركزي عام 1953م تحت مسمى "الإدارة الاتحادية للمنشآت الصغيرة" لإقامة وتنمية وحماية المنشآت الصغيرة.
- ج- إنشاء برامج في وزارة التجارة لتشجيع وزيادة مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في التجارة الإلكترونية.
- د- تفعيل دور إدارة المنشآت الصغيرة لدعمها ماليا وفييا.

### 3-2- التجربة اليابانية

- قامت اليابان بعدة أعمال لغرس الروح المقاولاتية في الطالب كي يصبح مقاولا أهمها:<sup>2</sup>
- أجرت السلطات اليابانية عمليات إصلاح واسعة النطاق في النظام التعليمي، كما قامت الجامعات اليابانية بعقد تحالفات إستراتيجية مع بعضها البعض ومع قطاع الأعمال والإدارة.
- أعطيت الجامعات الاستقلالية التامة دون أدنى تدخل من الأجهزة الحكومية من أجل تحسين التقنية، وتطوير الموارد البشرية فيها، وتقليص الفجوة بين مخرجات الجامعات العلمية والبحثية واحتياجات سوق العمل، وربط الجامعات بقطاع الأعمال لإتاحة إمكانية إنشاء منظمات أعمال مقاولاتية جديدة لجيل الشباب، مع وضع معايير جديدة للنظام التعليمي والتربوي لتشجيع الإبداع والإبتكار.
- استعمال وسائل الإعلام بطريقة مكثفة لنشر الروح المقاولاتية في الطالب وكافة فئات المجتمع.
- تقديم جوائز مادية وشهادات تقدير للمتميزين في المشروعات المقاولاتية جامعة "إيشكاوا".
- أتاحت وسائل اتصال متنوعة مع عقد لقاءات دورية بين الطلبة وخبراء المقاولاتية.
- كما وضعت الحكومة اليابانية عدة وسائل لدعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة من شأنها أن تشجع الطالب على إنشاء مشروعه أهمها:<sup>3</sup>

- أ- وضع أنظمة وتشريعات تشجع أصحاب المنشآت الصغيرة مثل الإعفاءات الضريبية حيث تصل إلى 25 %، مع وضع مؤسسات مالية ومصرفية حيث يتم الإقراض دون أية ضمانات مع فائدة سنوية 7%.

<sup>1</sup> - وفاء بنت ناصر المبيريك، (2009): المنشآت الصغيرة: الإدارة والتأسيس، الطبعة الأولى، دار الجامعة، القصيم، المملكة العربية السعودية، ص 287-288.

<sup>2</sup> - مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 120.

<sup>3</sup> - وفاء بنت ناصر المبيريك، مرجع سبق ذكره، ص 286.

- ب- توفر سياسة لحماية المنشآت الصغيرة من الإفلاس تقوم عليها المؤسسات المالية والتأمينية.
- ج- تولت الدولة والحكومات مسؤولية متابعة المشروعات الصغيرة من خلال حاضنات الأعمال بما فيها الحاضنات التقنية داخل الجامعة.
- د- الإصلاحات العديدة في النظام التعليمي والتربوي، لربط مخرجات الجامعة مع سوق العمل.

### 3-3- التجربة البريطانية

لقد أبدت الحكومة البريطانية اهتماما كبيرا بالتعليم في مجال المقاولاتية، حيث قامت بإنشاء برامج لتعليم المقاولاتية في العديد من الجامعات البريطانية، والتركيز على نقل المعرفة والتكنولوجيا بشكل خاص، وهذا لم يقتصر فقط على قطاع التعليم العالي وحده، ولكن شمل أيضا التعليم الابتدائي والثانوي، حيث يتعلم الطلاب وهم في سن مبكرة دروسا عديدة في الإبداع والمخاطرة، والتي تعد ضرورية لبدء وإنشاء المشاريع المقاولاتية، وتعزيز المحتوى والتوجه المقاولاتي لديهم.

كما قامت الحكومة البريطانية بتأسيس المجلس الوطني لخريجي المقاولاتية، الذي كانت مهمته تعزيز ثقافة المقاولاتية في بريطانيا، وتعزيز الشراكة بين المجتمع الأكاديمي وقطاع الأعمال، وتضمين المقاولاتية في التعليم الرسمي.

وقد قامت الحكومة أيضا بعمل حملات توعية وطنية لتعزيز مقاولاتية الشباب البريطانيين، وخلق جيل جديد ملهم بالمقاولاتية والإبداع. كما أدخلت العديد من المستشارين الرياديين للعمل في المدارس لتعزيز التوجه المقاولاتي لدى الطلبة، والاستفادة من خبراتهم في النظام التربوي.

فقد تم تعليم المقاولاتية في برامج جامعية وتخصصات عديدة متنوعة في بريطانيا شملت العلوم الرياضية، علوم الزراعة، السياحة، إدارة الأحداث والمؤتمرات، علم التغذية، الهندسة بكافة أنواعها، دراسات الطفولة المبكرة، وسائل الإعلام، الدراسات الثقافية، نظم المعلومات الإدارية، المحاسبة والمالية، والتسويق وإدارة الأعمال. وقد بقي مركز أبحاث المقاولاتية على إطلاع متواصل على الأبحاث الحالية في حقل تعليم المقاولاتية ويستمر بأعماله وجهوده ليطور ويعزز فرص البحث والدراسة في برامج تعليم المقاولاتية وينميتها.<sup>1</sup>

إن التحدي الذي يواجه التعليم المقاولاتي هو محاولة تغيير الثقافة ونمط التفكير السائد لدى الشباب من خلال تعزيز خبرات التعلم لدى الطلبة في جميع العلوم والهندسات على اختلاف أنواعها، وزيادة قدرات الجامعة في خلق ثروة للمجتمع.

إن هناك بعضا من الجامعات التي قد طورت برامج تعليم المقاولاتية والتي قادتها كليات إدارة الأعمال مثل جامعة "شيفيلد" التي قد تبنت مدخلا ضمينا أو جعل تعليم المقاولاتية جزءا لا يتجزأ من البرامج التعليمية في الجامعة، ويرتبط

<sup>1</sup> - رشيد بوطرفة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 211.

التعليم المقاولاتي بشكل وثيق بموضوعات العلوم والهندسة وتحت قيادة المدرسين الأكاديميين في هذه الأقسام. إن مفتاح النجاح في هذا المدخل هو ترقية معايير تعليم المقاولاتية إلى المعايير الاحترافية للمدرسين الأكاديميين في الأقسام العلمية ذات العلاقة.

إن هدف التغيير الثقافي ونمط التفكير لدى الشباب الجامعي أمر ظاهر وبارز لدى كافة الجامعات وفي جميع أنحاء المملكة المتحدة، حيث أنها عملية معقدة ولها نتائج إستراتيجية يمكن تلمسها على المدى الطويل. وإن النتائج الرئيسية نحو دعم ونشر ثقافة المقاولاتية تتم من خلال أن يصبح البحث العلمي أكثر تركيزاً في تطبيقاته العلمية، وأن يركز التعليم بشكل أكبر على كيفية الحصول على المعرفة وإنتاجها.<sup>1</sup>

لقد كانت أولى محاولات إدخال تعليم المقاولاتية في المنهاج الجامعي في بريطانيا في اسكتلندا من أجل زيادة عدد الشركات التجارية فيها، وقد قام المجلس الوطني للشركات بدعم خمس جامعات في مطلع التسعينات بتأسيس مراكز تعليم المقاولاتية في مرحلة البكالوريوس، ويعمل هذا المجلس مع الجامعات لتشجيع وتطوير تعليم المقاولاتية، ودعم ثقافة الأعمال المقاولاتية التي تستند إلى دعم وتطوير التكنولوجيا في المقام الأول.<sup>2</sup>

وفي سبيل تحقيق ذلك، فقد تم تخصيص مبلغ 28.9 مليون جنيه إسترليني عام 2000 لدعم 12 مركزاً للمقاولاتية في بريطانيا، وقد كان من أهم أهداف هذا البرنامج تأسيس مراكز مقاولاتية من الطراز الأول من أجل تسويق الأبحاث وتبني الريادة العلمية ودمج ثقافة المقاولاتية في المساقات العلمية كالهندسة. وفي عام 2001 تم صرف 15 مليون جنيه إسترليني إضافي من أجل تعزيز النجاحات التي حققت في العام السابق. وبالإضافة إلى ذلك فقد قامت وزارة التربية والتعليم في المملكة المتحدة بالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة ووزارة المالية بتخصيص منح المقاولاتية وذلك من أجل تمكين الشباب الفقراء من تطوير المهارات الإدارية والمقاولاتية لديهم، وتمكينهم من تحويل أفكارهم المقاولاتية إلى حقيقة وتعزيز فرص نجاحها على أرض الواقع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 211.

<sup>2</sup> - مهند حامد وآخرون، (2007): نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة، الطبعة الأولى، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، فلسطين، ص 14.

<sup>3</sup> - مهند حامد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 15.

## خلاصة الفصل

تسعى معظم الاقتصاديات في الوقت الراهن بالاهتمام بالمقاوالتية والثقافة المقاوالتية، وذلك راجع لما لهما من آثار ايجابية على مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية، حيث تتجه معظم بلدان العالم سواء المتقدمة أو النامية إلى الارتكاز على مهارات أفرادها ومدى قدرتهم على العمل المقاوالتية. فهناك عدة اتجاهات حاولت تحليل المقاوالتية، فهي مجال يحتوي على عدة مقارنات ونظريات ونماذج كل منها تفسرها بشكل مختلف، والتي في الجمل ما هي إلا مظهر من مظاهر إنشاء المؤسسات، هذه الأخيرة لا تنجح إلا بوجود المقاوالتية والذي يتسم بخصائص وصفات تؤهله لكي يكون بمثابة روح للمقاوالتية. ومن العوامل التي ترسخ الثقافة المقاوالتية يوجد التعليم المقاوالتية، الذي يهدف إلى تزويد الطلبة بالمعرفة وإكسابهم المهارات اللازمة من أجل تشجيعهم على العمل المقاوالتية على نطاق واسع ومستويات عديدة، فالتعليم المقاوالتية يركز في محتواه ومضمونه على إدراك الأفراد للفرص وتحديدتها، من أجل خلق جيل جديد من المقاوالتين.

الفصل الثاني: لمحة عامة حول

المؤسسات الناشئة

## تمهيد

تعتبر المؤسسات الناشئة من أهم المؤسسات التي لها دور هام في النشاط الاقتصادي حيث يمكن لها أن تتطور بصورة أسرع من المؤسسات الكبيرة لكون طبيعتها تكون أكثر قابلية للتغيير والتطوير وتقبل الأفكار المستحدثة، إلا أنها تحتاج لجهات دعم واحتضان توفر لها أسس نشأتها واستمرارها.

تعد إشكالية التمويل من أهم المشكلات التي تواجه المؤسسات الناشئة، ذلك لأنه لا يتيسر لها تدبير احتياجاتها من البنوك والمؤسسات المالية بسبب عدم امتلاكها للضمانات التي يتعين تقديمها مقابل الحصول على القرض، بالإضافة إلى قصور الوعي المصرفي لدى صغار الصناع، مما يضطرهم إلى الاقتراض من المرابين، أو الشراء بالأجل من بعض التجار... الخ.

ويرتبط نجاح المؤسسات الناشئة بالعديد من العوامل مثل الابتكار الأخضر الذي هو إنتاج منتجات أو عمليات إنتاج جديدة أو محسنة تستخدم أقل قدر ممكن من الموارد وتكون أقل ضرراً على البيئة، وكذلك منصات رواد الأعمال التي تتمثل في حاضنات الأعمال، مسرعات الأعمال ومساحات العمل المشتركة، كما يوجد عاملين مهمين لنجاح المؤسسات الناشئة وهما عصنة النظام المصرفي والتكنولوجيا المالية.

وعلى هذا الأساس سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الطرح النظري للمؤسسات الناشئة وتمويلها ومقومات نجاحها من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة

المبحث الثاني: تمويل المؤسسات الناشئة

المبحث الثالث: مقومات نجاح المؤسسات الناشئة

## المبحث الأول: مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة

المؤسسات الناشئة Startups مصدرا رئيسيا للإبداع وخلق مناصب العمل، وقد أصبحت السبيل لدعم التنمية في أغلب دول العالم، نظرا لأهميتها الاستثمارية والتنموية الناتجة عن تكلفة إنشائها المنخفضة ومرونتها ومشاريعها المبتكرة، وسهولة انتشارها جغرافيا، ولذلك سيتم في هذا المبحث عرض تعاريف للمؤسسات الناشئة ودورة حياتها، وكذا أهميتها والخصائص التي تتميز بها، والفرق بينها وبين المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

## المطلب الأول: تعريف المؤسسات الناشئة ودورة حياتها

يعتبر تحديد مفهوم المؤسسات الناشئة أمرا ضروريا لكل باحث في هذا المجال أو الموضوع في دراسته وتحليله، وكذا أمام مقرري السياسات التنموية ليسهل عليهم إعداد برامج تنموية ووضع مخططات إستراتيجية لتعدد مفاهيم المؤسسات الناشئة. ومن ثم سيتم تسليط الضوء على مختلف تعاريف المؤسسات الناشئة ودورة حياتها.

## 1- تعريف المؤسسات الناشئة

أظهرت الأبحاث التي أجريت بأنه لا يوجد تعريف عالمي للمؤسسات الناشئة. فالتعريفات العامة فقط هي المتفق عليها من قبل معظم الأكاديميين والممارسين وصانعي السياسات. ونذكر منها:

- المؤسسة حديثة النشأة، والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعية وأمامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بسرعة.<sup>1</sup>
- مؤسسة ذات تاريخ تشغيلي قصير، غالبا ما تكون حديثة الإنشاء وتكون في طور النمو والبحث عن الأسواق. ويقوم المؤسسون بتصميم المؤسسات الناشئة لتطوير نموذج أعمال قابل للتطوير بشكل فعال.<sup>2</sup>
- ويعرفها القاموس الفرنسي "la rousse" بأنها: "المؤسسات الشابة المبتكرة، لاسيما في قطاع التكنولوجيات الحديثة".<sup>3</sup>
- وكلمة "Start-up" تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و"up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - بورنان مصطفى وآخرون، (2020): الإستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 12، العدد 01، الجزائر، ص40.

<sup>2</sup> - مفوم برودي، (2020): المؤسسات الناشئة في الجزائر - الواقع والمأمول -، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، ص 344.

<sup>3</sup> - الموقع الرسمي للقاموس الفرنسي "Larousse": <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/start-up/74493>، تاريخ الاطلاع 22/05/2022، الساعة 22:49.

<sup>4</sup> - بوشعور شريفة، (2018): دور حاضرات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، الجزائر، ص420.

- المؤسسة الناشئة هي مؤسسة جديدة عادة ما تكون صغيرة، في مرحلتها المبكرة من التشغيل، تسعى إلى تحقيق نموذج أعمال مستدامة وقابلة للتطوير ومرحبة تمتلك الإمكانية لتحقيق معدل نمو مرتفع.<sup>1</sup>
- وفي إطار تطوير السياسات العامة التي تتطلب تعريفاً واقعياً وعملياً أكثر للمؤسسات الناشئة من أجل دعمها، حاولت العديد من المنظمات والدول العربية تعريف هذا النوع من المؤسسات، نذكر منها:

### 1-1- في الأردن

- لا يوجد تعريف مشترك محلي للمؤسسات الناشئة في الأردن، بحيث تقترح العديد من المنظمات والمبادرات تعريفات مختلفة ذات صلة مع عامل واحد مشترك، وهو "الفئة العمرية للمؤسسة"، ومن هذه التعريفات ما يلي:
- تعريف خطة تحفيز النمو الاقتصادي الأردني 2018-2022 الصادرة عن مجلس السياسات الاقتصادية والتي تعرف الشركات الناشئة بأنها: "تلك الشركات التي تقل أعمارها عن ثلاث سنوات بغرض السماح بخصوصيات ضريبية على استثمارات رواد الأعمال".<sup>2</sup>
- تعريف الإستراتيجية الوطنية لتشجيع ريادة الأعمال ونمو المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الأردن 2014-2018 التي تقودها المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية التي تقترح تعريفاً للشركات الناشئة في مرحلتها المبكرة بأنها: "مؤسسة جديدة تعمل منذ ما لا يزيد عن عامين". أما في الإستراتيجية الوطنية لتشجيع ريادة الأعمال وتنمية المشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة 2016-2020، فإن المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية تعرف المؤسسات الناشئة بأنها: "مشاريع جديدة ومسجلة لا يتعدى عمرها سنتين من التشغيل".<sup>3</sup>
- يعرف مشروع صندوق المؤسسات الناشئة المبتكرة للبنك الدولي 2017 الخاص بالأردن المؤسسات الناشئة: "مؤسسات ذات نشاط يقل عن خمس سنوات".<sup>4</sup>

### 1-2- في تونس

- في الثاني من أبريل 2018، أقر مجلس النواب التونسي قانوناً جديداً حول المؤسسات الناشئة في إطار إستراتيجية "تونس الرقمية 2020". جاء في نص الفصل الثاني من هذا القانون ما يلي: "تعتبر مؤسسة ناشئة Startup كل شركة

<sup>1</sup> - مفروم برودي، مرجع سبق ذكره، ص 343.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 344.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 344-345.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 345.

تجارية مكونة طبقا للتشريع الجاري به العمل ومتحصلة على علامة المؤسسة الناشئة طبقا للشروط الواردة بهذا القانون"<sup>1</sup>، ثم أوضح الفصل الثالث من نفس القانون أهم الشروط التي يجب أن تستوفيها المؤسسة لكي تصنف كمؤسسة ناشئة، حيث نص على ما يلي: تسند علامة "المؤسسة الناشئة" للشركة التي تستوفي الشروط التالية:<sup>2</sup>

- ألا يكون قد مر على تكوينها أكثر من ثماني (8) سنوات.
- ألا يتجاوز عدد مواردها البشرية ومجموع أصولها ورقم معاملاتها السنوي أسقفيا تضبط بأمر حكومي.
- أن يملك رأس مالها بنسبة تفوق الثلثين أشخاص طبيعيين أو شركات استثمار ذات رأس مال تنمية أو صناديق مشتركة للتوظيف في رأس مال تنمية أو صناديق مساعدة على الانطلاق أو غيرها من مؤسسات الاستثمار بحسب التشريع الجاري به العمل أو شركات ناشئة أجنبية.
- أن يبني منوالها الاقتصادي على الصبغة المحددة خصوصا منها التكنولوجية.
- أن ينطوي نشاطها على إمكانية هامة للنمو الاقتصادي.

### 1-3- في الجزائر

أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 المتعلق بإنشاء اللجنة الوطنية لعلامات "الشركات الناشئة" و"المشاريع المبتكرة" و"الحاضنات" وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيورها، وقد ذكر هذا المرسوم في فصله الرابع مجموعة الشروط التي بموجبها تمنح علامة مؤسسة ناشئة، حيث نصت المادة 11 منه على أنه: تعتبر "مؤسسة ناشئة" كل مؤسسة خاضعة للقانون الجزائري، وتحترم المعايير التالية:<sup>3</sup>

- يجب ألا يتجاوز عمر المؤسسة ثماني (8) سنوات.
- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة الناشئة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة.
- يجب ألا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية.
- أن يكون رأسمال الشركة مملوكا بنسبة 50% على الأقل، من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمد أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة "مؤسسة ناشئة".
- يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيه الكفاية.

<sup>1</sup> - قانون عدد 20 لسنة 2020 المؤرخ في 17 أبريل 2018، يتعلق بالمؤسسات الناشئة، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 32، الصادرة بتاريخ 20 أبريل 2018، ص 1237.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 1239.

<sup>3</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020، المتعلق بإنشاء اللجنة الوطنية لعلامات "الشركات الناشئة" و"المشاريع المبتكرة" و"الحاضنات" وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيورها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 55، الصادرة بتاريخ 21 سبتمبر 2020، المادة 11، ص 11.

- يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عاملاً.

والملاحظ أن المشرعين التونسي والجزائري لم يعرف كل منهما المؤسسة الناشئة مباشرة، وإنما قام بذلك من خلال ذكر أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في المشروع لكي يمنح صفة "المؤسسة الناشئة". وهذا الذي يبحث عنه كل مشروع بصفة عامة، تعريفاً واقعياً وعملياً يراعي واقعا اقتصادياً واجتماعياً معيناً.

هذه التعاريف تشترك في أن المؤسسة الناشئة هي مؤسسة جديدة، تسعى إلى تحقيق معدلات نمو كبيرة من خلال القيام بأعمال تجارية مبتكرة وإبداعية في ظرف زمني قصير.

## 2- دورة حياة المؤسسات الناشئة

إن ما يميز المؤسسات الناشئة Startup هو النمو المستمر، إلا أن الواقع غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيراً ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، وما يلي سيتم عرض المراحل التي تمر بها المؤسسة الناشئة خلال دورة حياتها:<sup>1</sup>

- **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 هذه المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيداً ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل. والبحث عن 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 هذه المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها مادياً، 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 للمغامرة 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.

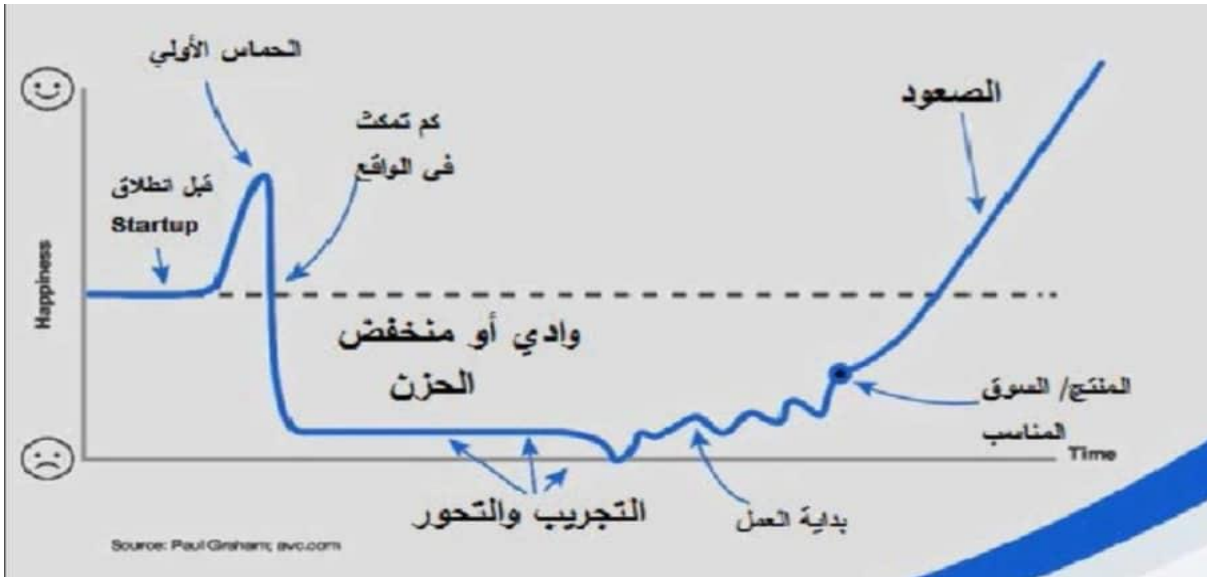
- **المرحلة الثالثة:** مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو، يكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هذه المرحلة، يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكره الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

<sup>1</sup> - بسويح منى وآخرون، (2020): واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، ص

- **المرحلة الرابعة:** الانزلاق في الوادي، وبالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المغامر) بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة.
- **المرحلة الخامسة:** تسلق المنحدر، يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ الشركة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.
- **المرحلة السادسة:** مرحلة النمو المرتفع، في هذه المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار، وطرحه في السوق المناسبة، تبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتل أن 20% إلى 30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبل Graham Paul:

الشكل رقم (02-01): دورة حياة المؤسسات الناشئة



Source: Paul Graham, startup happiness curve, consulté le 16/05/2022, 23:50, <http://t.co/P1FDc1MCUB> Good graphic

### المطلب الثاني: خصائص وأهمية المؤسسات الناشئة

تتصف المؤسسات الناشئة بمجموعة من الخصائص التي تجعلها قادرة على التأقلم مع الأوضاع الاقتصادية لمختلف الدول سواء المتقدمة أو النامية، كما تعتبر أحد البدائل التي يمكن أن يركز عليها الاقتصاد لما لها من أهمية بالغة الأثر، وعليه سيتم إبراز خصائص وأهمية هذه الشركات.

## 1- خصائص المؤسسات الناشئة

تتميز المؤسسات الناشئة بمجموعة من الخصائص التي تتشكل في نقاط القوة والضعف وتتمثل فيما يلي:

### 1-1- نقاط القوة

نذكر منها ما يلي:<sup>1</sup>

- توازن هيكل النشاط الإنتاجي: نظرا للمعاناة في معظم الدول النامية من خلل في هيكل الاقتصاد بسبب غياب قاعدة قوية من صناعات صغيرة ومتوسطة يستند إليها، حيث بات من الضروري تقليص الفجوة ووضع إستراتيجيات لإصلاح هذا الخلل وتوسيع قاعدة المنشآت الصغيرة القابلة للتطوير والإنتاج.
- دعم الشركات الكبيرة: وهذا من خلال توفير المنتجات الوسيطة لنشاط الشركات الكبرى.
- توفير فرص عمل حقيقية وتقليص حجم البطالة: تتميز المؤسسات الناشئة بقدرتها العالية على توفير مناصب شغل ما يؤدي إلى تقليص حجم البطالة.
- استثمار المدخرات المحلية المصغرة: من خلال توظيف المدخرات نظرا لصغر رأس المال وإعادة توزيع الدخل.
- المساهمة في تحقيق سياسة إحلال الواردات: تمكن المؤسسات الناشئة من إنتاج متطلبات السوق المحلي مما يساهم في إحلال الواردات وتنمية الصادرات وبالتالي توفير النقد الأجنبي.
- نشر القيم الصناعية الإيجابية: تساهم في نشر القيم الصناعية الإيجابية كإدارة الجودة والابتكار وتقسيم العمل.
- المساهمة في تحقيق إستراتيجية التنمية المحلية.
- سرعة اتخاذ القرار لقلة التدرج الوظيفي وعدد العمال مما يساهم في سرعة انتقال المعلومة ومعالجة المشاكل المطروحة.
- الحماس والتحفيز العاليين نظرا لملكيتها الفردية.
- مرونتها وقدرتها على التأقلم مع المتغيرات التي تحدث في محيطها.
- ربحية عالية نظرا لصغر رأس مالها (الرفع المالي).

### 1-2- نقاط الضعف

نذكر منها ما يلي:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - علي بخيتي وآخرون، (2020): المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 12، العدد 04، الجزائر، ص 537-538.

<sup>2</sup> - بدار عاشور وآخرون، (2020): حاضنات الأعمال كآلية لدعم وتمويل المؤسسات الناشئة startup في الجزائر للمساهمة في الإنعاش الاقتصادي، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محمد أولحاج - البويرة، الجزائر، ص 191.

- محدودية وعدم القدرة على اختيار وصياغة إستراتيجية العمل.
- عدم قدرتها على تكوين شبكة فعالة للتوزيع بسبب قلة وضعف إمكانياتها.
- صعوبة بلوغها الموارد التمويلية لعدة أسباب لعل أبرزها: ضعف هيكلها التمويلي، قلة الضمانات، غياب الماضي المالي لتلك الحديثة منها.
- لا يمكنها الاستفادة من اقتصاديات الحجم بسبب صغر حجمها.

## 2- أهمية المؤسسات الناشئة

تكتسي المؤسسات الناشئة خلال العقدین الأخيرین مكانة هامة في الاقتصاد العالمي وذلك لتأثيرها في بعض المؤشرات الاقتصادية وتبرز أهمية الشركات الناشئة في:<sup>1</sup>

- **خلق الوظائف وتخفيض مستويات البطالة:** تساهم الشركات الناشئة بشكل كبير في توفير فرص العمل لأفراد المجتمع، إذ أن فرص النمو السريع التي تتميز هذا النوع من الشركات تجعلها قادرة على توليد فرص التشغيل، وقد أثبتت العديد من الدراسات على المستوى العالمي هذا الدور، ففي دراسة لمؤسسة "فوكمان" حول أهمية الشركات الناشئة في خلق فرص العمل تمكن الباحثون من إثبات أن الشركات الناشئة خلقت 5 ملايين فرصة عمل سنويا خلال الفترة 1992-2005 وهو مستوى أعلى بأربعة أضعاف من أي فئة عمرية للشركات الأخرى.
- **زيادة إنتاج السلع والخدمات:** وفقا ل Ritchie و Swisher من مركز IDEA\* فإن الشركات الناشئة لديها تكنولوجيا أعلى بشكل غير متناسب مع حجمها وهذا ما يؤدي إلى زيادة إنتاج السلع والخدمات، وفي تقرير صدر عام 2017 عن مركز الدراسات الاقتصادية في مكتب الإحصاء الأمريكي وجد الباحثون أن الشركات التي تتمتع بإنتاجية عالية هي المؤسسات الحديثة الشابة، وتقدم مساهمات غير متناسبة في نمو السلع والخدمات.
- **إحداث تأثير إيجابي في المجتمع:** نظرا لأن الشركة الناشئة يمكن أن تثير الإبداع في المجتمع فيمكنها المساهمة في تغيير القيمة الموجودة في المجتمع وخلق عقلية جديدة تماشيا مع هذا، سوف يدرك الناس أن لديهم مسؤوليات جديدة لعملهم وتطويرهم الوظيفي.

<sup>1</sup> - بوضوار لميس وآخرون، (2020): واقع تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر -دراسة حالة الشركة المالية الجزائرية الأوروبية للمساهمة FINALEP-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة، الجزائر، ص 10-11

- **فتح أسواق جديدة:** تخلق الشركات الناشئة أسواقا جديدة أو تحول الأسواق القديمة تماما من خلال تقديم منتجات تغير الاقتصاد العالمي، وغالبا ما تخلق التقنيات الجديدة فرصا جديدة تستفيد منها الشركات الناشئة، ثم تخلق الشركات الناشئة قيمة هائلة مقارنة بالشركات الناضجة، وهو ما يدعم المنافسة ويدفع الاقتصاد نحو التطور.
- **تعزيز البحث العلمي:** يمكن للشركات الناشئة أن تساهم بشكل كبير في البحث والتطوير لأنها غالبا ما تتعامل مع التكنولوجيا العالية والخدمات القائمة على المعرفة، حيث يعمل فريق البحث والتطوير في الشركة الناشئة كباحث عن الابتكار ويحافظ على نمو الشركة، ويساهم بشكل جيد في التوجه التطبيقي أو العمل البحثي في الجامعات والمعاهد والمؤسسات التعليمية الأخرى، نتيجة لذلك يمكن للشركات الناشئة تشجيع الطالب أو الباحثين على تنفيذ أفكارهم من خلال العمل عند الشركات الناشئة.

### المطلب الثالث: الفرق بين المؤسسات الناشئة والمقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعبر المقاولاتية عن كل نشاط إنشاء مشروع أعمال جديد، يقدم فعالية اقتصادية مضافة، قد يكون في أشكال مختلفة تختلف باختلاف معايير التصنيف، كالحجم مثلا نجد مؤسسات صغيرة وأخرى كبيرة، أما حسب معيار الإبداع نجد المؤسسات التقليدية التي تفتقر إلى الإبداع والابتكار والمؤسسات الناشئة ذات التكنولوجيات المتطورة. ولهذا يعتبر مفهوم المقاولاتية هو المفهوم الأشمل، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة ما هي إلا شكلا من أشكال المقاولاتية.<sup>1</sup> في حين يمكن تحديد الفرق بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وغيرها من الشركات التقليدية مع الشركات الناشئة في العناصر التالية:<sup>2</sup>

- **الهدف من التأسيس أو الطبيعة الإبداعية:** تقدم الشركات الناشئة أفكارا إبداعية، بينما يتم إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما يتوافق مع السوق المحلية ولا تقدم أفكارا ابتكارية، وبالتالي فإن الإبداع والابتكار هو سمة الشركات الناشئة عكس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تتجه أن تكون أكثر تقليدا.
- **خطوات التأسيس:** تعتمد الشركات الناشئة على الابتكار مما يجعل فرص الدعم لها منخفضة وتحتاج مجهودات أكبر من طرف رائد الأعمال، في حين تقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على خطة عمل واضحة، وتتمتع بفرص أكبر للحصول على التمويل اللازم.
- **البيئة الصناعية أو السوق المحلي:** تنشط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عادة في أسواق محددة ومستقرة، ونجدها تؤثر بشكل واضح على الاقتصاد المحلي من خلال توفير فرص عمل بصورة أكبر، كما أن احتياجاتها التمويلية ليست

<sup>1</sup> - فلاح حسن الحسيني، (2006): إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، الأردن، ص 45.

<sup>2</sup> - عبد الحميد بشير وآخرون، (2020): التعليم المقاولاتي كأحد الآليات لخلق مؤسسات ناشئة: دراسة حالة حاضنة أعمال - جامعة المسيلة، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 06، الجزائر، ص 205.

ضخمة وهو ما يقدم لها تسهيلات وقروض تمويلية تسمح لها بتحقيق أرباح بصفة تدريجية. بينما تستهدف الشركات الناشئة التي تعتمد بصورة أكبر على الابتكار والتجريب أسواقا أكبر وأوسع، وهذا ما يجعل نسبة المخاطرة فيها أكبر بكثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- **من حيث مصادر التمويل:** تعتمد الشركات الناشئة على مصادر تمويلية حديثة تركز على فتح رأسمالها لفترة محددة كرأس مال المخاطرة وملائكة الأعمال عكس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعتمد بشكل أكبر على التمويل التقليدي كالقروض البنكية.
  - **النمو المتزايد:** فهناك من يعتبر أن الشركات الناشئة هي وضعية مؤقتة تتوقف على تحقيق النمو المتزايد، وإلا ستصبح مثل الشركات التقليدية التي عادة تعرف أربع مراحل في دورة حياتها من الانطلاق، النمو، النضوج والتراجع، في حين أن الشركات الناشئة تعرف تذبذبا بين مراحل التقدم والتراجع في النمو (خاصة بين مرحلي الانطلاق والنمو).
  - **من حيث العوائد:** كما تم الإشارة له سابقا تتميز الشركات الناشئة بعوائد ربحية ضخمة متوافقة مع نسبة المخاطرة العالية التي تتحملها، ولهذا تركز عليها شركات رأس مال المخاطرة عكس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
  - **مدة المشروع أو الفكرة:** هي مدة مؤقتة في الشركات الناشئة كونها تتحول بسرعة إلى مؤسسات كبيرة أو تبقى مشروعا صغيرا، بينما يعتمد استمرار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مدى قدرة أصحابها على تحقيق الاستقرار والربح، وبالتالي يمكن توسيع نطاقها قليلا وتظل ناجحة ومستمرة إلى فترة غير معلومة.
- بناء على ما تقدم أعلاه، يمكن تأطير أهم الفروقات بين الشركات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وغيرها من الشركات التقليدية، كون أن هذه الأخيرة تتميز بأسواق محلية ضيقة تسعى فيها للحفاظ على مكانتها، إضافة إلى عدم رغبتها في المخاطرة حفاظا على رأسمالها الذي يسعى للحفاظ على الربح الذي تحققه بصفة تدريجية. أما الشركات الناشئة فتتفرد بالقدرة على مواجهة السوق وتوفير منتجاتها وخدماتها لكل المستهلكين، نظرا لسرعتها الفائقة على النمو والتوسع نتيجة التكنولوجيا المتطورة التي تستعملها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - مزيان أمينة وآخرون، (2021): الشركات الناشئة في الجزائر: بين واقعها ومتطلبات نجاحها، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج - البويرة، الجزائر، ص 35.

## المبحث الثاني: تمويل المؤسسات الناشئة

تعد إشكالية التمويل من أهم المشكلات التي تواجه المؤسسات الناشئة حيث تبقى بين معوقات مؤسسات التمويل ومتطلبات الاحتياجات التمويلية، لأن المؤسسات الناشئة لا يتيسر لها تدبير احتياجاتها من البنوك والمؤسسات المالية بسبب عدم امتلاكها للضمانات التي يتعين تقديمها مقابل الحصول على القرض، بالإضافة إلى قصور الوعي المصرفي لدى صغار الصناع والتجار مما يجعلهم أكثر تردداً في التعامل مع البنوك، ويضطرهم إلى الاقتراض من المرابين أو الوسطاء غير النظاميين، أو الشراء بالأجل من بعض التجار أو غير ذلك من الطرق المستحدثة.

## المطلب الأول: المصادر التقليدية والحديثة في مجال تمويل المؤسسات الناشئة

أمام تعدد مصادر التمويل للمؤسسات المصغرة، وأمام تباين هذه المصادر ما بين قديم ألفتة الأنشطة التجارية والاقتصادية منذ زمن بعيد (الموارد الداخلية، القروض... الخ)، وبين ما هو حديث أفرزته حاجات العصر ومقتضياته (التمويل التاجيري، رأس مال المخاطر... الخ)، يمكن تناول مصادر تمويل المؤسسات الناشئة من زوايا مختلفة وذلك من خلال ما يلي:

## 1- مصادر تمويل المؤسسات الناشئة من وجهة نظر تمويل التنمية الاقتصادية والمؤسسة الاقتصادية

يمكن التمييز في تمويل المؤسسات الناشئة بين تمويل هذه المؤسسات من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية ووجهة نظر تمويل التنمية الاقتصادية:

## 1-1- تمويل المؤسسات الناشئة من وجهة نظر تمويل التنمية الاقتصادية

اعتماداً على تصنيف تمويل التنمية الاقتصادية فيمكن التمييز بين نوعين من جهات أو مصادر التمويل، منها ما هو محلي وآخر خارجي:<sup>1</sup>

- **مصادر التمويل المحلية:** حيث يتم تمويل المؤسسات الناشئة من المدخرات الوطنية الاختيارية سواء بالنسبة للأشخاص أو المؤسسات، وأمام عدم كفاية الادخار العام والخاص لمواجهة التمويل المطلوب فإن هناك وسائل محلية أخرى منها الجباية والقروض العامة.
- **مصادر التمويل الخارجية:** حيث تعتمد بعض الدول في تمويل المؤسسات الناشئة على موارد أجنبية لسد حاجاتها التمويلية، وهذه الأموال الإضافية الخارجية إما تأخذ شكل استثمار أجنبي مباشر من أشخاص أو هيئات ومؤسسات، أو في صورة إعانات مالية وهبات وتسهيلات، أو على شكل قروض طويلة الأجل من حكومات أو هيئات دولية.

<sup>1</sup> - كامل بكري، (1988): التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ص 18-19.

### 1-2- تمويل المؤسسات الناشئة من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية

يقصد بها تشكيلة خصوم المؤسسة سواء ارتبطت بالدين أو الملكية أي جميع موارد الميزانية التي تستخدمها المؤسسة بهدف تمويل دورة الاستثمار أو دورة الاستغلال.<sup>1</sup> أحيانا يأخذ تمويل المؤسسات الناشئة شكل دعم مقدم من الحكومة في صور مختلفة أهمها:<sup>2</sup>

- تقدم حوافز ومزايا مثل الإعانات النقدية على شكل مبالغ لتغطية جزء من تكاليف الاستثمار تقدمها الحكومة أو الهيئة الوصية القائمة على المؤسسات الناشئة، أو على شكل إعانات عينية كتقديم أراضي دون مقابل أو بأسعار تشجيعية.
- تقديم قروض طويلة ومتوسطة الأجل لتمويل الاستثمارات وقروض قصيرة الأجل لتمويل الاستغلال الجاري بدون فوائد أو بفوائد مدعمة، من قبل هيئات مكلفة بذلك.
- منح إعفاءات جبائية وشبه جبائية وجمركية.
- تقديم المساعدة الفنية والاستشارة من قبل مختصين في مجال دعم وإسناد المؤسسات تؤهلهم الهيئة الوصية.

### 1-3- التمويل الإسلامي من مصادر تمويل المؤسسات الناشئة

تطرح أمام المؤسسات الناشئة المعاصرة وسائل ومصادر متنوعة لتمويل نشاطاتها المتنامية مما يجعلها أمام المفاضلة بين البدائل التمويلية المتاحة، وفي هذا الصدد هناك من المصادر ما هو مرتبط بخصوصية مقاصد الشريعة ألا وهو التمويل الإسلامي،<sup>3</sup> لذلك سوف يتم استعراض هذا التمويل كما يلي:

- يعرف التمويل الإسلامي بـ: "تقديم ثروة عينية أو نقدية، بقصد الإسترباح من مالها إلى شخص آخر يديرها ويتصرف فيها لقاء عائد تبيحه الأحكام الشرعية"<sup>4</sup>، ويقدم هذا التمويل عن طريق البنوك الإسلامية التي تتميز في مجال الأعمال المصرفية تحديدا باستبدال علاقة القرض بعلاقة المشاركة وعلاقة الفائدة بعلاقة الربح، وهذه العلاقة هي التي تحدث التغيير الجذري في الأدوات والاهتمامات.

<sup>1</sup> - بورنان مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 138.

<sup>2</sup> - ريان درويش، (1997): الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، ص 41-42.

<sup>3</sup> - بورنان مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 138.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 139.

## 2- الطرق المستحدثة في تمويل المؤسسات الناشئة

من الطرق المستحدثة في تمويل المؤسسات الناشئة سيتم تناول كل من التمويل الجماعي وقرض الإيجار، ورأس مال المخاطر، واستغلال حقوق الملكية كطرق تمويل، وضمن وتقييم الائتمان كآليات مساعدة في زيادة إمكانية حصول المؤسسات الناشئة على تمويل يتوافق مع خصائصها.

## 2-1- تقييم الائتمان ومكاتب الائتمان

يعد مفهوم نظام تقييم الائتمان الذي يمكن تنفيذه بواسطة مكتب الائتمان محور التغيرات التي يمكن أن تؤدي إلى زيادة فرص التمويل للمؤسسات المصغرة، من خلال التقييم المستقل والمحترف لطلبات التمويل اعتماداً على:<sup>1</sup>

- **تقييم الائتمان:** يستخدم أسلوب تقييم الائتمان كأسلوب موضوعي لتقدير مخاطر الائتمان وتستخدم في هذا الأسلوب صيغة رياضية لتحديد احتمالات قيام المقترض بسداد الائتمان أي التنبؤ بقدرة المقترض على تسديد القرض الممنوح له، حيث تبنى هذه النماذج بالاعتماد على عينة عشوائية من الزبائن، ويحدد تقرير الائتمان التقييم أو الوضع الائتماني للمقترض بناء على معلومات عن تاريخه الائتماني وبناء على هذا التقييم يتم اتخاذ قرار التمويل.
- **مكتب الائتمان:** مع اتساع وانتشار الائتمان وارتفاع مخاطره، كانت البنوك في حاجة إلى مصادر متخصصة موثوق فيها لتقييم الجدارة الائتمانية لطالبي القروض، وفي ضوء عدم استطاعتها توفير معلومات بشكل كاف لجأت البنوك إلى مصدر آخر للحصول على هذه المعلومات، حيث تقوم مكاتب الائتمان بهذه الخدمة التي تساهم بها في دعم تمويل المؤسسات الناشئة وذلك من خلال: الاقتصاد في التكاليف، والمدة الزمنية اللازمة لدراسة ومعالجة طلبات التمويل، وتخفيض خسائر القروض وحالات الإفلاس بتوفير معلومات أساسية للبنوك تمكّنهم من التقييم الدقيق لظروف المقترض، مما يسهل منح قروض بشكل أكثر موضوعية لذوي الجدارة الائتمانية حسب التقييم، كما أن عملية التقييم المستمرة والمتواصلة تسمح بتحديد مستوى المخاطرة لعمليات الاقتراض مما يمكن من اتخاذ الإجراءات المناسبة في وقتها وتحديد سياسة الإقراض بشكل موضوعي بدل الاعتماد على التقييم الشخصي للمشرفين على الإقراض التي عادة ما تكون آرائهم ذاتية.
- **طريقة تقاسم المخاطر مع طرف ثالث:** يعتبر ضعف أو انعدام الضمانات من بين أهم المشاكل التي تواجهها المؤسسات الناشئة عندما تتقدم بطلبات القروض من البنوك أو المؤسسات المالية الأخرى، ولتجاوز هذه المشكلة لجأت البنوك إلى التعاون مع أطراف أخرى لتقاسم المخاطر تتمثل في مؤسسات ضمان القروض، وهذه الأخيرة عبارة عن مؤسسات مالية مهمتها الأساسية منح ضمانات مالية للبنوك التي تقبل تمويل مشاريع اقترحها أصحابها على

<sup>1</sup> - بورنان مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 139-140.

البنك، وعليه تقوم بتسديد الأقساط المتعثرة من القرض للبنك بنسب محددة في العقد، أما في حالة الإفلاس تقوم مؤسسة الضمان بتعويض النسبة التي تم ضمانها من القرض والباقي يتحمله صاحب المؤسسة المستفيدة من الضمان، وتكفل عادة مؤسسات الضمان القروض المتوسطة والطويلة المدى اللازمة للاستثمارات المادية للمؤسسات، كما تجدها في بعض البلدان المصنعة تهتم بالقروض قصيرة الأجل مثل ما هو عليه في فرنسا، حيث تقوم شركة SOFARI بضمان العمليات الاستغلالية للمؤسسات بنسبة 50% أمام الجهات المانحة للتمويل.

## 2-2- التمويل عن طريق استغلال حقوق الملكية الفكرية

مع دخول اتفاقية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة\* TRIPS حيز التنفيذ في معظم بلدان العالم ومع تزايد حدة المنافسة نتيجة العولمة، فإن هناك توجه عام حول اعتماد المؤسسة مهما كان حجمها على الابتكار من جهة وعلى وضع الآليات اللازمة لحماية تلك الابتكارات من استغلالها من طرف الآخرين دون ترخيص.<sup>1</sup>

وتم تبني سياسات لحسن استغلال تلك الابتكارات داخل المؤسسة وخارجها كمورد هام بغرض استرجاع تكاليف البحث والتطوير، ولضمان استمرار تمويل عملية الإبداع والابتكار، لدورها الحاسم في ضمان بقاء المؤسسة وتطورها من جهة، وتحسين مردوديتها وربحيتها من جهة أخرى. ومن الأمثلة على ذلك:<sup>2</sup>

- مؤسسة PILVA الكرواتية المتخصصة في الصناعة الصيدلانية حيث أن استغلال حقوق الملكية الفكرية سمح لها بتمويل عملية توسيع أنشطتها داخل كرواتيا وبعض بلدان أوروبا الشرقية.
- المخبر المستقل BIOBRAS البرازيلي الذي تحول من مخبر صغير إلى شركة من بين الأربع الأوائل في ميدان صناعة بعض أنواع الأنسولين المتطورة بعد استغلاله لحقوق الملكية الفكرية.

## 2-3- التمويل عن طريق رأس مال المخاطر

لا تهدف مؤسسات التمويل عن طريق رأس مال المخاطر إلى توفير التمويل للمؤسسات فقط، وإنما تعد نوعا من مشاركة بما مخاطرة عالية، إذ يعرف على أنه كل رأس مال يوظف بواسطة وسيط مالي متخصص في مشروعات خاصة ذات مخاطر مرتفعة، تتميز باحتمال نمو قوي لكنها لا تنطوي في الحال على التيقن بالحصول على دخل أو التأكد من استرداد رأس المال في التاريخ المحدد، أملا في الحصول على فائض قيمة عالي في المستقبل البعيد نسيبا عند حصة هذه المؤسسات بعد عدة سنوات. ويهدف استخدام هذا الأسلوب التمويلي إلى:<sup>3</sup>

1- Jean Lachman, (1996): Financer l'innovation des PME, Edition Economica, Paris, France, p 04.

2- همال علي، (2005): دوافع التركيز على حقوق الملكية الفكرية في الاتفاقيات التجارية الجهوية والثنائية، مخبر الدراسات الاقتصادية المغربية، العدد 04، الجزائر، ص 05.

3- عبد الباسط وفا، (2001): مؤسسات رأس مال المخاطر ودورها في تدعيم المشروعات الناشئة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ص 04.

\* TRIPS: Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights.

- توفير التمويل للمشروعات الجديدة أو عالية المخاطر والتي تتوفر لديها إمكانيات نمو وعائد مرتفع، وبذلك فإن رأس مال المخاطر هو طريقة لتمويل المؤسسات غير القادرة على تدبير الأموال من إصدارات الأسهم العامة أو أسواق الدين عادة بسبب المخاطر العالية المرتبطة بأعمالها.
- مواجهة الاحتياجات الخاصة بالتمويل الاستثماري والتغلب على عدم كفاية العرض من رؤوس الأموال بشروط ملائمة من المؤسسات المالية القائمة.

## 2-4- التمويل بقرض الإيجار

يعتبر قرض الإيجار خيارا إضافيا متاحا للمستثمرين لتمويل وتنفيذ مخططاتهم الاستثمارية، وهذا في ظل نقص في الأموال الخاصة من جهة، وضعف معدل التمويل الذاتي من جهة أخرى، ويمكن تعريفه على أنه: "اتفاق متعاقد بين طرفين يحول أحدهما حق الانتفاع بأصل مملوك للطرف الآخر مقابل دفعات دورية لمدة زمنية محددة، المؤجر هو الطرف الذي يحصل على الدفعات الدورية مقابل تقديم الأصل في حين أن المستأجر هو الطرف المتعاقد على الانتفاع بخدمات الأصل مقابل سداده لأقساط التأجير للمؤجر".<sup>1</sup>

ويشكل قرض الإيجار منتجا ماليا مهما من وجهة نظر المستأجر لكونه يقدم مزايا عديدة ومتنوعة نذكر منها ما يلي:<sup>2</sup>

- يشكل قرض الإيجار تمويلا قد يصل إلى 100% للاستثمار دون الحاجة إلى التمويل الذاتي، إذ يسمح ذلك بأن تحتفظ المؤسسة برأس مالها العامل، كما تحتفظ بحزبتها جاهزة لمواجهة احتياجات الاستغلال.
- لا يظهر الأصل المؤجر في الأصول، يعطي تسجيله في التعهدات خارج الميزانية تقدما محسنا للميزانية.
- يشكل قرض الإيجار وسيلة تمويل بديلة عن القرض الطويل والمتوسط الأجل، في حالة رفض طلب المؤسسة الحصول على قروض من طرف البنك، والتي لا تتوافر على أموال كافية خاصة في حالة الإنشاء الجديد أو التوسع.
- المرونة التي تميز قرض الإيجار بفضل الأشكال المكيفة طبقا لاحتياجات المؤسسات المستعملة.
- إن اللجوء إلى قرض الإيجار مفيد أيضا من الناحية الجبائية فقسط الإيجار المدفوع يخفض كليا من الوعاء الضريبي.
- استعمال قرض الإيجار ينعكس على نسب المديونية وتحسين الهيكل المالي للمؤسسة مما يمكن المؤسسة من الاحتفاظ بالقدرة على الاقتراض أمام البنوك، وبالتالي القدرة على الاستثمار.

<sup>1</sup> - بلوج بولعيد، (2002): تأجير الأصول الثابتة كمصدر تمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، المنعقد يومي 08 و09 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، الجزائر، ص 08.

<sup>2</sup> - عبد الله إبراهيمي، (2006): المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مواجهة مشكلة التمويل، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، ص 381.

- تقديم ضمانات مبسطة، لان حق الملكية يعتبر الضمان الحقيقي والأساس للمؤجر، ويصبح من غير الضروري فرض رهن عقاري مباشر على المستأجر.
- لا تخصص المؤسسة مسبقا من الخزينة مبالغ خاصة بالرسم على القيمة المضافة، لان تسديد هذا الرسم يمتد على كامل فترة العقد، مما يحسن مستوى الخزينة.
- يعتبر قرض الإيجار فرصة تمويلية إضافية للأفراد الذين لا يفضلون الاقتراض مقابل سعر فائدة، لذلك فإن هذا الأسلوب يطبق حاليا في الكثير من البنوك الإسلامية.

## 2-5- التمويل الجماعي

يعد التمويل الجماعي في أصله أداة تمويلية ليست بالجديدة في حد ذاتها، فقد نص عليها التمويل الإسلامي من خلال أدوات التمويل الجماعي الإسلامي (الهبات، القرض الحسن، المشاركة...)، وإنما الجديد فيها هو استخدام الأنظمة المعلوماتية الحديثة وشبكة الانترنت من خلال تطوير مبادئ وآلية عملها القديمة إلى تطبيقها عبر منصات الكترونية تعمل وفق التقدم التكنولوجي من أجل مواكبة التقدم والتطور.<sup>1</sup>

يمثل التمويل الجماعي آلية تمويل للمشاريع، تسمح بجمع مبالغ مالية (أحيانا تكون مبالغ منخفضة جدا) من عدد كبير من الأشخاص، بحيث يوفر هذا النهج أساليب وأدوات لمعاملة مالية تقوم على إلغاء الوساطة مع الجهات التقليدية، كما يتيح الفرصة لكل فئات المجتمع لاستثمار مبالغ معينة من المال مهما كانت قيمته، وإذا أضيف إلى استثمارات الأعضاء الآخرين فإنه يوفر التمويل الكافي للمشروع، وخلافا للنظام المصرفي التقليدي فإن التمويل الجماعي لا يهدف إلى تحقيق الربح من الاستثمار فقط، بل يهدف أيضا إلى مساعدة ودعم صاحب المشروع لتنفيذ فكرته.<sup>2</sup>

في تعريف آخر يمثل التمويل الجماعي ظاهرة جديدة تعطي الأفراد فرص تمويل مشاريعهم وأعمالهم عبر منصات الكترونية ومواقع الانترنت.<sup>3</sup>

هذه التعاريف تشترك في أن التمويل الجماعي هو شكل من أشكال التمويل الذي يتجه إليه العديد من أصحاب الأفكار والمشاريع الريادية (أصحاب العجز) من أجل الحصول على التمويل اللازم لمشاريعهم، وذلك عن طريق طرح وعرض فكرتهم على مجموعة من الأشخاص (أصحاب الفائض) من خلال مواقع الكترونية على شبكة الانترنت والمتمثلة

<sup>1</sup> - عابدي لامية وآخرون، (2021): التمويل الجماعي أداة مستحدثة في الجزائر لتمويل المشاريع الريادية (عرض بعض تجارب تمويل المؤسسات الناشئة عن طريق التمويل الجماعي الناجحة عالميا مع الإشارة إلى نموذج الجزائر)، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 05، العدد 02، الجزائر، ص 125.

<sup>2</sup> - بللعا أسماء، (2020): التمويل الجماعي آلية مبتكرة لزيادة فرص تمويل الشركات الناشئة: إشارة إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 05، العدد 02، الجزائر، ص 04.

<sup>3</sup> - شياد فيصل، (2019): فرص بديلة للتمويل في العالم العربي: التمويل الجماعي الإسلامي، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، ص 239.

في منصات التمويل الجماعي وذلك خلال فترة زمنية محددة، فيقوم الأشخاص المعجبون بالفكرة المعروضة بتمويلها أو شرائها أو الاستثمار فيها أو التبرع لها، إلى أن يتم جمع المبلغ المطلوب للبدء في عملية تنفيذ المشروع.

### المطلب الثاني: أهداف وخصائص تمويل المؤسسات الناشئة

تتميز عملية تمويل المؤسسات الناشئة بمجموعة من الخصائص تؤهلها إلى بلوغ الأهداف المرجو تحقيقها من إنشاء هذا النوع من المؤسسات.

#### 1- أهداف تمويل المؤسسات الناشئة

لتمويل المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الناشئة بصفة خاصة عدة أهداف، وتتجلى من خلالها أهمية ودور التمويل المصغر في بعث حركة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

- توفير السيولة الضرورية للمشروع الاستثماري بالإمداد بالتجهيزات اللازمة.
- تسهيل مختلف التدفقات النقدية والمالية بين مختلف الأعوان الاقتصادية بضمان توظيف الموارد خاصة فيما بين الهيئات المالية، والأعوان الاقتصادية الأخرى.
- تغطية جزء من تكاليف المشروع الاستثماري.
- تستلزم الصناعة للتمويل التجاري وجود أطراف تنظم المخاطر (البنوك) ويضبطها وكلاء التأمين ضد العجز عند السداد وضمان الحسابات.
- يتعاون هؤلاء الأطراف مع القطاع المصرفي التجاري والمؤسسات المالية الأخرى لتوفير منتجات التجارة الدولية.
- تحريك عجلة الاقتصاد وتحسين الإنتاج والرفع من الإنتاجية والارتقاء إلى مستوى العالمية.
- التنوع في النشاطات المصرفية والاستجابة بصورة أفضل وأسرع لطلبات الزبائن.
- القدرات التصديرية للمؤسسات عن طريق دعم هذه المؤسسات وتمويلها.
- يساعد التمويل على التوسع وفتح وحدات أو خطوط إنتاج جديدة لهذه المؤسسات وزيادة حجم أنشطتها ومنه زيادة العمالة.
- يساعد التمويل التاجيري المؤسسات وخاصة المؤسسات الناشئة على الحصول على المعدات والآلات والتجهيزات الحديثة بالنظر إلى إمكانياتها المالية المحدودة وعدم القدرة على الاقتراض من البنوك، كما يساهم في الحصول على العملة الصعبة.

<sup>1</sup> - رابع حوي وآخرون، (2006): واقع وآفاق التمويل التاجيري في الجزائر وأهميته كبديل تمويلي لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، ص

- الحد من الاستدانة.
- تفعيل نظام المشاركة عن طريق التمويل الإسلامي.
- العمل على التكفل وتمويل الأنشطة الخاصة بالتكوين والتدريب من أجل رفع الكفاءة والفعالية لتأهيل هذا النوع من المؤسسات.
- مساعدة المؤسسات الناشئة بعيدا على ضغوط المحيط في مرحلة الانطلاق من خلال آلية حضانات الأعمال.

## 2- خصائص تمويل المؤسسات الناشئة

تكتنف عملية تمويل المؤسسات الناشئة العديد من الخصائص التي يمكن أن تؤثر على موقف طرفي عملية التمويل وهما مؤسسات التمويل من جهة، والقائمين على المؤسسات الناشئة من جهة أخرى، وتمثل أهم خصائص عملية تمويل المؤسسات الناشئة فيما يلي:

- **ندرة رأس المال:** وهي الظاهرة السائدة في معظم الدول النامية، وذلك أن أغلب المجالات التي تنشط فيها المؤسسات الناشئة تتميز بكثافة عنصر العمل واستخدام أدوات إنتاج بسيطة.<sup>1</sup>
- **الاحتياج الدائم للتمويل:** تعتبر الحاجة إلى التمويل إحدى أهم مميزات المؤسسات، إذ نجد في بعض الاقتصاديات بالرغم من وجود قوانين وإجراءات تحث على كيفية تمويل المؤسسات، إلا أن هذه الأخيرة تجد صعوبة في التمويل من طرف مؤسسات التمويل.<sup>2</sup>
- **القدرة على الاستمرارية في تمويل المؤسسات:** هناك اتفاق عام على أن التطبيقات المثلى فيما يتعلق بتمويل المؤسسات بقدر ما تتميز بالقدرة على الوصول إلى أكبر عدد من الفئة المستهدفة، تتميز أيضا بقابليتها على الاستمرار ماليا. إن القابلية على الاستمرار ماليا هي أمر حيوي لأنها تتيح لمؤسسات تمويل المؤسسات الناشئة أي:<sup>3</sup>
  - أ- تلبية احتياجات الفقراء بصورة مستمرة ومفيدة.
  - ب- أن لا تكون رهينة بمخاطر الإعانات والهبات.
  - ت- أن تعبئ موارد سوق المال الشكلي.
  - ج- التأكيد للزبائن أن مؤسسة القرض الصغير هي ليست مؤسسة للإحسان.

<sup>1</sup> - سعية السعيد، (2003): واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وآفاق تنميتها، رسالة ماجستير في علوم التسيير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، ص 19.

<sup>2</sup> - بورنان مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 135.

<sup>3</sup> - الأمم المتحدة واللجنة الاقتصادية لأفريقيا، (2001): تقرير حول أفضل الممارسات في مجال الإئتمانات الصغيرة للنساء والشباب، الاجتماع السادس عشر للجنة الخبراء الحكومية الدولية، المنعقد في 13-16 مارس، طنجة، المغرب، ص 07.

د- عدم إدخال النشاطات ذات المردودية الضعيفة، الشيء الذي يجنب الفقراء من السقوط في حلقة القرض.

ه- الدين وكسب ثقة الزبائن.

● **افتقاد عنصر الثقة في القائمين على المؤسسة الناشئة:** يعتبر عنصر الثقة من أهم العوامل التي تحكم تعامل مؤسسات التمويل مع عملائها، ويمثل عنصر الثقة بين مؤسسة التمويل والعميل محصلة لعدة مؤشرات أهمها الجدارة الائتمانية للعميل والتي تتحدد من خلال القوائم المالية وحجم السيولة ومدى اعتماد المشروع على القروض والمقدرة الإنتاجية للمشروع والشكل القانوني والسمعة الائتمانية للقائمين عليه ومستوى الإدارة. وإذا نظرنا إلى المشروع الصغير نجد أنه يفتقد إلى العديد من العوامل التي من شأنها اكتساب ثقة مؤسسات التمويل، وبالتالي فإن العلاقة بين هذه المؤسسات والمشروع الصغير يشوبها الحذر الشديد.<sup>1</sup>

● **عدم توافر الضمانات الكافية لمنح التمويل للمؤسسة الناشئة:** تتصف المؤسسة الناشئة عادة بانخفاض حجم أصولها الرأسمالية وتمثل هذه الأصول الضمانات التي تعتمد عليها مؤسسات التمويل عند منح الائتمان، وعادة ما تتجاوز احتياجات تمويل المؤسسة الناشئة قيمة هذه الأصول نظرا لحاجة المشروع إلى رأس مال عامل بصورة دورية، يضاف إلى هذا عدم قدرة مؤسسات التمويل على التصرف في الضمان المقدم من المؤسسة الناشئة عند التخلف عن السداد، وذلك على وجه السرعة وبدون خسارة كبيرة.<sup>2</sup>

● افتقار المؤسسة الناشئة للخبرة في أساسيات المعاملات المصرفية.

● الافتقار إلى السجلات المالية.

● صعوبة إعداد دراسات جدوى.

● عدم ملائمة القروض التي تطلبها المؤسسات الناشئة مع العمليات البنكية.

● **ارتفاع تكلفة التمويل:** تلجأ المؤسسات الناشئة عادة إلى مؤسسات التمويل لاستكمال احتياجاتها التمويلية، وعلى الرغم من تقديم الدول خطوط 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،

<sup>1</sup> - بن حيمه مريم وآخرون، (2021): آليات دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، ص 525.

<sup>2</sup> - طيبي بومدين وآخرون، (2021): إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر وآليات دعمها: التمويل برأس المال المخاطر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، ص 506.

الأمر الذي يجعل المشروع يلجأ إلى الاقتراض بأسعار العائد العادية والتي تحددها البنوك في ضوء تكلفة تدبير الأموال وهامش الربح المطلوب والمخاطرة المحتملة.

- ارتفاع نسبة المديونية بالمقارنة بأصول المؤسسة: تعتبر هذه النقطة في غاية الأهمية خاصة عند دراسة حاجة المشروع الصغير للحصول على تمويل أثناء التشغيل أو للتوسع حيث لا توفر أصول المشروع الضمان الكافي للحصول على تمويل جديد لاستمرار العملية الإنتاجية، خاصة وأن البنوك تلتزم بنسبة محددة للمديونية مقارنة بحقوق الملكية.
- تدخل مؤسسات التمويل وفرض الوصاية على المؤسسة المصغرة: عادة ما تلجأ مؤسسات التمويل في ظل غياب عنصر الثقة في المؤسسة الناشئة إلى متابعة التنفيذ وإلى التدخل بالمشورة المالية والفنية في بعض الأحيان، وعادة لا يتقبل صاحب المؤسسة الناشئة هذا التدخل ويميل إلى تولى كافة عمليات المشروع بالكامل، ويعتبر هذا من الأسباب التي تجعل العديد من المؤسسات الناشئة تعزف عن التعامل مع مؤسسات التمويل في الدول النامية.<sup>1</sup>

المطلب الثالث: إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة بين معوقات مؤسسات التمويل ومتطلبات الاحتياجات

### التمويلية

إذا كان مستوى تنمية وتطوير المؤسسات الناشئة وقطاع الأنشطة الخاصة بها وجودة آليات التوزيع مهما، فإن حجم التمويل من خلال رأس المال أيضا على درجة أكبر من الأهمية، لذلك فإن التحدي التمويلي الذي تواجهه هذه المؤسسات تفرضه خصائص هذه المؤسسات ومتطلبات الاحتياجات التمويلية الخاصة بها من جهة ومدى اصطدامها بمؤسسات التمويل التي توفر رأس المال من جهة أخرى.

### 1- أسباب مشكلة التمويل من وجهة نظر مؤسسات التمويل

يرى ممثلو مؤسسات التمويل أنه من بين أسباب مشكلة تمويل المؤسسات الأصغر حجما تعود بالدرجة الأولى إلى عدم توافر الضمانات الكافية لمنح تمويل لهذه المؤسسات خاصة أن هذا النوع من المؤسسات عادة ما يتميز بانخفاض حجم الأصول الرأس مالية التي عادة تأخذها مؤسسات التمويل بعين الاعتبار عند منح الائتمان، هذا إلى جانب صعوبة تصرف مؤسسات التمويل في الضمانات بسرعة ودون خسارة في حالة تخلف المقترض عن تسديد المستحقات وذلك نظرا لانخفاض موجوداتها من جهة والاعتبارات الاجتماعية من جهة ثانية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - بورنان مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 136.

<sup>2</sup> - خالد الخطيب وآخرون، (2006): المنشآت الصغيرة في الأردن، أهميتها والمعوقات التي تواجهها وأساليب تمويلها، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، ص 155.

كما يرى أصحاب المؤسسات المالية أن عدم وجود تاريخ ائتماني لدى الشباب (الفئة التي عادة يوجه لها الدعم الحكومي) عند بدأ نشاطهم لا يمكن على أساسه تقييم جدارته الائتمانية. ويضاف إلى ذلك الأسباب التالية:<sup>1</sup>

- نقص الخبرة.
- الافتقار لعنصر الثقة.
- عدم ملائمة القروض المطلوبة.
- صعوبة تحضير دراسة الجدوى.
- محدودية التسويق.

## 2- أسباب مشكلة التمويل من وجهة نظر القائمين على المؤسسة

يرى أصحاب المؤسسات الأقل حجما أن أسباب مشكلة التمويل التي تواجهها مؤسساتهم منها ما هو متعلق بالمؤسسة التي تقدم التمويل ومنها ما هو مرتبط بخصائص المؤسسة في حد ذاتها، ومن هذه المشاكل ارتفاع نسبة المديونية بالمقارنة بأصول المؤسسة والتي تعتبر من الجوانب الهامة خاصة عند دراسة حاجة المؤسسة الناشئة للحصول على تمويل أثناء الاستغلال أو التوسع، حيث لا توفر أصول المؤسسة الضمان الكافي للحصول على تمويل جديد لاستمرار العملية الإنتاجية، وخاصة أن البنوك تلتزم بنسبة محددة للمديونية مقارنة برأس المال، إضافة إلى مشكلة ارتفاع تكلفة التمويل المستعمل لتغطية احتياجات المؤسسة وهذا نظرا لاهتمام برامج دعم هذه المؤسسات عادة بتمويل الأصول الثابتة، كما انه في بعض الأحيان تتدخل مؤسسات التمويل بفرض الوصاية على هذه المؤسسات في ظل غياب عنصر الثقة تلجأ مؤسسات التمويل إلى متابعة التنفيذ وإلى التدخل بالمشورة المالية والتقنية في بعض الأحيان، وعادة لا يتقبل صاحب المؤسسة هذا التدخل ويفضل تولى كامل عمليات المؤسسة، ويعتبر هذا من الأسباب التي تجعل العديد من أصحاب هذه المؤسسات يعزفون عن التعامل مع مؤسسات التمويل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - بورنان مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 137.

<sup>2</sup> - عماد أبو رضوان، (2006): التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أفريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، ص 629.

## المبحث الثالث: مقومات نجاح المؤسسات الناشئة

يعد إنشاء مؤسسة جديدة خطوة في غاية الصعوبة، والأمر أكثر تعقيدا بالنسبة للشركات الناشئة التي ستتطلب تحقيق معدلات نمو متزايدة في أسواق غير معروفة أو غير مستقرة، لذا كان لابد من توفير إطار شامل ومتكامل يسمح بالتفاعل الإيجابي بين الخصائص الفردية للمقاول والعوامل الاجتماعية والاقتصادية التي تميز محيطه، من أجل تذليل العقبات وتسهيل مسار إنشاء الشركة الناشئة وجعل ذلك أمرا ممكنا وقابلا للتحقيق. وعليه سيتم في هذا المبحث إبراز أهم المقومات الضرورية لنجاح الشركات الناشئة.

## المطلب الأول: الابتكار الأخضر مفتاح نجاح المؤسسات الناشئة

لقد رفع تعدد الحاجات والرغبات البشرية من حدة المنافسة بين المؤسسات، ما دفع بكل مؤسسة إلى تكثيف جهودها في البحث لغرض تقديم منتجات جديدة أو تطوير منتجات حالية تتمكن من خلالها من تلبية هذه الحاجات والرغبات، لكن مما لا شك فيه أن هذه العمليات الإنتاجية لن تخلو من الآثار السلبية المدمرة للبيئة، من تلويث جوي أو ترابي أو مائي، كما لن تخلو أيضا من هدر للموارد الطبيعية كاستنزاف الأراضي والاستغلال غير الأمثل للطاقة ناهيك عن المخلفات الناتجة عن هذه العمليات، دون أن ننسى الأضرار التي يمكن أن تسببها هذه المنتجات بعد تسويقها للمستهلك، هذا ما دفع بالمؤسسات المنافسة في التفكير بالتوجه بجهودها وأبحاثها نحو الابتكار الأخضر لغرض ابتكار منتجات خضراء يؤخذ بعين الاعتبار في إنتاجها مسؤولية هذه المؤسسة اتجاه بيئتها.

## 1- تعريف الابتكار الأخضر

قبل التطرق إلى تعريف الابتكار الأخضر، سيتم فيما يلي تعريف الابتكار بصفة عامة.

## 1-1- تعريف الابتكار

يعد مفهوم الابتكار كغيره من المفاهيم الإدارية الحديثة التي لم يلق الاتفاق على تعريف واضح ومحدد له من قبل الباحثين والمختصين، ومن بين التعاريف الخاصة بالابتكار يتم ذكر:

- وفي هذا الصدد يعد التعريف الذي قدمه شومبيتر Schumpeter من أبرز التعاريف المقدمة والذي يرى أن: "الابتكار هو تطبيق وتنفيذ لعناصر جديدة لتقديم منتجات جديدة أو استخدام طرق جديدة في الإنتاج".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - مسلم محمد، (2020): مساهمة الابتكار في المنتجات الجديدة في تربي المستهلك النهائي لها دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الهواتف النقالة الذكية بولاية البويرة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ألكلي محمد أولحاج - البويرة، الجزائر، ص 04.

- كما عرف الابتكار بأنه: "عملية عقلية ديناميكية تتطلب أن يكون التفكير الابتكاري أحد مدخلاتها لتطوير أفكار جديدة أو خلق استخدامات جديدة للمنتجات القائمة مع التأكيد على أن التجديد يجب أن يكون شيئاً أفضل".<sup>1</sup>
- من خلال ما سبق يمكن تعريف الابتكار على أنه التوصل إلى الجديد يحمل في طياته قيمة إضافية للمؤسسة وقد يكون من خلال الوصول إلى الفكرة الجديدة أو المنتج أو السوق.

## 1-2- تعريف الابتكار الأخضر

- بالرغم من كثرة الكتابات حول الابتكار الإيكولوجي، إلا أنه لا يوجد اتفاق حول تعريف مرجعي موحد، مما أنتج تعدداً في المصطلحات، مثل التصميم الإيكولوجي، الابتكار الأخضر، الابتكار البيئي، أو حتى الابتكار التجمدي أو الابتكاري، والابتكار المستدام. ومن بين التعاريف الخاصة بالابتكار الأخضر يتم ذكر:
- الابتكار البيئي هو الوسيلة الأكثر فاعلية في التوصل إلى مفاهيم وأساليب ومنتجات جديدة تكون أولاً أكثر استجابة لحاجات الزبائن وبطريقة أسرع من المنافسين وبما يزيد من القيمة الحقيقية للمنتجات الخضراء.<sup>2</sup>
  - فالابتكار الأخضر هو عبارة عن التوصل إلى عملية خضراء جديدة أو منتج أخضر جديد يكون مستداماً.<sup>3</sup>
  - من خلال ما سبق يمكن تعريف الابتكار الأخضر على أنه إنتاج منتجات أو عمليات إنتاج جديدة أو محسنة تستخدم أقل قدر ممكن من الموارد وتكون أقل ضرراً على البيئة، بحيث تحقق للمؤسسة ميزات تنافسية وتساهم في الحد من المخاطر البيئية.

## 2- أنواع الابتكار الأخضر

- للابتكار الأخضر أنواع مختلفة، وقد اتفق العديد من الباحثين على 03 أنواع من الابتكار الأخضر (الابتكار الأخضر في المنتجات، الابتكار الأخضر في العمليات، الابتكار التنظيمي)، ويمكن تلخيصهم فيما يلي:

### 1-2- الابتكار الأخضر في المنتجات

المنتج الأخضر هو عملية تعديل استخدام الموارد الطبيعية والمواد الأولية بما ينسجم مع المتطلبات والمعايير البيئية، وتعديل العمليات الإنتاجية القائمة أساساً لتقليل التلف عبر العمليات الإنتاجية وخفض مستويات التلوث إلى أدنى درجة ممكنة، فضلاً عن إمكانية الاستفادة مرة أخرى من المنتجات الجديدة أو مخلفاتها من خلال إعادة جمعها ومعالجتها

<sup>1</sup> - نجم عبود نجم، (2015): القيادة وإدارة الابتكار، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 493.

<sup>2</sup> - حليلة السعدية قريشي وآخرون، (2018): الابتكارات البيئية والتكنولوجيات الخضراء لتعزيز ممارسات التسويق الأخضر في المؤسسات البترولية العاملة في الدول العربية، مجلة العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، العدد 02، الجزائر، ص 48.

<sup>3</sup> - رمضان إيمان وآخرون، (2021): الدور الوسيط للابتكار الأخضر في العلاقة بين المسؤولية البيئية والميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة مؤسسة الاسمنت حجر السود سكيكدة، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 11، العدد 02، الجزائر، ص 414.

وتصنيفها، والتي تهدف إلى التقليل من التأثيرات السلبية على البيئة، كما أن هذه المنتجات تستخدم موارد أقل في إنتاجها وتكون لها تأثيرات ومخاطر أقل على البيئة، وتقلل من توليد النفايات خلال دورة حياة المنتج، فالابتكار الأخضر يساهم في إدخال منتجات جديدة، أو تحسين المنتجات الحالية لتكون أقل ضرراً وأكثر ملائمة للبيئة.<sup>1</sup>

## 2-2- الابتكار الأخضر في العمليات

العملية الخضراء تعني القضاء على النفايات من خلال معرفة آثار عملية الإنتاج القائمة أو النظام القائم، بحيث يتم الوصول في نهاية الخط الإنتاجي إلى الشيء ذاته إذ يتم إعادة تدويره واستخدامه مرة أخرى، ومنه المساهمة في معالجة الآثار الاجتماعية والبيئية لعملية التلوث وكذلك السيطرة على بيئة العمل وتقليل التكاليف المترتبة بسبب الخلل في أساليب الإنتاج، كما أنها تعديل عمليات التصنيع وأنظمتها لإنتاج منتجات صديقة للبيئة تفي بالأهداف البيئية مثل توفير الطاقة ومنع التلوث وإعادة تدوير النفايات، ويركز ابتكار العملية الخضراء على تحسين كفاءة وفاعلية عملية الإنتاج وتنطوي على تغييرات في طريقة إنتاج المنتجات وتسليمها إلى الزبائن، فالابتكار الأخضر يساهم في تطوير تكنولوجيا أو عمليات جديدة تكون أقل ضرراً وأكثر ملائمة للبيئة وتتطلب مواد أولية وطاقة أقل.<sup>2</sup>

## 2-3- الابتكار التنظيمي

وهو إدخال المفاهيم الجديدة وتطبيقاتها التي تعمل على تحسين البيئة الداخلية ومن ثم أداء المؤسسة الكلي بما في ذلك أدائها البيئي. كما يعرف بأنه مجهود طويل المدى لتحسين قدرة المؤسسة على حل المشكلات، وتحديد عملياتها على أن يتم ذلك من خلال إحداث تطوير شامل في المناخ السائد في المؤسسة، مع تركيز خاص على زيادة فعالية جماعات العمل فيها وذلك بمساعدة مستشار أو خبير في التغيير الذي يقنع أعضاء المؤسسة بالأفكار الجديدة، من خلال الاستغلال الناجح للأفكار الجديدة، قد تكون أفكار جديدة كلياً في السوق أو تتضمن تلك الأفكار في الإنتاج أو العمليات أو الإدارة وتتضمن إيجاد التصاميم الجديدة والمفاهيم والطرق لعمل الأشياء.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - بوطرفة صورية وآخرون، (2020): دور الابتكار الأخضر في تحسين الأداء البيئي - تجارب مؤسسات-، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 06، الجزائر، ص 243.

<sup>2</sup> - بلحاجي خديجة وآخرون، (2020): دور الابتكار الأخضر في تعزيز المسؤولية البيئية للمؤسسات -عرض بعض التجارب-، مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، المجلد 02، العدد 01، الجزائر، ص 62.

<sup>3</sup> - بوطرفة صورية وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 243.

### 3- أهمية وفوائد الابتكار الأخضر في دعم المؤسسات الناشئة

تبرز أهمية الابتكار الأخضر من خلال اهتمامه بتقليل التلوث وتحسين الأداء البيئي، وتحسين إنتاجية الموارد، وزيادة كفاءة استخدام الطاقة وتقليل النفايات، فضلا عن تخفيض كلف المواد المنتجة. ويمكن إيجاز فوائد الابتكار الأخضر في دعم المؤسسات الناشئة فيما يلي:<sup>1</sup>

- يعد بمثابة المفتاح لتحسين الميزة التنافسية في عالم يزداد به الاهتمام بالبيئة.
  - يمكن من تحسين أداء المؤسسة الناشئة والإدارة البيئية لتلبية المتطلبات والقوانين البيئية.
  - يمكن المؤسسات الناشئة من الحصول على المكافآت التجارية من إنشاء منتجات مستدامة بيئيا.
  - تحقيق فوائد مالية التي يمكن أن تزيد من القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة.
  - تحقيق الكفاءة في استخدام الموارد والطاقة.
  - يؤدي دور الوسيط بين الأخلاقيات البيئية والعوائد التنافسية.
  - يوفر فرصة كبيرة لتلبية طلبات الزبائن دون الإضرار بالبيئة.
  - يمكن المؤسسات الناشئة من خفض التكاليف وزيادة الإيرادات.
  - تحسين كفاءة البيئة للمنتج عن طريق الابتكار الوظيفي في مرحلة توليد الأفكار الجديدة للمنتج.
  - الحل الوحيد للتغلب على الضغوط من الزبائن والمنافسين والهيئات التنظيمية.
- كما سبق يمكن القول أن الابتكار الأخضر يحقق مكاسب للمؤسسات الناشئة التي تواجه صراعا بين التنمية الاقتصادية وحماية البيئة، لذلك فإنها تحتاج إلى اعتماد الابتكار الأخضر لأنه الطريقة الأفضل لتحسين أداء الإدارة البيئية لتلبية متطلبات اللوائح البيئية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنه بتنفيذ المؤسسة الناشئة للابتكار الأخضر تحصل على ميزة تنافسية من خلال التنمية المستدامة للعوامل الداخلية للمؤسسة.

### المطلب الثاني: منصات رواد الأعمال ونجاح المؤسسات الناشئة

منصات دعم رواد الأعمال هي منصات مصممة لتسهيل وتأمين احتياجات رواد الأعمال وتحويل أفكارهم إلى مشاريع، وتنمية مؤسستهم الناشئة، وذلك من خلال تشجيع رواد الأعمال ودعم استمرارية مشاريعهم، تسهيل الحصول على التمويل أو الاستثمار، توفير بيئة عمل مثالية، تقديم الخدمات الإرشادية الاستشارية المتخصصة وتقديم التدريب

<sup>1</sup> - العبادي فاطمة وآخرون، (2021): الابتكار الأخضر كمدخل لدعم المسؤولية البيئية في منظمات الأعمال، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، المجلد 02، العدد 01، الجزائر، ص 249-250.

وورش العمل، وتشمل منصات دعم رواد الأعمال ثلاثة أنواع، هي: حاضنات الأعمال، مسرعات الأعمال ومساحات العمل المشتركة.

## 1- أهمية حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة

سيتم التطرق إلى تعريف حاضنة الأعمال وأهميتها ومراحل احتضان المؤسسات الناشئة من قبل حاضنات الأعمال:

### 1-1- تعريف حاضنة الأعمال

من بين التعاريف الخاصة بحاضنة الأعمال يتم ذكر:

- تعرف الجمعية الوطنية الأمريكية حاضنات الأعمال بأنها: "هيئات تهدف إلى مساعدة المؤسسات المبدعة الناشئة ورجال الأعمال الجدد، وتوفير لهم الوسائل والدعم اللازمين (الخبرات، الأماكن، الدعم المالي) لتخطي أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس، كما تقوم بعمليات تسويق ونشر منتجات هذه المؤسسات".<sup>1</sup>
  - يصفها تقرير التنمية الإنسانية العربية لسنة 2003 بأنها: "تمثل نمطا جديدا من البنى الداعمة للنشاطات الابتكارية للمؤسسات، أو للمطورين المبدعين المفعمين بروح الريادة الذين يفتقرون إلى الإمكانيات الضرورية لتطوير أبحاثهم وتقنياتهم المبتكرة وتسويقها".<sup>2</sup>
  - الحاضنات عبارة عن مؤسسات تعمل على تأجير مساحة للأعمال الجديدة أو للأفراد الذين يرغبون في بدء عمل جديد، وذلك بهدف المساعدة في بدء الأعمال الجديدة وبالتالي بقاءها في الحاضنة لمدة من الزمن ومن ثم خروجها للمجتمع من أجل ممارسة دورها الفعال فيه.<sup>3</sup>
- ومن خلال هذه التعريفات يتبين أن حاضنة الأعمال هي منظمة تساهم في عملية إنشاء الشركات الناجحة من خلال تزويدهم بمجموعة شاملة ومتكاملة من الدعم، بما في ذلك منحهم مساحة بالحاضنة، وخدمات دعم الأعمال التجارية.

<sup>1</sup> - فرج الله أحلام وآخرون، (2020): واقع منصات رواد الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، ص 390.

<sup>2</sup> - سهيلة عيساني، (2013): دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - حالة حاضنة ولاية عنابة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، الجزائر، ص 51.

<sup>3</sup> - ميسون محمد القواسمة، (2010): واقع حاضنات الأعمال ودورها في دعم المشاريع الصغيرة في الضفة الغربية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، قسم إدارة الأعمال، جامعة الخليل، فلسطين، ص 35-36.

## 1-2- أهمية حاضنات الأعمال

- تكمن أهمية حاضنات الأعمال من خلال أدوارها الإستراتيجية المتوقعة، والتي سيتم تلخيص أهمها في النقاط التالية:<sup>1</sup>
- تقدم المشورة العلمية ودراسات الجدوى للمشروعات الناشئة.
- تشجيع المستثمرين غير التقليديين والمغامرين على إنشاء المؤسسات الخاصة بهم والتي توصف بأنها مؤسسات رأس المال المغامر أو المخاطر أو الجريء.
- تساهم في توظيف نتائج البحث العلمي والابتكارات والإبداعات في شكل مشروعات تجعلها قابلة للتحويل إلى الإنتاج.
- تساعد المشروعات الناشئة على مواجهة الصعوبات الإدارية والمالية والفنية والتسويقية التي عادة ما تواجه مرحلة التأسيس.
- تفتح المجال أمام الاستثمار في مجالات ذات جدوى للاقتصاد الوطني مثل حاضنات الأعمال التكنولوجية وحاضنات الصناعات الصغرى والداعمة وحاضنات مشاريع المعلوماتية وغيرها.

## 1-3- مراحل احتضان المؤسسات الناشئة من قبل حاضنات الأعمال

- تعمل الحاضنة على دعم المؤسسات الناشئة في مختلف مراحل حياتها وفق البرنامج التالي:<sup>2</sup>
- **المرحلة الأولى قبل الاحتضان:** تتعلق هذه المرحلة أساسا بمساعدة رائد الأعمال بتطوير فكرة الأعمال، ويكون ذلك قبل التحاق المؤسسة الناشئة بالحاضنة، إذ لابد من إجراء لقاء بين رائد الأعمال وإدارة الحاضنة وذلك بهدف تحليل الفكرة وتقييم مدى صلاحيتها، وتقييم الإبداع، من خلال كفاءات داخلية، ولجان خارجية، وكذلك تساعد حاضنة الأعمال رائد الأعمال على تعريف فكرة أعماله بشكل دقيق، ووضع نموذج أعمال، من خلال الإجابة على التساؤلات التالية: من هم المستهلكين المستهدفين؟، ما هي قنوات التوزيع؟، من ينشئ ويمول المشروع؟، وإعداد خطة الأعمال، يكون بإتمام خطط الأعمال والتقديرات المالية، والتدريب في هذه المرحلة يتعلق بالمهارات الإدارية ومواضيع أكثر تخصص (حقوق الملكية، والقوانين، والتشريعات الإدارية... الخ)، وأيضا ليس من الضروري أن يكون المقاول ذو درجة أكاديمية.

<sup>1</sup> - شريف مراد وآخرون، (2019): دور حاضنات الأعمال في تطوير القدرات التنافسية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة: تجارب واقعية، دراسة لبعض الدول الرائدة مع الإشارة لتجربة الجزائر، كتاب اليوم الدراسي حول دور حاضنات الأعمال في تطوير الإبداع التكنولوجي والقدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يوم 19 ديسمبر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، ص 176.

<sup>2</sup> - بو الشعور شريفة، مرجع سبق ذكره، ص 425.

● المرحلة الثانية وهي مرحلة الاحتضان أو انضمام المشروع للحاضنة: تستمر هذه المرحلة من مرحلة البدء في تنفيذ فكرة المشروع وإلى غاية بلوغ مرحلة النضج والتوسع (من سنة إلى ثلاث سنوات)، وتعمل الحاضنة خلال هذه المرحلة على أن تسهل على رائد الأعمال تنفيذ فكرته على أرض الواقع بأقل التكاليف، فبعد تعاقد المقاول مع الحاضنة وانضمامه إليها يمكنه الاستفادة من البنى التحتية (مكاتب، ومرافق) التي توفرها الحاضنة بأسعار معقولة، وعموما تختلف الخدمات المقدمة خلال هذه المرحلة باختلاف طبيعة الحاضنة، وكذلك طبيعة المشروع، كما تعمل الحاضنة على حشد الموارد المالية من خلال جمع التبرعات والتمويل الجماعي بهدف توفير التمويل اللازم لتنفيذ الفكرة، كما يتم الإشراف والتوجيه خلال مراحل تنفيذ المشروع، وتقديم المساعدات والاستشارات الفنية المتخصصة من قبل إدارة الحاضنة، كما سيستمر التدريب خلال هذه المرحلة أيضا، وكل الخدمات المقدمة من قبل الحاضنة من شأنها أن تساعد المؤسسة الناشئة على تحقيق معدلات نمو عالية.

● المرحلة الثالثة مرحلة التخرج من الحاضنة: وهي المرحلة النهائية بالنسبة للمشروعات داخل الحاضنة، بعد تحقيق الأهداف المرجوة وتوسع نشاط الشركة الناشئة ونموها، وبروزها في عالم الأعمال كفكرة خلاقية، ويتوسع سوقها من المحلية إلى العالمية، يتم وضع خطة للخروج التي يحددها برنامج الحاضنة (بعد العمل على تدويلها، وتسويقها إلكترونيا)، ويكون ذلك وفق متطلبات التخرج حسب جملة من المعايير على غرار عوائد الشركة أو مستوى التوظيف، بدلا من وقت البرنامج. وبالرغم من أنه في هذه المرحلة يصبح المشروع قائم وقادر على ممارسة نشاطه خارج الحاضنة، إلا أن ذلك لا يعني انقطاعه عن الحاضنة بشكل تام، بل يمكنه الاستمرار في الاستفادة من خدماتها وتوجيهاتها حتى بعد التخرج.

## 2- أهمية مسرعة الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة

سيتم التطرق إلى مفهوم مسرعات الأعمال وآلية عملها:

### 2-1- مفهوم مسرعات الأعمال

هناك مجموعة من التعاريف لمسرعات الأعمال، من بينها ما يلي:

● برامج مسرعات الأعمال هي برامج ذات مدة محددة تقوم على المجموعات، تشمل مكونات إرشادية وتعليمية، والتي تتوج بحدث عام يسمى اليوم التحريبي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - داليا أحمد محمد يونس، (2017): واقع مسرعات الأعمال في زيادة فرص نجاح الشركات الريادية الناشئة في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، ص 18.

- مسرعات الأعمال هي برامج ذات مدة زمنية محددة، تهدف إلى مساعدة المؤسسات الريادية الناشئة على زيادة فرص النجاح في المراحل المبكرة من حياتها من خلال تقديم مجموعة من الخدمات والإرشادات بواسطة مجموعة من الخبراء والمختصين بالإضافة إلى الفرص الاستثمارية من خلال ربطهم بالمستثمرين أصحاب رؤوس الأموال أو المساندين.<sup>1</sup>
- وتعرف أيضا بأنها: "كيانات تجارية تقوم باستثمارات في المرحلة الأولية في مؤسسات واعدة مقابل جزء من حقوق الملكية، وتقوم على أساس برنامج جماعي محدد المدة متضمنا الإرشاد والتعليم والتوجيه وتنتهي في الأخير بيوم تجريبي أو يوم العرض".<sup>2</sup>

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف مسرعة الأعمال بأنها: برامج محددة المدة، تهدف إلى إنجاح المؤسسات الناشئة في مرحلة الانطلاق، من خلال تقديم الدعم المالي والتوجيه والإرشاد وإتاحة فرص التواصل والتعلم مقابل جزء من حقوق الملكية.

ومن الجدير بالذكر، على الرغم من وجود أوجه تشابه مع حاضنات الأعمال، هناك مميزات تميزها بوضوح عن حاضنات الأعمال، نحدددها في أربعة أبعاد رئيسية وهي:<sup>3</sup>

- عادة ما تكون مدة برامج المسرعات محدودة (من 6 أسابيع إلى 6 أشهر) وتنتهي بيوم تجريبي، وفي المقابل الحاضنات عادة ما تميل إلى دورات أطول دون أن يكون لها مدة موحدة.
- في المسرعات يتم دعم المؤسسات الناشئة في شكل مجموعات وليس فرديا.
- يتم اختيار هذه المجموعات حسب تواريخ رئيسية مع إعطاء جميع المشاريع المشاركة نفس تاريخ البدء وتاريخ الانتهاء، وهذا ما يختلف مع الحاضنات ذات عمليات الاختيار المستمرة.
- العديد من المسرعات مملوكة ملكية خاصة في حين أن العديد من الحاضنات مملوكة ملكية عامة.

## 2-2- آلية عمل برامج مسرعات الأعمال

تعمل مسرعات الأعمال وفق آلية محددة ومجموعة من المراحل التي على المؤسسة الناشئة أن تمر بها منذ لحظة تقديمها طلب الالتحاق بالمسرعة حتى التخرج منها، وتمثل فيما يلي:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - باية وقتوني، (2020): دور مسرعات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة دراسة حالة الجزائر، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محمد أولحاج - البويرة، الجزائر، ص 73.

<sup>2</sup> - فرج الله أحلام وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 393.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 393.

<sup>4</sup> - داليا محمد أحمد يونس، مرجع سبق ذكره، ص 28-32.

- اختيار المرشحين في برنامج التسريع: ومن معايير الاختيار القوة القيادية للمؤسسات الناشئة، حيث يمكن لها أن تتأقلم مع جميع الظروف المحيطة، إضافة إلى وجود نموذج عمل وخبرة تقنية.
  - فرز الطلبات: لكل تسريع معاييرها الخاصة لاختيار المشاريع، ومن المتعارف عليه أن التسريعات لا تستثمر في المطاعم والخدمات الأساسية، بل تستثمر في مشاريع مبتكرة قادرة على إحداث تغيير جذري وتفجر نمواً دولياً أو محلياً، كما لن تقبل سوى الأفكار التي يمكن أن تضيف لها قيمة.
  - التمويل المبدئي: تتلقى المؤسسات الناشئة المشاركة مبلغاً ثابتاً للاستثمار في بداية البرنامج يسمى رأس المال التأسيسي أو التمويل المبدئي، ويمكن أن يكون هذا المبلغ في شكل تمويل أو حصة في الاستثمار وغالباً ما تتراوح بين 10-6%.
  - العمل بنظام المجموعات: إن ما يميز تسريعات الأعمال محدودية الدخول والخروج منها في نفس الوقت على شكل مجموعات تسمى أفواج مما يعزز الروابط بين المشاركين.
  - المدة الزمنية المحددة: كل مؤسسة ناشئة يجب أن تبقى في التسريع لفترة محدودة من الزمن تتراوح بين 3-6 أشهر.
  - برامج التوجيه والإرشاد المكثف: إن غالبية برامج تسريعات الأعمال توفر برنامجاً للإرشاد المكثف والذي يهدف إلى التدريب العملي في دعم شكل المنتج ودعم العمل، وهو فرصة لبناء علاقات طويلة الأمد مع المرشدين.
  - خدمات التشبيك: هو إتاحة الفرص أمام المؤسسات الناشئة لتوليد تمويل إضافي لاحق من مستثمري القطاع الخاص.
  - اليوم التجريبي: تنظم التسريعات اليوم التجريبي من خلال دعوة المجتمع المحلي من المستثمرين لمشاهدة الشكل النهائي لمقترحات المؤسسات الناشئة المشاركة، وهذا ما يشكل فرصة للتواصل مع مستثمرين محتملين.
- 3- أهمية مساحات العمل المشتركة في دعم المؤسسات الناشئة**
- سيتم التطرق إلى مفهوم وخصائص ومزايا مساحات العمل المشتركة:
- 3-1- مفهوم مساحات العمل المشتركة**
- نظراً لحدثة ظهور هذا المصطلح، حيث تم إنشاء أول مساحة عمل مشتركة رسمياً في سان فرانسيسكو سنة 2005، لم تتطرق إليه الدراسات إلا قلة قليلة، ومن بين التعاريف المقدمة ما يلي:
- تعرف على أنها: "بيئات مكتبية مفتوحة يتم العمل فيها جنباً إلى جنب مع غيرهم من المهنيين مقابل رسوم"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - فرج الله أحلام وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 394.

- وأشار لها صندوق النقد الدولي على أنها: "مساحة عمل قائمة على العضوية تسمح لمجموعات متنوعة من المهنيين والمبدعين المستقلين والأفراد الذين يعملون عن بعد بالعمل في بيئة مشتركة، وذلك بهدف مساعدة أصحاب القيم المشتركة على تطوير أوجه التعاون المحتملة".<sup>1</sup>
- من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف مساحات العمل المشتركة بأنها عبارة عن مكاتب متخصصة لرواد الأعمال، تتوفر على جميع الوسائل التي تساعد على إنجاز أعمالهم مقابل اشتراك معين، وتسمح لهم بتطوير العلاقات المشتركة.

### 3-2- خصائص مساحات العمل المشتركة

- تُستمد خصائص مساحة العمل المشتركة من قيم الانفتاح والتفاعل والتقاسم والمشاركة، وفي ما يلي أهمها:<sup>2</sup>
- **فضاء إبداع:** إن تصميم مكان العمل بما في ذلك الهندسة المعمارية والتخطيط، يمكن أن تلهم رواد الأعمال وتحفزهم على الإبداع، إذ يتم التركيز على الجانب المادي للإبداع في الفضاء والذي يمكن أن يؤثر على أداء المؤسسة.
- **المناخ الاجتماعي:** غالبا ما يحدث الابتكار في عملية دورية وتكرارية يتم تأسيسها والحفاظ عليها في بيئة تعاونية من خلال التفاعل الاجتماعي، وهذا ما يجعل الابتكار عملية اجتماعية يوفر فيها التفاعل الاجتماعي مجموعة من المدخلات التي تساعد عملية الابتكار.
- **التعرف على الفرص واستغلالها:** إن تطوير الفرص يعتمد بشكل أساسي على استغلال المعلومات الخارجية وهذا ما توفره مساحة الأعمال المشتركة، فهي تمكن من التعرف على آراء العملاء في المنتجات واستغلال المهارات الخارجية من أجل تطويرها بما يمنح المؤسسة ميزة تنافسية تمكنها من الاستمرارية والتطور.

### 3-3- مزايا مساحات العمل المشتركة

- إن النمو في العمل المشترك على الصعيد العالمي هو نتيجة للمزايا الواضحة التي توفرها مساحات العمل المشتركة للمؤسسات والأفراد من نواح كثيرة، وهي:<sup>3</sup>
- **التكلفة الملائمة:** تعتبر مساحات العمل المشتركة أرخص بشكل عام من المكاتب التقليدية، حيث يستأجر المستخدمون المكان الذي يناسب احتياجاتهم ويمكن أن يتراوح هذا المكان من مكتب واحد إلى طابق بأكمله، وتوفر مساحات العمل المشتركة أيضا خدمات الأعمال الأساسية وبأسعار معقولة حسب الحاجة، مثل خدمة مكتب الاستقبال وخدمات السكرتارية والطباعة والاستفادة من غرف الاجتماعات وخدمات البريد وغيرها.

<sup>1</sup> - بن فاضل وسيلة وآخرون، (2020): ديناميكيات الابتكار في مساحات العمل المشتركة الجزائرية الداعمة لقطاع المؤسسات الناشئة، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، جامعة بشار، الجزائر، ص 831.

<sup>2</sup> - فرج الله أحلام وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 395.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 395-396.

- **المرونة:** تتسم مساحات العمل المشتركة بأنها مرنة ويمكن زيادة حجمها أو خفضه بشكل سريع، وهذه السمة مفيدة بشكل خاص للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي تواجه صعوبة في التوفيق بين حجم مكاتبها واحتياجاتها لمقر العمل.
- **التفاعل مع الأشخاص والتواصل معهم:** توفر مساحات العمل المشتركة لمستخدميها القدرة على الاختلاط بالأشخاص والتواصل معهم طوال يوم العمل، مما قد يؤدي إلى تبادل الأفكار بشكل خلاق، والاطلاع على أحدث الأساليب والتكنولوجيا المستخدمة، وتشمل المساحات النموذجية على مزيج من المساحة المفتوحة والمكاتب المغلقة.
- **التعلم والدعم:** توفر مساحات العمل المشتركة مجموعة متنوعة من الأنشطة التدريبية والمجتمعية التي تحافظ على إطلاع الأعضاء على أحدث الابتكارات واتجاهات العمل والتعامل معها، ويمكن أن تشمل هذه الأنشطة استضافة متحدثين، وعقد ورشات عمل ودورات تدريبية مختلفة، بالإضافة إلى فعاليات إجراء تجارب إطلاق المشاريع، كما توفر أيضا دعما خاصا لاحتياجات المؤسسات الناشئة، مثل برامج حاضنات ومسرعات الأعمال والجلسات الاستشارية.

### المطلب الثالث: عصرنة النظام المصرفي والتكنولوجيا المالية مفتاح نجاح المؤسسات الناشئة

تعتبر المؤسسات الناشئة من أهم محركات النمو الاقتصادي سواء للدول المتقدمة أو المتخلفة، حيث تبرز أولوية الاهتمام بالمؤسسات الناشئة من خلال توفير تمويل دائم عن طريق صندوق مخصص لها وبيئة تشريعية واضحة تحدد الواجبات والحقوق، ونظام مصرفي متطور يكفل توفير كل ما تحتاجه هذه المؤسسات من خلال باقة متكاملة الخدمات سواء تسويق مصرفي أو استشارات مالية وخدمات الكترونية. كما يعد مجال التكنولوجيا المالية من المجالات المستقطبة للمؤسسات الناشئة الراغبة في تحقيق معدلات نمو مرتفعة، ومكانة هامة ضمن مجموعة المؤسسات المالية التقليدية.

#### 1- مفهوم تطوير الخدمات المصرفية

قد أصبح تطوير الخدمات المصرفية ضرورة حتمية تنتج من الظروف المتغيرة والتحولات التي يشهدها العالم الآن وعلى رأسها العولمة المالية، وما تحمله من منافسة قوية، بالإضافة إلى وجود العديد من محفزات التطوير الأخرى كالفرص والتهديدات المرتبطة بالتطور الهائل في مجال الاتصالات والمعلومات، وارتفاع تطلعات الزبائن حيث صار مستوى تطوير الخدمة هو معيار الاختيار بين البنوك بالنسبة للزبائن وليس ولاء الزبون للبنك.<sup>1</sup>

يقصد بتطوير الخدمات المصرفية إضافة مزايا جديدة لتلك الخدمات بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة طلب هذه الخدمات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - آسيا قاسمي، (2015): أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر، ص 267.

<sup>2</sup> - محمود جاسم الصميدعي وآخرون، (2015): التسويق المصرفي، دار وائل، الأردن، ص 249.

إن الهدف الرئيسي لعملية التطوير هو مسايرة العولمة المالية وما تفرضه من تحديات إلا أنه يتم لمس أهداف فرعية أهمها:<sup>1</sup>

- زيادة حجم تعامل الزبائن الحاليين.
- جذب المزيد من المتعاملين.
- زيادة حصة المصرف السوقية.
- اكتساب القدرة على الاستمرار والتواصل السليم في السوق.
- تحسين ربحيته على المدى القصير.

ونظرا للظروف والمتغيرات التي أصبحت تواجه البنوك، بات لزاماً على هذه الأخيرة تدعيم قدراتها التنافسية من خلال تقديم حزمة متنوعة ومتكاملة من الخدمات المصرفية تجمع فيها ما بين التقليدي والحديث تكريسا لمفهوم البنوك الشاملة ومن أهم هذه الخدمات المصرفية التي من شأنها دعم المؤسسة الناشئة نذكر منها:<sup>2</sup>

- الاهتمام بالقروض الاستهلاكية الموجهة لتمويل الاحتياجات الشخصية والعائلية.
- الاهتمام بتمويل المشروعات الناشئة.
- تعميم استخدام أسلوب الائتمان الإيجاري.
- القروض التشاركية.
- استخدام أسلوب رأسمال المخاطر في التمويل.
- تقديم خدمات الاستشارة وخدمات الحيطرة من مخاطر تقلب أسعار الفائدة ومختلف المخاطر التي تهدد المؤسسة الناشئة.

- مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل البنكي.
- تبني التسويق المصرفي وكل مشتقاته.
- تشجيع الاندماج المصرفي.
- الارتقاء بالعنصر البشري باعتباره مورد استراتيجي.
- الاهتمام بإدارة المخاطر.

<sup>1</sup> - محمد مداحي وآخرون، (2021): عصرنة الخدمة المصرفية مطلب لاستدامة المؤسسات الناشئة في الجزائر، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محند أولحاج - البويرة، الجزائر، ص 141.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 141-142.

- تدعيم القواعد الرأسمالية.

## 2- نموذج أعمال المؤسسات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية

يقصد بالتكنولوجيا المالية القطاع الاقتصادي الذي يشمل معظم المؤسسات التي تستخدم التكنولوجيات الحديثة لتقديم خدمات وحلول مبتكرة، فيما يخص الخدمات المالية كالتأمين، التامين، على غرار خدمات الدفع الالكتروني، تحويل الأموال، التأمين، الاقتراض والتمويل على غرار التمويل الجماعي، الادخار بالإضافة لخدمات الاستثمار والتداول.<sup>1</sup>

بينما المؤسسات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية هي مؤسسات صغيرة وحديثة تعد بتحسين الخدمات المصرفية للأفراد والشركات، بالتعاون أو المنافسة مع مقدمي الخدمات المالية القائمين.

مؤسسات التكنولوجيا المالية قد تكون من نوع المؤسسات الناشئة ذات رأس المال المحدود والمخاطر العالية والتي قد حققت نجاحا وتنمو لتبلغ حجما كبيرا نسبة لكونها ناشئة، لكنها لا تصل حجم المؤسسات العملاقة.

أهم ما يميز نموذج أعمال المؤسسات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية هو أنه عندما يحصل حامل مشروع التكنولوجيا المالية على مبالغ مالية، يجد نفسه مجبرا على إنتاج قيمة، وفي كل الحالات يستعمل مقاولو التكنولوجيا المالية المنصات الرقمية الذكية بشكل مبتكر ويقترحون حلول أكثر كفاءة من الخدمات المالية الكلاسيكية، وبالتالي يعد هؤلاء المقاولين مبتكرين على مستوى بنية التكاليف، العوائد ومتطلبات الأموال الخاصة، حيث يتوجب عليهم اقتراح توليد قيمة للمستهلكين أعلى من تلك المولدة من الخدمات المالية التقليدية. والصيغة المرحة تسمح للمؤسسة بتوليد قيمة لذاتها وللمستهلكين في نفس الوقت، وتترجم بتوليد العوائد من مبالغ قليلة ناتجة عن شريحة جد واسعة، وبنية تكاليف مضمونة أساسا من منصات رقمية ذات كفاءة واستراتيجيات تجارية متينة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حجاج نفيسة وآخرون، (2018): التكنولوجيا المالية ثروة الدفع المالي... الواقع والآفاق، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، ص 64.

<sup>2</sup> - راشدة عزيزو، (2021): تأثير المؤسسات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية على البنوك العمومية في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 01، الجزائر، ص 228.

### خلاصة الفصل

تمثل المؤسسات الناشئة في الوقت الحالي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها في النهوض باقتصاديات الدولة لما لها من أهمية بالغة في إظهار أصحاب الكفاءات وتجيدهم لأفكارهم الجديدة وتوفيرهم لمناصب الشغل. وإنشاء الشركات ليس بالأمر الهين، خاصة لأول مرة لذا يستلزم من أصحاب المشاريع الراغبين في إنشاء شركاتهم الخاصة التصميم الجيد المتضمن لمسار الإستراتيجية والخطة المفصلة قبل الشروع في تجسيد الفكرة على أرض الواقع.

وبالرغم من الأهمية البالغة التي يتحلى بها التمويل، إلا أنه من أكبر العوائق أمام المؤسسات الناشئة، خاصة في مرحلة الانطلاق فكثيرا ما تحتاج المؤسسات الناشئة تمويلا ضخما مما يشكل فوائده عبئا إضافيا عليها، وكذا تتحلى البنوك بالحذر للتعامل مع هذه المؤسسات بسبب عدم امتلاكها الضمانات الكافية للحصول على تمويل بنكي.

بالرغم من الصعوبات التي تواجه المؤسسات الناشئة إلا أن هناك مقومات وعوامل تعمل على نجاحها، يوجد مثلا الابتكار بصفة عامة والابتكار الأخضر بصفة خاصة، فهو عامل أساسي لقيام الشركة ينافس به رائد الأعمال الشركات الأخرى، وكذا منصات رواد الأعمال التي تعد من أهم وسائل الدعم والمساندة لتنمية ورعاية المؤسسات الناشئة على المستوى العالمي من خلال توفير بيئة ملهمة ومحفزة لاحتضانها في مختلف مراحلها، وأيضا يوجد عاملين مهمين لنجاح المؤسسات الناشئة وهما عصنة النظام المصرفي والتكنولوجيا المالية.

الفصل الثالث: واقع الثقافة

المقاوالاتية وعرض نماذج

لمؤسسات ناشئة في بعض دول

العالم

## تمهيد

انطلاقاً من الرهانات الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن أن تحققها الدول من خلال دعم وتشجيع الثقافة المقاولاتية تحاول السلطات العمومية في معظم دول العالم اليوم العمل على نشر الثقافة المقاولاتية التي تهدف بشكل أساسي إلى إنشاء المؤسسات الناشئة، هذه الأخيرة تتمتع بالفعالية وسرعة التأقلم مع متغيرات المحيط الاقتصادي على عكس النظرة السابقة التي تعتبر المؤسسات العملاقة بوابة تنمية اقتصادية شاملة، حيث أصبحت تشكل نسبة هامة من النسيج الاقتصادي في أغلب دول العالم، وعنصر هاماً لتحقيق النمو والتنمية الاقتصادية وذلك لقدرتها على الإبداع والابتكار لزيادة الطاقة الإنتاجية وتخفيض معدلات البطالة.

حيث تم التطرق في هذا الفصل إلى تجارب بعض الدول في دعم الثقافة المقاولاتية مع عرض نماذج لمؤسسات ناشئة عالمية من خلال المباحث التالية:

**المبحث الأول: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول الأجنبية**

**المبحث الثاني: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول العربية**

**المبحث الثالث: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في الجزائر**

## المبحث الأول: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول الأجنبية

تعتبر المقاولاتية من الحقول الهامة والواعدة في اقتصاديات الدول، حيث عمدت العديد من الدول الأجنبية إلى دعم وتنمية الثقافة المقاولاتية بين جيل الأطفال والشباب لامتلاكها دورا هاما في إنشاء المؤسسات الناشئة، ولذلك سيتم في هذا المبحث عرض واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في اليابان، ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية.

## المطلب الأول: دعم الثقافة المقاولاتية في اليابان مع عرض نماذج لمؤسسات ناشئة فيها

سيتم تسليط الضوء في هذا المطلب على الثقافة المقاولاتية في اليابان وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة يابانية.

## 1- دعم الثقافة المقاولاتية في اليابان

تعتبر التجربة اليابانية نموذجا ناجحا تحذي به كل الدول التي تسعى لتنمية اقتصادها، وكما هو معلوم يعتبر الاقتصاد الياباني ثاني أكبر الاقتصاديات في العالم من ناحية حجم الناتج المحلي الإجمالي بعد الولايات المتحدة الأمريكية، كما يعتبر نصيب الفرد الياباني من الناتج المحلي الإجمالي الأعلى في العالم.<sup>1</sup>

وكانت أول خطوة لتشجيع ودعم الثقافة المقاولاتية في اليابان هي وضع تعريف واضح ومحدد للمقاولات، فقد نص القانون المسمى القانون الأساسي للمقاولات، والذي يعتبر بمثابة دستور للمقاولات على ضرورة القضاء على كافة العقبات التي تواجه المقاولات ومحاولة تذليلها.

كما نظم القانون الإعفاءات من الضرائب والرسوم ووضع القواعد والنظم التي تقوم الحكومة اليابانية بموجبها بتشجيع الثقافة المقاولاتية وذلك بتوفير الإمكانيات لرفع مستوى التكنولوجيا المستخدمة في المشروعات الصغيرة والناشئة ومعاونتها على تسويق منتجاتها وتشجيع المشروعات الكبيرة على التكامل معها وتحديث ما لديها من آلات ومعدات وتنظيم العلاقة بين أصحاب المشروعات والعمال.

ومن أهم السياسات المالية والاقتصادية الموجهة لتشجيع وتنمية وتطوير الثقافة المقاولاتية في اليابان سياسات حماية المنشآت من الإفلاس وسياسات إعفائها من الضرائب وسياسات التدريب والتمويل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حاج قويدر قورين، (2019): التجربة اليابانية في دعم وتنمية المقاولات الصغيرة والمتوسطة ومقومات نجاحها، مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلد 01، العدد 01، الجزائر، ص 44.

<sup>2</sup> - فضيلة بوطورة، (2020): المقاولاتية والجامعة: مع إشارة لتجارب الدول الناجحة في نشر الفكر المقاولاتي، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 15، العدد 01، الجزائر، ص 24.

قامت الحكومة اليابانية بإنشاء العديد من المؤسسات والهيئات التي لعبت دوراً أساسياً في الرفع من الثقافة المقاولاتية في المجتمع، والتي تتمثل في:<sup>1</sup>

- هيئة المنشآت الصغيرة.
- وكالة تنمية المنشآت الصغيرة.
- الغرفة التجارية اليابانية.
- المنظمة اليابانية للتجارة الخارجية.

إن الجامعة والتعليم يشكلان قاطرة التنمية من خلال انفتاحهما على المقاولاتية وتنمية الثقافة المقاولاتية لدى الشباب، في هذا الإطار قام كل من "إ.يامان" و"نت.إيوانا" بتطوير برنامج عام 2003 في إطار مبادرة "حان وقت الدراسات المتكلمة" التي شملت المدارس الثانوية الصغيرة في اليابان، وقد تم تطبيقه في مدرستين في محافظة ميه في العامين 2003-2004. ووفقاً للبرنامج تؤلف مجموعة من 5 إلى 10 شركات تخطط لتصنيع بعض السلع وإنتاجها وبيعها لأهلهم والعمامة كما يقومون بإدارة الأرباح. وتتنافس الشركات في المدارس لمعرفة أي منها حصلت على أكبر نسبة من الأرباح. عند إطلاق البرنامج، يعطى لكل طالب 10 دولارات كتمويل لبدء العمل، وقد شارك حوالي 160 طالباً في مدرسة واحدة في هذا البرنامج الذي استمر من أكتوبر حتى ديسمبر من العام 2003.<sup>2</sup>

## 2- عرض بعض المؤسسات الناشئة في اليابان

تمثل المؤسسات الناشئة النواة الأساسية لنمو وقوة الاقتصاد الياباني، بالإضافة إلى تعدد الأنشطة التي تعمل بها وتوفيرها للعديد من فرص العمل، فإن لها دور ريادي في الابتكار وخلق صناعات جديدة وتشجيع المنافسة، مما يؤدي إلى زيادة وتحسين جودة منتجاتها وعليه سيتم التطرق إلى بعض المؤسسات الناشئة في اليابان:

### 2-1- شركة "دونات روبوتكس" اليابانية الناشئة

بعد أن أصبحت أفتحة الوجه ضرورة يومية بسبب انتشار فيروس كورونا، قامت شركة "دونات روبوتكس" اليابانية الناشئة باستثمار الفرصة، وابتكرت قناعاً ذكياً لتغطية الوجه، ومصمماً لتسهيل التواصل والتباعد الجسدي.

شركة "دونات روبوتكس" الناشئة تأسست بمشاركة "أونو" والمهندس "تاكافومي أوكابي"، بهدف تغيير العالم باستخدام روبوتات اتصالات صغيرة ومتنقلة، ابتكرت هذه الشركة قناع C-Face Smart الذي يمكنه نسخ الأوامر، وتضخيم صوت

<sup>1</sup> - السعيد دراجي، (2012): التجربة اليابانية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والدروس المستفادة منها للجزائر، مداخلة للمشاركة في الملتقى الوطني حول إستراتيجية التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يومي 18 و19 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الجزائر، ص 156.

<sup>2</sup> - نوي طه حسين وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 10-11.

مرتديها، وترجمة الكلام إلى ثماني لغات مختلفة. كما أن القواطع الموجودة في القناع تعد حيوية للتهوية، لذا فإن الكمامة الجديدة لا تعني الاستغناء عن الكمامة العادية، إذ إنها تصنف على أنها من فئة C، ما يعني أنها يجب أن توضع فوق الكمامة العادية.

يوضح "تايسوكو أونو" الرئيس التنفيذي للشركة، أن القناع مصنوع من البلاستيك الأبيض والسيليكون، ويحتوي على ميكروفون مدمج يتصل بالهاتف الذكي لمرتديه أو الجهاز اللوحي الأياد عبر البلوتوث. ويمكن للنظام أن يترجم الكلام للغة اليابانية والصينية والكورية والفيتنامية والإندونيسية والإنجليزية والإسبانية والفرنسية.

الشركة كانت قد طورت برنامج الترجمة لأول مرة لرجل آلي يدعى "فرقة" المصمم لتزويد السياح بمعلومات مفيدة، ومساعدتهم على التنقل في المطار، كان واحدا من أربعة نماذج روبوتية للترجمة تم اختيارها من قبل المشروع في عام 2016. حيث تغلب على منافسيه بسبب شكله الجميل، وسهولة التصميم وجاذبيته، ولأن برنامج الترجمة كان يعمل بشكل جيد في البيئات الصاخبة. بدأ الفريق في اختبار نموذج أولي في مطار هانيدا في عام 2017، واستمر في تطوير التكنولوجيا، ولكن بعد أن ضرب فيروس كورونا آسيا توقف مشروع المطار. وتم تعليق مشروع الروبوت، بعدها اقترح مهندسو الفريق أن يتم تضمين فكرة استخدام برنامجهم في قناع الوجه.

أطلقت شركة "دونات روبوتكس" حملة لجمع التبرعات وجمعوا 28 مليون ين، أي ما يعادل (265 ألف دولار) في 37 دقيقة، كان هذا الأمر مفاجئا للغاية، لأن مبلغ من هذا النوع يستغرق عادة ثلاثة أو أربعة أشهر. كما جمعت الجولة الثانية من التمويل الجماعي مبلغ (539 ألف دولار)، حيث يخطط "أونو" لاستخدام هذه الأموال لتطوير برامج الترجمة للسوق الدولية. ولزيادة الإنتاج دخلت الشركة الناشئة في شراكة مع شركة في طوكيو لم تفصح عن اسمها. بدأت الحملة الأولى من التوزيع في اليابان مع توفر 5000 إلى 10000 قناع. حيث يتراوح سعرها بين 40-50 دولارا مع اشتراك إضافي لتحميل التطبيق. يجعل هذا القناع الذكي معايير التباعد الجديدة في المواقع بما في ذلك المستشفيات والمكاتب أسهل من خلال تمكين التواصل الجيد، حيث هناك العديد من المواقف التي تتطلب وجودا شخصيا، ومع الأزمة يكون القناع والتطبيق مفيدان جدا.<sup>1</sup>

## 2-2- شركة "Hirotso Bio Science" اليابانية الناشئة

حققت شركة يابانية ناشئة مقرها طوكيو تدعى "Hirotso Bio Science" إنجازاً كبيراً في مجال التكنولوجيا الحيوية، حيث نجحت في التعرف على إصابة مرضى بسرطان البنكرياس بدقة 100% وأنواع أخرى من السرطانات، بفضل

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة "دونات روبوتكس" اليابانية الناشئة: <https://www.donutrobotics.com/c-mask>، تاريخ الاطلاع 2022/05/01، الساعة

استخدام ديدان مستديرة معدلة جينياً. وتعمل الشركة على تطوير نسخة تجارية من اختبار بسيط يمتلك القدرة على رصد سرطان البنكرياس والذي يصعب رصده مبكراً عبر استخدام قطرة بول واحدة تؤخذ من المريض.

إن هذا الأمر يعد تقدماً تكنولوجياً كبيراً، حيث عكف المدير التنفيذي للشركة "هيروتسو" منذ 2015 على تطوير اختبار عالي الدقة لرصد السرطان، ولكنه أخفق عدة مرات ونجح أخيراً، بعد أن جرب ديدان مستديرة يبلغ طولها نحو 1 ملليمتر وتمتلك حاسة شم قوية جداً، تعرف باسمها العلمي *caenorhabditis elegans*.

حتى يتم التمكن من فهم أهمية هذا الإنجاز العلمي، يجب أولاً فهم كيف تعمل الديدان على رصد سرطان البنكرياس بدقة عالية وأنواع أخرى من السرطانات. حيث لم تتمكن الشركة في بداية مشوارها من رصد أنواع معينة من السرطان باستخدام الديدان، ولكي تحل هذه المشكلة قامت بتحليل المستقبلات الشمية للديدان المستديرة، ووجدت جيناً يتفاعل فقط مع بول مرضى سرطان البنكرياس، وبالتالي يمكن استخدام الديدان ذات الجين الفعال لرصد السرطان الذي يصيب البنكرياس. ولكن "هيروتسو" لم يتوقف عند ذلك الحد بل أراد تطوير طريقة مشابهة لرصد أنواع أخرى من السرطانات. ونجح بذلك عبر تعديل الديدان جينياً مجدداً، وإزالة الجين الذي يرصد سرطان البنكرياس لتتنجذب بذلك إلى بول الأشخاص المصابين بسرطان الرئة والمعدة وسرطانات أخرى.

وعبر ما سبق، يمكن فهم أن هذه الطريقة تعد إنجازاً علمياً كبيراً في مجال الكشف المبكر عن السرطان، وقد تقود مستقبلاً لتطوير اختبارات بسيطة تساهم في إنقاذ الملايين.

كما أوضح مدير الشركة الناشئة أن طريقته ستعمل جنباً إلى جنب مع الكشوفات الموجودة وتعززها، ويجدر بالذكر، أن الشركة أجرت تجارباً بمشاركة أشخاص مصابين بسرطان البنكرياس (بعضهم في مراحل مبكرة) نُشرت نتائجها في دورية بحثية تدعى Oncotarget وفي التجارب تمكنت الديدان من رصد 22 إصابة بدقة 100% دون أي أخطاء، كما تمكنت من رصد أنواع أخرى من السرطانات بدقة تصل حتى 91,3%.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: دعم الثقافة المقاولاتية في ألمانيا وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة ألمانية

سيتم تسليط الضوء في هذا المطلب على دعم الثقافة المقاولاتية في ألمانيا وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة ألمانية.

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة "Hirotsu Bio Science" اليابانية الناشئة: <https://hbio.jp/en/crp/outline>، تاريخ الاطلاع 2022/05/03، الساعة

**1- دعم وتنمية الثقافة المقاولاتية في ألمانيا**

تعمل ألمانيا على تعزيز الثقافة المقاولاتية في الجامعات من خلال المنح الدراسية للشركات الناشئة في مجال العلوم، حيث تقدم مجموعة واسعة من الخدمات المالية لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة ورجال الأعمال المحتملين والشركات الناشئة المبتكرة.

كما تقوم بحملة بدء التشغيل "GO" التي تهدف إلى تعزيز بدء الأعمال التجارية، وتعزيز الثقافة المقاولاتية في ألمانيا، وتشجيع الناس على تحديد الفرص لبدء الأعمال التجارية ووضع أفكارهم الخاصة موضع التنفيذ.

تأثر نمو النشاط المقاولاتي في ألمانيا سلباً بنقص العمالة الماهرة في بعض المناطق والقطاعات والمهن، بالإضافة إلى التخلف في التعليم الاقتصادي والمتعلق بالمقاولاتية، حيث يجب على ألمانيا تخفيف عبء التنظيم والضرائب من أجل تحفيز روح المبادرة والثقافة المقاولاتية، كما يحتوي "برنامج العمل لعام 2016 بشأن تنظيم أفضل" على أكثر من 30 خطوة ومشروعاً ملموساً يهدف إلى تقليل التكاليف لكافة الرواد والشركات وتحسين الإجراءات التشريعية.

وتحتاج ألمانيا إلى معالجة افتقارها للثقافة المقاولاتية، فهي تتضمن أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة التي تتماشى مع أهداف المقاولاتية في ألمانيا، حيث أن GEM\* كان له دور فعال في تأسيس "GO" حملة بدء التشغيل، التي تسعى إلى تحفيز الثقافة المقاولاتية في ألمانيا، خاصة بين المجموعات التي كانت ممثلة تمثيلاً منخفضاً في مشهد بدء التشغيل مثل النساء من خلال مبادرة لرواد الأعمال ورواد الأعمال المحتملين، ومن خلال برنامج التوجيه، كما أقامت بورصة تعاقب الشركات لجمع أصحاب الشركات الذين يرغبون في تسليم أعمالهم إلى المتقدمين المحتملين وتشجيع الترابط بين الشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة القائمة.<sup>1</sup>

**2- عرض نماذج لمؤسسات ناشئة ألمانية**

تتنافس الدول الأوروبية في تشجيع وتمويل الشركات الناشئة، غير أن ألمانيا تتفوق بشكل كبير في عدد هذه الشركات، خصوصاً الصديقة للبيئة منها، وعليه سيتم التطرق إلى بعض المؤسسات الناشئة في ألمانيا:

**2-1- شركة "FlixBus" الألمانية الناشئة**

هي علامة تجارية ألمانية تقدم خدمة الحافلات بين المدن في أوروبا وأمريكا الشمالية والبرازيل. وهي مملوكة لمنصة التنقل Flix SE التي تدير أيضاً FlixCar و Kâmil Koç و Greyhound Lines. تقوم Flixbus بتشغيل الحافلات أو في كثير من الحالات تقوم فقط بالتسويق والتسعير وخدمة العملاء مقابل عمولة، نيابة عن مشغلي الحافلات في قائمة شركاء حافلات FlixBus.

1- سمرة فرحي وآخرون، (2021): تجارب دولية في دعم المقاولاتية، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، المجلد 04، العدد 07، الجزائر، ص 58-59.

\* GEM: Global Entrepreneurship Monitor.

تأسست FlixBus في عام 2011 في ميونيخ على يد "دانييل كراوس" و"يوشن إنجرت" و"أولاف روساتي" و"أندريه شفاميلين" بدافع الرغبة في جعل السفر المستدام مريحاً وبأسعار معقولة، وأطلقت أول ثلاثة مسارات لها في فبراير 2013 في بافاريا بألمانيا. عندما انتهى احتكار السكك الحديدية الألمانية في عام 2013 فازت ضد الشركات الدولية الكبرى وهي الآن الشركة الرائدة في السوق وليس فقط في ألمانيا، فقد تحولت من شركة ناشئة ألمانية إلى رقم 01 في أوروبا. يعتمد نجاح شركة FlixBus على نموذج عمل فريد من نوعه عالمياً من خلال رقمنة وسائل النقل التقليدية مثل الحافلات والسكك الحديدية، فهي تمكن كل من يريد اكتشاف العالم من الاستمتاع بالتنقل الذكي والمستدام، سهولة الحجز والعرض المتنامي، يعني أنها توفر لملايين المسافرين تجربة سفر مريحة، بأسعار معقولة وصديقة للبيئة.<sup>1</sup>

## 2-2- شركة "Omio" الألمانية الناشئة

شركة "Omio" عبارة عن منصة سفر مجانية تتيح للمستخدمين مقارنة وحجز رحلات القطارات والباصات ورحلات الطيران بسرعة وسهولة مجاناً، مقرها في برلين-ألمانيا، تأسست في عام 2012 وتنشط في 15 دولة أوروبية، حيث يستخدم أكثر من 27 مليون شخص Omio كل شهر وتم تنزيل تطبيق Omio أكثر من 22 مليون مرة المتاح بـ 21 لغة.

شركة أوميو هي شركة فنية سياحية على الهاتف الذكي، بلغت قيمتها السوقية مليار دولار فهي واحدة من أعلى الشركات التقنية قيمة في ألمانيا، يطلق عليها عالم الشركات الناشئة تسمية "وحيد القرن"، حيث نضجت فكرة هذا الاستثمار عندما بحث الهندي "نارين شام" مطولاً وبأساليب معقدة عن إمكانات التنقل الرخيصة بالباص والقطار والطائرة خلال جولته في أوروبا، وبعد أن شدته السمعة الجيدة التي تتميز بها برلين كموقع متميز للشركات الناشئة، جاء إلى ألمانيا ليصبح بعدها واحداً من أكثر المؤسسين الجدد نجاحاً. حتى وقت قصير كانت أوميو تحمل الاسم اذهب إلى أوروبا "GoEuro"، والآن باتت رحلاتها تقود إلى مختلف أنحاء العالم.<sup>2</sup>

## المطلب الثالث: الثقافة المقاولاتية في الولايات المتحدة الأمريكية وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة أمريكية

سيتم تسليط الضوء في هذا المطلب على الثقافة المقاولاتية في الولايات المتحدة الأمريكية وعرض نماذج لمؤسسات ناشئة أمريكية.

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة FlixBus الألمانية الناشئة: <https://global.flixbus.com/>، تاريخ الاطلاع 2022/05/05، الساعة 18:01.

<sup>2</sup> - الموقع الرسمي لشركة "Omio" الألمانية الناشئة: <https://www.omio.com/>، تاريخ الاطلاع 2022/05/09، الساعة 18:41.

## 1- دعم الثقافة المقاولاتية في الولايات المتحدة الأمريكية

إن التعليم المقاولاتي يشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحه على المقاولاتية وتنمية الثقافة المقاولاتية لدى الشباب، في هذا الإطار تقدم الجامعات الأمريكية برامج تعليمية متكاملة في تخصص المقاولاتية، كما تقوم بإعطاء مساقات علمية عديدة في هذا المجال. ولقد قادت الجامعات الأمريكية العديد من الجامعات الأخرى في العالم نحو تعليم المقاولاتية، حيث يعود الفضل في ذلك إلى جامعة جنوب كاليفورنيا كأول جامعة تطرح أول مساق علمي حديث ومتطور في المقاولاتية في عام 1971 ثم تبعتها الجامعات الأمريكية الأخرى في العديد من دول العالم.

تقوم العديد من الجامعات الأمريكية بتنظيم مساقات تهدف إلى تشجيع الثقافة المقاولاتية بين الطلاب، حيث يقدم معهد ماساتشوستش للتكنولوجيا جائزة قيمتها 50 ألف دولار أمريكي، ويستهدف بها الباحثين والطلاب على حد سواء، ويشترط المعهد أن يكون على الأقل أحد أعضاء الفريق الخاص بالمشروع ملتحقا بالمعهد بصفة دوام كامل. كما تقوم جامعة Yale الأمريكية بمنح جوائز تصل قيمتها إلى 50 ألف دولار أمريكي من خلال منافسات خطة مشروع على مستوى الجامعة، وتقدم هذه المنحة مبلغا من المال للبدء بالمشروع، بالإضافة إلى النصح والإرشاد والمتابعة لمقاولي الجامعة.

يقام في الولايات المتحدة الأمريكية أسبوع من كل عام يسمى أسبوع المقاولاتية لتشجيع الثقافة المقاولاتية ولتحفيز الشباب على ممارسة العمل المقاولاتي، حيث تقام من خلاله العديد من الأنشطة والفعاليات مثل: تمارين المحاكاة، وألعاب على الانترنت، ومسابقات خطة العمل، وبرنامج الضيف المحاضر، وورش عمل مختلفة، ومنتديات محلية لأنشطة المقاولاتية.

كما أن الحكومة الأمريكية تقوم بتصميم مواقع تعليمية على الانترنت تتيح التعرف على قدرات الطلبة، والتفاعل مع المعلمين المختصين لاستكشاف قدرات الطلبة الريادية ومهاراتهم. كما يوجد في الولايات المتحدة العديد من المراكز الريادية التي تقدم برامج تعليمية وتدريبية للأجيال الجديدة من الرياديين، والتي تقدم المساعدة للرجال والنساء خصوصا في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والذين ينوون إنشاء شركات جديدة تقنية متطورة وناجحة، والقيام بالعديد من الدراسات والأبحاث العلمية الخاصة بتطوير المشروعات الجديدة.

كما أن الحكومة الأمريكية تقوم بحملات إعلامية واسعة تستهدف الشباب من مختلف الأعمار لتشجيعهم على الثقافة المقاولاتية والعمل الحر من أجل خلق الاستعداد والتوجه للعمل المقاولاتي وخلق فرصة عمل وليس البحث عن

مهنة أو وظيفة في أجهزة الدولة، وتعتمد هذه الحملات الإعلامية على سرد القصص الحقيقية للرياديين ورجال الأعمال المعروفين في بيئة الأعمال.<sup>1</sup>

## 2- نماذج مؤسسات ناشئة أمريكية

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الموطن الأساسي للشركات الناشئة في العالم، وفي كل عام تظهر مئات الشركات الناشئة من بينها مجموعة شركات واعدة ينصح المهتمين بالمال والأعمال بمراقبتها، وعليه سيتم التطرق إلى بعض المؤسسات الناشئة في أمريكا:

### 2-1- شركة "Uber" الأمريكية الناشئة

هي شركة نقل أمريكية ناشئة تعمل عبر شبكة الانترنت، مقرها في سان فرانسيسكو، كاليفورنيا، بالولايات المتحدة الأمريكية، توفر الشركة خدمة النقل بين المدن والمحافظات والأحياء بمنتهى السهولة والأمان والرفاهية، وهي متوفرة في أكثر من 250 مدينة حول العالم. بدأت في الشرق الأوسط في عدة مدن مثل دبي وأبو ظبي والرياض والدوحة والقاهرة، حتى أصبحت متوفرة حالياً في معظم مدن ودول العالم العربي.

تتميز شركة أوبر بالعديد من المميزات، تتمثل في:

- تعمل شركة أوبر بشكل قانوني طبقاً لقوانين كل دولة تتوفر فيها الخدمة.
  - أوبر هي أفضل خدمة على مستوى العالم في طلب سيارة، وهي خدمة توصيل تنفرد بالسهولة والراحة والأمان تعتمد على سائقين مدربين على كيفية التعامل مع الركاب بالاحترام والرفق.
  - توفر أوبر سيارة متطورة وحديثة ودائماً نظيفة ومريحة لحل أزمة المواصلات العامة، والسيارات المستخدمة لا تقل عن موديل 2007.
  - السيارات تخضع للفحص للتأكد من مطابقتها للمعايير الأمنية للركاب.
  - السائقين في أوبر على مستوى عالي من المهنية في التعامل مع الركاب أثناء القيادة بشكل آمن.
  - توفر الخدمة معلومات عن اسم السائق وصورته ورقم هاتفه ورقم السيارة ونوعها قبل الوصول إلى الزبون، وفي حالة نسيان أو فقد شيء في السيارة يمكنه الاتصال بالسائق وسؤاله عن المفقود.
  - برنامج أوبر على الهاتف الذكي يوفر معلومات عن التكلفة المتوقعة للرحلة والوقت المستغرق قبل تنفيذ الطلب.
- يتم طلب خدمة أوبر عن طريق تطبيق أوبر حيث يقوم الزبون بطلب سيارة في المكان الذي يحدده لتبدأ رحلته اليومية بسعر منافس جداً، وأقل من التكلفة المدفوعة للتاكسي وسيارات الأجرة الأخرى. فبمجرد فتح التطبيق يقوم بكتابة

<sup>1</sup> - نوي طه حسين وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 07-08.

الوجهة المطلوبة في خانة Where To ويمكنه كتابتها باللغة العربية أو باللغة الانجليزية ليظهر أقرب سائق له. وبعد الوصول يقوم بالدفع إما نقداً، أو يمكنه وضع بطاقته التي يستخدمها للدفع عبر الانترنت أو التي يستخدمها لسحب الأموال من ماكينات \*ATM.<sup>1</sup>

## 2-2- تطبيق "Snapchat"

هو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة، وضعها "إيفان شبيغل" و"بوبي ميرفي"، ثم طلبة جامعة ستانفورد. عن طريق التطبيق، يمكن للمستخدمين التقاط الصور وتسجيل الفيديوهات وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. ومن المعروف أن هذه الصور ومقاطع الفيديو المرسله على أنها "لقطات". يعين المستخدمين مهلة زمنية لعرض لقطاتهم من ثانية واحدة إلى عشر ثواني، وبعد ذلك تُحذف الرسائل من جهاز المستلم وتُحذف من سناب شات، لكن تم برمجة بعض التطبيقات التي تقوم بحفظ الفيديو المعروض عن طريق مبدأ بسيط وهو اختراق سناب شات بطريقة بسيطة بشكل متكرر، يتميز السناب شات باللون الأصفر في كافة إعلاناته ودعاياته. حيث تعرض التطبيق لمحاولات استحواذ من عدة شركات.

اعتباراً من مارس 2020، بلغ عدد مستخدمي السناب شات 229 مليون مستخدم نشط يومياً في المتوسط، يتم إرسال أكثر من 4 مليارات سنابس يومياً، ومن المعروف أن سناب شات يحظى بشعبية كبيرة بين الأجيال الشابة، لاسيما أولئك الذين تقل أعمارهم عن 16 عامًا.

وفقاً لوثائق وبيانات الإيداع، إقترح "ريجبي براون" على "إيفان شبيغل" فكرة تطبيق صور مؤقتة تختفي بعد مدة من إرسالها، على خلاف الصور الدائمة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي كانت شائعة آنذاك، لامتلاك "شبيغل" خبرة عمل سابقة في المجال. اقترح فيما بعد كل من "براون" و"شبيغل" على "بوبي ميرفي" المشاركة في العمل على المشروع لامتلاكه خبرة في البرمجة. عمل الثلاثة بجهد على المشروع لعدة أشهر وأطلقوا سناب شات للمرة الأولى على نظام التشغيل "آي أو إس" في 8 جويلية 2011 باسم "بيكابو". بعد أشهر من إطلاق التطبيق تم إقصاء "ريجبي براون" من الشركة.

تمت إعادة إطلاق التطبيق باسم سناب شات في سبتمبر 2011، وركز الفريق على بذل الجهد في تحسين قابلية الاستخدام والجوانب التقنية، بدلاً من التركيز على الإعلانات والعلامات التجارية وكان أحد استثناءات هذه الإستراتيجية هو قرار الاحتفاظ بشعار من تصميم "براون".

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة "Uber" الأمريكية الناشئة: <https://www.uber.com/sa/ar/about/>، تاريخ الاطلاع 2022/05/11، الساعة 20:56.

\* ATM: Automated teller machine.

في 8 ماي 2012، أرسل "ريجي براون" بريدًا إلكترونيًا إلى "إيفان شبيغل" خلال سنتهم الأولى في جامعة ستانفورد، حيث عرض عليه إعادة التفاوض على حصة عادلة فيما يتعلق بملكيتهم للشركة. رد محامون سناب شات بالإصرار على أنه لم يكن لديه أي مساهمة إبداعية بالمنتج. كما اتهم المحامون "براون" بارتكاب عملية احتيال ضد "شبيغل" و"ميرفي" من خلال الادعاء الكاذب بأنه مخترع المنتج. نيابة عن عملائهم، خلصت شركة المحاماة إلى أن "ريجي براون" لم يقدم أي مساهمات ذات قيمة لسناب شات، وبالتالي فلا يحق له الحصول على أي حصة من الأرباح. بعد مدة وتحديداً في سبتمبر 2014، توصل "براون" إلى اتفاق مع "شبيغل" و"ميرفي" يقضي بحصوله على مقابل 157.5 مليون دولار بالإضافة إلى اعتباره رسمياً أحد المؤسسين الأصليين لسناب شات.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في بعض الدول العربية

تقوم سياسات دعم الثقافة المقاولاتية الجيدة على نظرة شاملة أساسها توفير البيئة الاقتصادية الملائمة للنشاط الاقتصادي، حيث عمدت العديد من الدول العربية إلى تعزيز الثقافة المقاولاتية التي تهدف بشكل أساسي إلى تكوين مجتمع مقاولاتي، ولذلك سيتم في هذا المبحث عرض واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في الإمارات العربية المتحدة، الأردن والمملكة العربية السعودية.

#### المطلب الأول: تجربة الإمارات العربية المتحدة في الثقافة المقاولاتية مع عرض نماذج لمؤسسات ناشئة فيها

سيتم تسليط الضوء في هذا المطلب على تجربة الإمارات العربية المتحدة في الثقافة المقاولاتية مع عرض نماذج لمؤسسات ناشئة فيها.

#### 1- دعم وتنمية الثقافة المقاولاتية في الإمارات العربية المتحدة

عملت العديد من السياسات الحديثة في الدولة على تحسين النشاط المقاولاتي وتنمية الثقافة المقاولاتية، من خلال السماح للشركات ذات الأصول الأجنبية بنسبة 100% بالتنافس في قطاعات محددة، وتقديم تأشيرات ممتدة لرواد الأعمال والمستثمرين، واجتذاب الشركات التقنية إلى الإمارات العربية المتحدة من خلال سياسات الضرائب والاستثمار وتوفير تمويل إضافي ودعم للأعمال الصغيرة، بالإضافة إلى مجلس دبي المستقبلي للنشاط المقاولاتي.

كما تستفيد الحكومة من معرض إكسبو 2020، وهو حملة رئيسية للترويج لدولة الإمارات العربية المتحدة لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز الثقافة المقاولاتية. حيث أن الإمارات العربية المتحدة هي واحدة من أكبر الجهات المانحة في العالم لدعم تنفيذ أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة \*SDGs.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لتطبيق "Snapchat": <https://snapchat.ar.uptodown.com/android/download> تاريخ الاطلاع 2022/05/13، الساعة 21:56.

<sup>2</sup> - سمرة فرحي، مرجع سبق ذكره، ص 57.

## 2- عرض نماذج لمؤسسات ناشئة إماراتية

تشتهر الإمارات العربية المتحدة بالفرص الهائلة المتاحة وبمنظومة الشركات الناشئة المتميزة فيها، حيث أنها تتطور لتكون ملتقى لأفضل شركات التكنولوجيا الناشئة خاصة مع توافر الاستثمار والابتكار فيها، وعليه سيتم التطرق إلى بعض المؤسسات الناشئة في الإمارات العربية المتحدة:

## 2-1- شركة "Pure Harvest Smart farms" الإماراتية الناشئة

"Pure Harvest Smart Farms" هي شركة تقنية تحاول إحداث ثورة في السوق الزراعية في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال معالجة مشكلة الأمن الغذائي. في دولة الإمارات العربية المتحدة حيث المناخ جاف وحر للغاية معظم أيام العام، يمكن أن تمثل زراعة الخضروات الطازجة والمحلية تحديًا حقيقيًا، بل وحتى مهمة مستحيلة. على الرغم من وجود واردات من دول أخرى لضمان توريد الخضار الطازجة على مدار العام، إلا أن المنتجات ليست طازجة عند الوصول وفوق كل ذلك باهظة الثمن بسبب الشحن الجوي. هذه هي المشكلة التي تحاول مزرعة Pure Harvest حلها منذ عام 2016 باستخدام أفضل التقنيات الزراعية لزراعة طماطم محلية طازجة في الإمارات العربية المتحدة.

الزراعة البيئية الخاضعة للرقابة هي الإستراتيجية التي اعتمدها Pure Harvest لمعالجة مسألة سلامة الأغذية. هذا يعني أن الشركة ملتزمة بتوفير حلول الزراعة الهجينة التي تلي ضوابط مناخية وبيئية دقيقة لتقديم منتجات طازجة عالية الجودة. كما تضمن الزراعة البيئية الخاضعة للرقابة من Pure Harvest زيادة الإنتاجية وتقليل النفايات (بما في ذلك المياه والطاقة والوقت والنقل).

يوفر المناخ الجاف لدولة الإمارات العربية المتحدة الظروف اللازمة لهذا النوع من المشاريع ويجعل من بيور هارفيست مكانًا مفضلًا للتجربة. دخلت هذه الشركة المسرح العالمي كشركة تقنية زراعية تعالج قضايا سلامة الغذاء. حيث تنظر دول الزراعة العمودية الأخرى حول العالم، مثل الولايات المتحدة وهولندا وفرنسا في حلول مماثلة ولكن ليس لديها الظروف المناسبة أو المختبر.

تدمج Pure Harvest أحدث التقنيات الهولندية للاحتباس الحراري، بالإضافة إلى أنظمة إدارة المناخ الخاصة بها. وتسعى Pure Harvest إلى الاستفادة من تقنية الزراعة شبه المغلقة المبتكرة (مع التحكم في المناخ بالضغط الزائد والتبريد الميكانيكي) لتمهيد الطريق لإنتاج على مدار العام المنتجات الطازجة الممتازة بأسعار معقولة.

تقوم الشركة حاليًا بزراعة 26 نوعًا من الطماطم و6 أنواع من الفراولة. فهم لا يستبدلون أسواق الاستيراد التجارية الحالية فحسب، بل يخلقون أسواقًا جديدة. هناك أكثر من 400 نوع تجاري من الطماطم، وتفخر شركة Pure Harvest

بزراعة ستة أنواع لم يسبق لها مثيل من قبل. هدف الشركة هو أن تكون قادرة على إنتاج كل ما ينمو بالفعل في مناخ البحر الأبيض المتوسط مهما كان التنوع.<sup>1</sup>

## 2-2- شركة "Kitopi" الإماراتية الناشئة

على الرغم من أن الشركات التكنولوجية الناشئة لا تستهلك موارد ولا تضم بالضرورة أصولاً كبيرة، إلا أنها تضفي على الاقتصاد قيمة مهمة، وتخلق وظائف كثيرة، وتدفع عجلة الابتكار في الدولة. ومن بين تلك الشركات يبرز وبشكل متزايد في بلدان الخليج وتحديدًا الإمارات العربية المتحدة، نموذج المطابخ السحابية مدعوماً بالارتفاع الكبير في الطلب على خدمة طلب وتوصيل وجبات الطعام عبر الإنترنت من جهة، وقدرة تلك المطابخ على زيادة فعالية وكفاءة العمل وتحسين الإيرادات والأرباح من جهة أخرى.

وقد سطع نجم الإمارات في الأعوام الأخيرة كمركز للشركات الناشئة الناشطة في مجال المطابخ السحابية، حيث بادر الكثير من رواد الأعمال إلى إطلاق مشاريعهم وتحقيق قصص نجاح خولتهم التوسع في أسواق المنطقة. و"كيتوبي" هي إحدى تلك الشركات التي انطلقت من دبي والتي استطاعت جمع تمويل بقيمة 415 مليون دولار من مستثمرين بينهم "سوفت بنك" في جولة تمويلية مستفيدة من التحول للخدمات الإلكترونية خلال أزمة فيروس كورونا. وشمل المستثمرون كذلك "شركة شيميرا للاستثمار" بأبو ظبي، ومنصة "ديسرايت إيه.دي" لرأس المال المخاطر التابعة للشركة القابضة المملوكة لحكومة أبو ظبي، و"ب.رايلي" ومجموعة "دوغوش" التركية وشركة "نكست بلاي كايبتال" الأمريكية و"نوردستار" البريطانية.

وعندما أنشئت "كيتوبي" في جانفي 2018 في دبي، لم يكفد أحد على دراية بمفهوم المطابخ السحابية. أما الآن وبعد ثلاث سنوات، أصبحت المطابخ السحابية من أسرع القطاعات نمواً في مجال تكنولوجيا الغذاء، وتتصدر شركة "كيتوبي" المشهد بمطابخها البالغ عددها 60 مطبخاً في شتى أنحاء الإمارات والمملكة العربية السعودية والكويت. ومنذ ذلك الوقت استطاعت هذه الشركة خلق أكثر من 700 وظيفة، وقدمت للعالم ابتكاراً انطلق من دبي والإمارات، ليتمكن استخدامه في أي مكان في العالم.

يقوم نموذج شركة "كيتوبي" على ما يسمى "المطبخ السحابي المدار"، الذي لا يقتصر على توفير المكان والمرافق لعلامات المطاعم فحسب، بل يقدم شيئاً أقرب إلى نموذج "المطعم كخدمة"، إذ يهتم بشراء المكونات، وتوفير طهاة لطهي الأطباق، فضلاً عن توصيل الطلبات.

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة "Pure Harvest Smart farms" الإماراتية الناشئة: <https://pureharvest.ae/>، تاريخ الاطلاع 2022/05/16، الساعة

وتوجد داخل مطابخ "كيتوبي" محطات ذكية تسمح للطاهي الواحد بطهي أطباق للعديد من العلامات التجارية المختلفة، وتنظم هذه المحطات وفقاً لنوع المأكولات. من المفترض أن تستغرق العملية بأكملها 35 دقيقة بداية من لحظة تسجيل العميل للطلب على تطبيق خارجي حتى التسليم، وفي مقابل هذه الخدمة تحتفظ "كيتوبي" بنحو 85% من إيرادات العلامة التجارية، وتدفع لها عوائد تتراوح من 10% إلى 13%.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: تنمية الثقافة المقاولاتية في الأردن وعرض نماذج مؤسسات ناشئة أردنية

سيتم تسليط الضوء في هذا المطلب على تنمية الثقافة المقاولاتية في الأردن وعرض نماذج مؤسسات ناشئة أردنية.

#### 1- تجربة الأردن في دعم الثقافة المقاولاتية

تأسست في الأردن جمعية الرواد الشباب عام 1998 كمؤسسة غير ربحية تهدف إلى إيجاد رواديين شباب من خلال تبادل الآراء والبعثات الدراسية والتعليم والتدريب والتأييد والدعم، وذلك لتعزيز مستوى مهارات الرياديين ما يسمح لهم بالتنافس في الاقتصاد العالمي.

كما توجهت السياسات في الأردن نحو دعم الثقافة المقاولاتية من خلال رعاية الشباب في العديد من المجالات والاهتمام بالطفل وتوفير بيئة وحياة أسرية داعمة له، حيث تعددت المبادرات المقاولاتية لدعم الشباب وتوفير البيئة المحفزة للإبداع وتنمية الثقافة المقاولاتية لديهم مثل: المجلس الوطني الشبابي للإبداع والتميز، صندوق تمويل المشاريع المقاولاتية للشباب.

وفي هذا الصدد يتم الإشارة إلى مركز الملكة رانيا للريادة، وهي منظمة غير حكومي وغير ربحية، أنشئت في أكتوبر لعام 2004، وتتمثل مهمة المركز في دعم النمو الاقتصادي من خلال توفير مجموعة من الخدمات في تنمية الثقافة المقاولاتية وتسويق التكنولوجيا، كما يستهدف المركز في عمله تحديداً طلبة الجامعات والباحثين والمخترعين وأصحاب المبادرة الشخصية من أجل تعزيز الثقافة المقاولاتية وبناء قدراتهم الشخصية، وتقديم الاستشارات والنصح والإرشاد لهم، وتطوير الروح والشخصية الريادية لديهم وذلك من خلال برامج المركز والتي تتضمن كلاً من: جائزة الملكة رانيا الوطنية للريادة، وبرنامج استثمار التكنولوجيا، وبرنامج تواصل الأردن، ونادي الريادة الطلابي.<sup>2</sup>

ويعد انتشار حاضنات الأعمال في الأردن والتي تعتبر نموذجاً ريادياً فاعلاً لجيل الشباب، وانتشار حاضنات الأعمال التقنية في العديد من الجامعات الأردنية كجامعة اليرموك لخدمة الطلاب الرياديين. ومن أجل تنمية وتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات وحوسبة التعليم، إذ أن إستراتيجية المملكة الأردنية تتجه بشكل كبير وفاعل نحو القطاع الواعد لمواكبة

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة "Kitopi" الإماراتية الناشئة: <http://www.kitopi.com> ، تاريخ الاطلاع 2022/05/19، الساعة 16:00.

<sup>2</sup> - مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 127.

التقدم التكنولوجي المعلوماتي في العالم وبناء مجتمع المعرفة، ولدعم المبادرات الإبداعية من الرياديين في هذا المجال، وتفعيل دور التدريب والتطوير المهني في العديد من المحافظات الأردنية من قبل مؤسسة التدريب المهني.<sup>1</sup>

## 2- نماذج مؤسسات ناشئة أردنية

تمثل الأردن نموذجا فريدا في احتضان الشركات الناشئة الريادية ورعايتها، حيث أظهرت الأردن أداء استثنائيا في اعتبارها أحد أهم الدول العربية الداعمة للمشروعات الناشئة، فضلا عن سمعتها التي اكتسبتها من تحويل العديد من مشروعاتها الريادية إلى نموذج عالمي من النجاح، وعليه سيتم التطرق إلى بعض المؤسسات الناشئة في الأردن:

### 2-1- شركة "MRAYTI" الأردنية الناشئة

"مرايتي" هي مثال على سلالة جديدة من منصات الاقتصاد المشترك ونشوء الشركات الناشئة في الأردن، والتي تزعم نماذج الأعمال التقليدية وتخلق في الوقت نفسه نموذج تأثير اجتماعي لم يكن ممكنا من قبل.

هذه الشركة الناشئة هي أول صالون تجميل متنقل متخصص في الأردن، وقد تم إطلاقها برؤية مفادها أن الجمال يجب أن يكون متاحا وبأسعار معقولة وغير مستهلك للوقت. توفر هذه الشركة الناشئة خدمات مثل حلاقة وتصفيف الشعر، وكذلك المكياج للنساء في منازلهن ومكاتبهن وأماكن تجمعهن في أي مكان وأي وقت.

تقوم "مرايتي" بتوصيل مصففي الشعر بالعملاء المحتملين، مما يتيح لهم الوصول إلى الأسواق التي كان من الصعب الوصول إليها بطريقة أخرى، وغالبية مصففي الشعر لدى "مرايتي" هم من النساء الشابات دون سن 35 سنة الغير حاصلات على شهادة جامعية، واللواتي يواجهن العديد من العقبات الاجتماعية والاقتصادية التي تمنعهن من الحصول على وظيفة بدوام كامل. تساعد خدمات التسهيل في "مرايتي" الإناث في التغلب على العديد من المخاوف الأمنية والثقافية واللوجستية التي تحظر وصولهن إلى مصادر دخل لائقة.

تم تمويل النشاط التجاري في البداية من خلال استثمار من المسرع الأردني "Oasis500" (27 ألف دولار أمريكي في مرحلة التمويل الأولي)، ثم بعد ذلك من خلال منحة حاضنة أردنية "Shamal Start" (حوالي 10500 دولار أمريكي)، ومنحة أخرى من المنظمة الدولية غير الحكومية "Mercy Corp" في الأردن (15500 دولار أمريكي)، وقد قامت "مرايتي" مؤخرا بتأمين 165 ألف دولار أمريكي من الاستثمارات الأولية بقيادة الصندوق العماني للتكنولوجيا \*OTF. يأتي هذا الاستثمار في مرحلة يعمل فيها الفريق على تعزيز التكنولوجيا والاستعداد للتوسع، كما أنه يفتح المجال لوضع أفضل للتسويق في دول مجلس التعاون الخليجي وكذلك للتعاون مع شركات محفظة الصندوق العماني للتكنولوجيا

<sup>1</sup> - الجودي محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص 181.

الأخرى لخلق قيمة أكبر في السوق. كما تلقت الشركة الناشئة خدمات عينية ودعم عيني من "Oasis500" و "Shamal Start" والحاضنة "BIG by Orange".<sup>1</sup>

## 2-2- شركة "MellBell Electronics" الأردنية الناشئة

"MellBell Electronics" هي مثال على شركة ناشئة في مجال التكنولوجيا ذات إمكانات وكثافة تصدير عالية حيث أن كل إيرادات الشركة تقريبا تأتي من أسواق دولية (الولايات المتحدة وأوروبا واليابان والشرق الأوسط).

هذه الشركة الناشئة نشطة في مجال مجموعات النماذج الالكترونية مفتوحة المصدر، وتصميم وتصنيع وحدات التحكم الدقيقة (ميكروكنترولر) أحادية اللوحة ومجموعات وحدات التحكم الدقيقة لبناء الأجهزة الرقمية والكائنات التفاعلية التي يمكنها الاستشعار والتحكم فيزيائيا ورقميا.

بدأت الشركة أعمالها كشركة حلول الكترونية في تطوير حلول مخصصة لمواقف السيارات في مراكز التسوق (نظام أجهزة استشعار توقيف السيارات في المواقف) وتركزت لاحقا على تطوير الأدوات ومجموعات التطوير ليتم استخدامها من قبل مطوري العتاد الآخرين.

جمعت الشركة تمويلا خارجيا من "Kickstarter" (تمويلا جماعيا بمبلغ 60 ألف دولار أمريكي) تم استخدامه في تطوير المنتجات الأولية، واستثمارا من "Oasis500" (سندات قابلة للتحويل بمبلغ 100 ألف دولار أمريكي) تم استخدامه لتطوير الجيل الثاني والثالث من المنتجات وتطوير الأعمال الدولية للوصول إلى أسواق الولايات المتحدة والأسواق الأوروبية واليابانية. تضمن التمويل كذلك منحة مقدمة من "Shamal Start" (10500 دولار أمريكي) استخدمت في تحسين نموذج الأعمال. كما تسعى الشركة الناشئة إلى جولة ثانية من الاستثمار لزيادة النمو (250 ألف دولار أمريكي).<sup>2</sup>

## المطلب الثالث: دعم الثقافة المقاولاتية في السعودية مع عرض بعض المؤسسات الناشئة فيها

سيتم تسليط الضوء في هذا المطلب على دعم الثقافة المقاولاتية في السعودية مع عرض بعض المؤسسات الناشئة فيها.

### 1- دعم الثقافة المقاولاتية في المملكة العربية السعودية

إن بعض الجامعات الحكومية في المملكة العربية السعودية يتوافر لديها بنية تحتية مساندة للتعليم والبحث في مجال المقاولاتية الذي يعتبر عامل من عوامل ترسيخ الثقافة المقاولاتية، كمراكز البحث وحاضنات الأعمال ومركز الإبداع والابتكار.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة "MRAYTI" الأردنية الناشئة: <http://www.mraytistore.com>، تاريخ الاطلاع 2022/05/21، الساعة 18:19.

<sup>2</sup> - الموقع الرسمي لشركة "MellBell Electronics" الأردنية الناشئة: <https://mellbell.cc/>، تاريخ الاطلاع 2022/05/23، الساعة 18:53.

<sup>3</sup> - نوي طه حسين وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 12.

تتمثل نشاطات وبرامج إدارة ريادة الأعمال التقنية في المملكة العربية السعودية فيما يلي: برامج رفع الوعي، برامج تطوير رواد الأعمال، برنامج رائد العمل المقيم، ورش العمل، لقاءات وفعاليات، المسابقات، وهي في مجملها برامج ونشاطات متكاملة فيما بينها تسعى إلى غرس الثقافة المقاولاتية وتطوير الفكر الريادي للطلاب.

تحتل المملكة العربية السعودية وفق المرصد العالمي للمقاولاتية مراتب متقدمة لاسيما من ناحية الثقافة المقاولاتية وروح المبادرة والفرص والتوقعات المتصورة، لكن تبقى السعودية تعاني من مشكل في صعوبة الممارسات للأعمال حسب البنك الدولي 2017 حيث تحتل الرتبة 147 من 190 دولة، لكن لو استطاعت السعودية فرض تسهيلات في ممارسة الأعمال بجانب استراتيجياتها وبرامجها التعليمية ستصبح دولة رائدة بامتياز في مجال المقاولاتية.<sup>1</sup>

## 2- عرض بعض المؤسسات الناشئة في السعودية

تعمل المملكة العربية السعودية على دعم ريادة الأعمال، والتشجيع على الابتكار والتطوير التقني في الشركات الناشئة، إذ تتوقع المملكة لهذا القطاع أن يؤدي دورا بارزا في الاقتصاد مستقبلا، وعليه سيتم التطرق إلى بعض المؤسسات الناشئة في المملكة العربية السعودية:

### 2-1- شركة "PayTabs" السعودية الناشئة

قد تعاني الكثير من الشركات والمؤسسات التجارية من استلام المدفوعات عبر الانترنت بطريقة آمنة ومتطورة، لذلك نشأت شركة "بيتابس" الناشئة لتقدم حولا للدفع المريح والأمن والمخصص للعمليات التجارية. شركة "بيتابس" هي شركة ناشئة ومبتكرة تقوم بمعالجة الدفعات الاقتصادية، حيث تم تصميم خدماتها لتزويد المشتري والبائعين بتقنيات متقدمة للدفع والحصول على أموالهم بعيدا عن عمليات الاحتيال، حيث ساعدتهم شراكاتهم الحصرية مع أنظمة منع الاحتيال والتقنية الحديثة ليكونوا متخصصين في مجال المدفوعات الالكترونية، وقد تم اعتماد أنظمتهم لإدارة الأمن الطبقي من قبل فيزا وماستر كارد.

بدأت شركة "بيتابس" رحلتها عام 2013 حيث ظهرت فكرة الشركة، ليتم تأسيسها عام 2014 من قبل عبد العزيز الجوف مع فريق مؤلف من 06 أعضاء. وخلال العام نفسه قامت الشركة ببدء عملياتها في الهند، البحرين، المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة، وفي عام 2015 تم التوسع في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي. في عام 2016 تم اختيار حلول الشركة لتكون في المرتبة الأولى على قائمة فوربس الشرق الأوسط ضمن 50 شركة سعودية ناشئة واعدة عام 2016، كما بدأت بتوسيع عملياتها عالميا ضمن 17 دولة. كما ورد اسم الشركة في مجلة فوربس ضمن

<sup>1</sup> - سفيان خلوي وآخرون، (2019): سياسات وبرامج التعليم المقاولاتي في ضوء خبرة معهد ريادة الأعمال وإدارة ريادة الأعمال التقنية في المملكة العربية السعودية، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 05، العدد 02، الجزائر، ص 52.

أفضل 100 شركة ناشئة في العالم العربي لعام 2017، كما فازت بجائزة الريادة والابتكار في منطقة الشرق الأوسط من آسيان بنكر، وانتقلت إلى المقر الرئيسي الجديد في البحرين في العام نفسه. وحافظت الشركة على موقعها من قبل فوربس الشرق الأوسط حيث تم اعتبارها كواحدة من أفضل الشركات في المنطقة للسنة الثالثة على التوالي وذلك في عام 2018، كما حصلت على جائزة أفضل مزود لحلول المدفوعات الالكترونية عبر الانترنت من قبل مؤتمر المدفوعات العالمية في العام نفسه. كما حصلت على جائزة فينتيك من قبل مجلة أريبيان بزنس، بالإضافة إلى شراكاتها الهامة مع خليج البحرين للتكنولوجيا المالية والاندماج مع شركة K-Net كوسيلة بديلة للدفع.

حصلت شركة "بيتابس" على تمويلها من خلال جولتي تمويل (الأولى عام 2014، والثانية عام 2017) وصلت قيمتهما إلى 20 مليون دولار، حيث تم تمويلها من قبل مستثمر أساسي هو مركز أرامكو السعودية لريادة الأعمال المحدودة التي تستثمر كشريك أساسي في "بيتابس" من خلال جناحها الاستثماري "واعد".<sup>1</sup>

## 2-2- شركة "Yatook" السعودية الناشئة

يُعد تحضير القهوة السعودية عملية صعبة ودقيقة، إذ تحمص حبات القهوة أولاً، ثم تطحن، فتخمر، قبل أن تغلى في "دلة" (أو قدر) وتقدم في فناجين. وفي محاولة لتسهيل هذه العملية في عصر السرعة هذا، وتمكين أي شخص من إعداد القهوة العربية، أسست رائدة الأعمال السعودية "لطيفة الوعلان" شركة "يتوق" لإنتاج وبيع عبوات من القهوة العربية سريعة التحضير في عام 2011. وقد استوحت الوعلان اسم شركتها الناشئة من "التوق" أي الشوق، فالنفس تتوق للقهوة أي تشتهيها.

وتتملك "يتوق" مكتب ومختبر ومعمل في العاصمة السعودية الرياض، حيث يتم تحميص البن وإنتاج القهوة محلياً، وتعتمد الشركة على موردين محليين لتزويدها بكافة المواد الأولية اللازمة، أما الآلات فيتم تطويرها واختبارها في الرياض. وتستعين "يتوق" بمكاتب تصميم هندسية عالمية، وكفاءات محلية في برمجة الآلات، كذلك استثمرت الشركة في إنشاء خط لإنتاج آلات إعداد القهوة في الشرق الأقصى.

وكانت قد حصلت الشركة على تمويل في البداية من عدد من المستثمرين الأفراد، وتأمل أن تحقق الاستفادة عبر بيع منتجاتها. تتوافر منتجات "يتوق" للبيع مباشرة عبر المتجر الإلكتروني الخاص بها، وأيضاً عبر الهاتف، أو عن طريق الوكلاء والموزعين للبيع من خلال منافذ البيع بالتجزئة، لدى الشركة 9 منافذ مختلفة للبيع بالتجزئة، ولكنها لا تزال تواجه صعوبات في طرح منتجاتها للبيع لدى منافذ البيع الكبيرة، والتي تلزم الشركات بدفع رسوم مرتفعة للتواجد على رفوفها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - الموقع الرسمي لشركة "PayTabs" السعودية الناشئة: <https://site.paytabs.com/ar/>، تاريخ الاطلاع 2022/05/25، الساعة 21:43.

<sup>2</sup> - الموقع الرسمي لشركة "Yatook" السعودية الناشئة: "[Yatook](https://www.yatook.com/)"، تاريخ الاطلاع 2022/05/25، الساعة 22:23.

## المبحث الثالث: واقع الثقافة المقاولاتية ونماذج لمؤسسات ناشئة في الجزائر

يعتبر دور الدولة عامل أساسي وهام جدا في إرساء الثقافة المقاولاتية في مجتمع معين، لذا دخلت الجزائر في مسيرة من التحولات في النظام السياسي والاقتصادي تهدف إلى توفير مناخ اقتصادي عام مشجع لإنشاء المؤسسات الناشئة، هذه الأخيرة تجربتها حديثة شهدت عدة عراقيل في الجزائر، ولذلك سيتم في هذا المبحث عرض عوامل ترسيخ الثقافة المقاولاتية في الجزائر، إضافة إلى واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر، ونماذج لمؤسسات ناشئة فيها والدروس المستفادة من التجارب السابقة.

## المطلب الأول: عوامل ترسيخ الثقافة المقاولاتية في الجزائر

يعتبر المقاول الجزائري نتاج الوسط الذي ينتمي إليه، وهناك عدة عوامل تؤثر عليه سواء داخلية أو خارجية، فالعوامل الداخلية تتعلق أساسا بمجموعة من الصفات الشخصية والنفسية التي تميز الفرد المقاول الجزائري وتأثر عليه لاختيار المقاولاتية، أما بالنسبة للعوامل الخارجية هناك العديد من العوامل التي تحيط بالفرد الجزائري يمكن أن تساهم في بلورة وصقل تفكيره وتشجيعه على التوجه المقاولاتي وهي:

● **الأسرة الجزائرية:** تعد العائلة وعاء للثقافة والتاريخ، إذ تؤثر حتما في طبيعة إدارة المؤسسة لأنها تساهم في بناء السلوكات التي تتحرك حول مفاهيم وقيم الثقة والتعاون والهوية، العائلة هي المجتمع الصغير ونواة المجتمع الكبير تصبغ الممارسات التسييرية للمؤسسة خاصة العائلية بقيمها، وهي حسب GRANOVETTER مثلها مثل المؤسسات الأخرى التربوية تقدم معارف ظاهرية لمختلف أعضائها وتلقنهم معرفة جماعية تمثل مجمل القيم الاجتماعية ومعايير السلوك التي تحملها المجموعة العائلية. وفي الجزائر تميزت العائلة سابقا بطبيعتها الممتدة، كما شكلت وحدة اقتصادية واحدة خاصة في الريف ضمن نسق "العشيرة" أو "الفرقة"، إن العائلة بالنسبة للمقاولين الجزائريين الشباب تعد وسطا يلعب دورا هاما في نجاحهم، خاصة وأنها مصدر أساسي يعرض لمختلف الموارد، فهي من وجهة نظر بيئية تعد وسطا مقاولاتيا تدعم على إنشاء المؤسسة وتمويلها وتشكيل مواردها البشرية... الخ، وإذا ما اعتبرت وسطا مقاولاتيا ماديا ولا ماديا، ستصبح بالإضافة إلى ما سبق وذكر عن دورها في خلق المؤسسة، مجموعة من العوامل السوسيوثقافية والثقافية المترسبة في الجماعات والأفراد وفي مختلف المؤسسات المحلية.<sup>1</sup>

● **الجامعة الجزائرية:** ليست الدراسة بمعزل عن الديناميكية الاجتماعية - الاقتصادية للمجتمع، فإلى جانب دورها التعليمي والتربوي المعتاد يتعين عليها أن تقيم جسور الالتقاء مع المقاولاتية، وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال

<sup>1</sup> - بدرابي سفيان، (2015): ثقافة المقاول لدى الشباب الجزائري المقاول دراسة ميدانية بولاية تلمسان، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، الجزائر، ص 196.

انفتاحها على المقاوالتية وتنمية الثقافة المقاوالتية لدى الشباب. ومن هنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من أجل خلق الثروات ضمن منظور مقاوالتية للتربية والتكوين، لذلك يعتبر التعليم الجامعي محورا أساسيا لتطوير مهارات المقاوالتية، وذلك من خلال المناهج الدراسية التي يجب أن تركز على تشجيع وتنمية المهارات المقاوالتية لدى الطالب، وكذلك بناء المعرفة الخاصة بالمقاوالتية وتدريب المفاهيم التي تبني عليها، عن طريق التكوين في المقاوالتية (البرامج التدريسية، المسارات المهنية والأكاديمية والورشات التدريبية... الخ)، من أجل تشجيع الطالب باعتباره عنصرا أساسيا في الثقافة المقاوالتية وتشجيع السلوكيات والممارسات المقاوالتية، من خلال تبني ودعم مختلف الأفكار وتحضيرها ثم إخراجها في شكل مشاريع، وتظهر العلاقة بين الجامعة ومؤسسات البحث بالثقافة المقاوالتية من خلال ثلاثية: التحسيس، التكوين، الدعم والمتابعة. حيث تقوم الجامعة الجزائرية بذلك من خلال إنشاء دور المقاوالتية على مستوى الجامعات والمعاهد والمدارس العليا في إطار اتفاقية تعاون مع الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاوالتية \* ANADE، وكذلك تفعيل تخصص المقاوالتية في مناهج التدريس الجامعية. وفي دراسة إحصائية على عينة من المقاولين في الجزائر خلصت إلى أن أغلبية المستطلعين يعتقدون أن التعليم يشجع روح المبادرة والإبداع ومع ذلك وجدت هذه الأغلبية أن التدريب على تسيير المشاريع لا يزال غير متوفر بالقدر الكافي في الجامعات، كما أن الدورات التي يتم تخصيصها هناك لا توفر المفاهيم الضرورية لفهم عالم المقاوالتية.<sup>1</sup>

● **هيئات الدعم والمرافقة في الجزائر:** وقد لعبت هذه الهيئات دورا أساسيا في الرفع من الثقافة المقاوالتية في المجتمع الجزائري حيث أخذت بعدين هامين هما:

أ- **الإطار التنظيمي لدعم ومرافقة المقاوالت الخاصة في الجزائر:** إن الجزائر في السنوات الأخيرة كان لها دورا رائدا في ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بعد جعلها تحت وصاية وزارة تهتم بتأهيلها وتدعيمها من جميع النواحي، كما أنشأت بعد سنة 1994 عدة هيئات عامة لتقديم المشورة الاقتصادية والفنية والمساعدات المالية لصالح المؤسسات الصغيرة

<sup>1</sup> - بدرابي سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 77-78.

\* ANADE: Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat.

والمتوسطة، والتي تتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

- إنشاء الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية \* ANADE في 08 سبتمبر 1996.
- إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار \*\* ANDI في 20 أوت 2001.
- إنشاء مشاتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاستقبال واحتضان ومرافقة المشاريع الجديدة في 25 فيفري 2003.
- إنشاء المجلس الوطني المكلف بترقية المناولة في 22 أبريل 2003 لتكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودمجها في الأسواق العالمية.
- إنشاء المجلس الاستشاري لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في 25 فيفري 2003.
- إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في 03 ماي 2005 لتجسيد سياسة التعاون والشراكة.
- بالإضافة إلى هيئات أخرى تعمل من قريب أو من بعيد على دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كالوكالة الوطنية للعقار الصناعي "ANFI"، والمجلس الوطني للاستثمار "CNI"، ومراكز تسهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ب- الإطار المالي لدعم ومرافقة المقاولات الخاصة بالجزائر: نتيجة للدور السلبي للبنوك بالرغم من تمتعها بسيولة كافية فإنه تم إنشاء صناديق ضمان القروض التالية:<sup>2</sup>
- صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "FGAR" في 11 نوفمبر 2002 وكان أول أداة مالية ساهمت في سد فراغ كبير في إشكالية الضمانات الضرورية للقروض البنكية.
- صندوق ضمان قروض استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في 19 أبريل 2004 وبدأ نشاطها الفعلي في 2006.

بالإضافة إلى بعض الصناديق الثانوية المساهمة في خدمة أصحاب المشاريع، كصندوق تدعيم التصدير، الصندوق الوطني للتنمية الفلاحية، صندوق ضمان الاستقرار للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة

1- عبد الصمد سميرة وآخرون، (2020): المرافقة المقاولاتية كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، المجلد 03، العدد 02، الجزائر، ص 62.

2- بدرابي سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 79.

\* ANADE: Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat.

\*\* ANDI: Agence Nationale de Développement de l'Investissement.

" ANFI: Agence nationale du foncier industriel.

"" CNI: Conseil National de l'Investissement.

"" FGAR: Le Fonds de garantie des Crédits aux PME.

التقليدية، صندوق الكفالة المشتركة لضمان أخطار القروض، صندوق البحث العلمي والتطوير التكنولوجي، والصندوق الوطني للتأمين على البطالة.

### المطلب الثاني: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر

الجزائر وكمثيلاتها من الدول التي سعت ومنذ الاستقلال إلى دفع عجلة النمو وتحقيق تنمية متوازنة بإعطاء الأولوية للمؤسسات الكبرى في إطار استراتيجيات الصناعات المصنعة وأقطاب النمو، غير أنه مع التغيرات المشاركة بالاقتصاديات العالمية تم التوصل إلى إعادة النظر في أسلوب التنمية وذلك بالاهتمام بالمؤسسات بكل أصنافها والتركيز على المؤسسات الناشئة خاصة، القائمة على التطور والإبداع والابتكار والبحث عن أساليب تمويلية حديثة، لهذا النوع من المؤسسات في الجزائر ضرورة ملحة خاصة بعد نجاح العديد من التجارب الدولية في هذا المجال بعد إدراكها لأهميتها ودورها التنموي الكبير باعتبارها أداة هامة لتحقيق التنوع الاقتصادي المنشود ضمن النموذج الاقتصادي الجديد.

### 1- القانون التأسيسي للمؤسسات الناشئة في الجزائر

فيما يتعلق بتشجيع الاستثمار خارج المحروقات، أقر مشروع قانون المالية لسنة 2020 تسهيلات وتحفيزات جبائية لفائدة المؤسسات الناشئة التي تنشط في مجالات الابتكار والتكنولوجيات الجديدة وإعفاؤها من الضريبة على الأرباح والرسم على القيمة المضافة بهدف مرافقتها في مرحلة الانطلاق وضمان تطويرها لاحقا، وتعكف وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة على إحداث إطار قانوني وتنظيمي وتحديد طرق تقييم أدائها للمؤسسات الناشئة من خلال وضع خارطة طريق لدعم وتمويل هذه المؤسسات بإشراك البورصة ورأس المال الاستثماري، وتحديد كيفية مساهمة المغتربين وتطبيق آليات إعفاء ضريبي "شبه كلي" لتمكين الشباب من الإسهام بفاعلية في فك ارتباط الاقتصاد الوطني بالمحروقات وتمكينها من لعب دور هام بالاقتصاد الوطني.<sup>1</sup>

كما تم إنشاء صندوق رأس مال استثماري بمشاركة البنوك العمومية والوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية بهدف تشكيل شركة لتمويل المؤسسات الناشئة، ونص قانون المالية التكميلي 2020 الذي يسمح لشركات الرسملة بجزء أكثر من 49% من حصص الشركة الناشئة بغية دعم وتمويل المؤسسات الناشئة، والذي يمثل التحدي الرئيسي لنمو هذه المؤسسات ذات القدرات العالية، وبالنسبة لشركات الرأسمال الاستثماري فقد حدد قانون 2006 مساهمة هذه الشركات في المشاريع الاقتصادية بنسبة 49%، كما تم اقتراح استحداث أربعة أنواع لمناطق اقتصادية على مستوى الوطن تكون حاضنة للمؤسسات الناشئة والاستثمارات الأخرى بمزايا مالية وجبائية مخفزة، والمؤسسة الناشئة هي

<sup>1</sup> - قشوري إنصاف وآخرون، (2020): شركات رأس المال المخاطر كآلية لتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، ص

مجموع الموارد البشرية والمادية التي ترصد لأجل ترقية فكرة إبداعية قد تكون جديدة موجودة في أسواق خارج نطاقها الذي تستهدفه، وعادة ما يكون تمويلها من متعاملين اقتصاديين كالبنوك والمؤسسات الرائدة والهيئات الحكومية الداعمة، والملاحظ في الجزائر أن أكثر من 500 ألف مؤسسة ناشئة أنشأت بتمويل من الوكالة الوطنية لتنمية وتطوير المقاولاتية، والصندوق الوطني للتأمين على البطالة، وأهم القرارات لتجسيد هذه الإستراتيجية تتمثل في:<sup>1</sup>

- إنشاء صندوق استثماري مخصص لتمويل ودعم المؤسسات الناشئة.
- إنشاء مجلس أعلى للابتكار والذي سيكون حجر الزاوية للتوجه الإستراتيجي في مجال تتمين الأفكار والمبادرات المبتكرة والإمكانيات الوطنية للبحث العلمي، في خدمة تنمية اقتصاد المعرفة.
- وضع الإطار القانوني الذي يحدد مفاهيم المؤسسات الناشئة والحاضنات وكذا المصطلحات الخاصة بالنظام البيئي لاقتصاد المعرفة، من أجل تسهيل إجراءات إنشاء هذه الكيانات علاوة على عملية إعداد النصوص التنظيمية ذات الصلة، التي ستقضي إلى مراجعة النصوص الموجودة من أجل تكييف آليات التمويل مع دورة حياة المؤسسات الناشئة.
- تحويل الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها \*ANPT إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة.
- تحويل قطب الامتياز الجهوي التكنولوجي \*\*HUB للمؤسسات الناشئة الذي يجري إنجازه من قبل شركة "سونا طراك" على مستوى حديقة الرياح الكبرى "دنيا بارك" إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة.
- تمكين حاملي المشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة من الاستفادة من المساحات المتاحة داخل المؤسسات التابعة لقطاعي الشباب والتكوين المهني على المستوى الوطني.
- تهيئة الجماعات المحلية لمساحات مخصصة للمؤسسات الناشئة مع إعطاء الأولوية للمناطق التي تتوفر فيها إمكانيات كبيرة من حاملي المشاريع المبتكرة لاسيما ولايات: بشار، ورقلة، قسنطينة، وهران، تلمسان، سطيف، باتنة، قبل توسيع هذا المسعى إلى كامل التراب الوطني.

## 2- دور حاضنات الأعمال في دعم وتطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر

تعد تجربة الجزائر في مجال حاضنات الأعمال ومشاتل المؤسسات متأخرة نوعا ما مقارنة ببعض الدول النامية والدول العربية خصيصا، حيث لم يتم صدور قانون أو مرسوم ينظم نشاط الحاضنات إلى غاية سنة 2003، باستثناء القانون

<sup>1</sup> - بوسوار لميس وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 17.

\* ANPT: Agence nationale de promotion et de développement des parcs technologiques.

\*\* HUB: Le hub d'innovation technologique.

01/18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصادر سنة 2001 والذي أشار إلى مشاكل المؤسسات، حيث ساهمت بعض الظروف في تأخر انطلاق حاضنات الأعمال في الجزائر كتنقص الإطارات والكفاءات اللازمة لإدارة وتسيير الحاضنات، ضعف الوعي السياسي والاقتصادي، ضعف التنسيق بين مختلف هيئات التنمية وتأخر صدور القوانين والمراسيم المنظمة لنشاط حاضنات المؤسسات... الخ.

فقد تطور عدد الحاضنات في الجزائر كما يلي:<sup>1</sup>

- 2009: تم إنشاء حاضنات (عنابة، وهران، برج بوعرييج، غرداية).
- 2012: تم إنشاء حاضنات (بسكرة، ميله، سيدي بلعباس، ورقلة، باتنة، أدرار، البيض، أم البواقي، خنشلة).
- 2016: تم إنشاء حاضنات (البويرة، تيارت، بشار).

إن معيار حاضنات الأعمال والمؤشر الأساسي لأدائها هو عدد المشاريع المحتضنة والجدول الموالي يوضح عدد المشاريع المحتضنة من طرف حاضنات الأعمال في الجزائر وذلك في ظل المؤسسات المنشأة خلال الفترة (2011-2017) كما يلي:

#### الجدول رقم (03-01): تطور حاضنات الأعمال في الجزائر خلال الفترة (2011-2017)

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد المشاريع المحتضنة	33	29	37	120	135	158	161
عدد المؤسسات المنشأة	19	28	37	75	84	70	83

المصدر: بوضار لميس وآخرون، (2020): واقع تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر - دراسة حالة الشركة المالية الجزائرية الأوروبية للمساهمة FINALEP، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف - ميله، الجزائر، ص 21.

يلاحظ من خلال الجدول أن عدد المشاريع المحتضنة شهدت ارتفاعا مستمرا خلال الفترة (2011-2017)، بحيث تجاوزت نسبة 100% سنة 2014 ليستمر الارتفاع ولو بوتيرة قليلة إلى غاية 2017، لكن يبقى هذا العدد لا يرقى للمستوى المطلوب مقارنة مع الدول الأخرى التي شهدت تطورات ضخمة في هذا الصدد، والسبب يعود إلى حداثة مفهوم هذه الأخيرة وقلة انتشارها ومعرفة أصحاب المشاريع بها.

<sup>1</sup> - عفاف لومايزية، (2021): حاضنات الأعمال كآلية مستحدثة لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة إلى بعض التجارب العالمية، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والأساليب المستحدثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، ص 206.

ولتسيير عمل الحاضنات أنشأت الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية بموجب المرسوم التنفيذي 04/91 الصادر في 24 مارس 2004، المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية، وهي هيئة ذات طابع صناعي وتجاري تحت وصاية وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، يوجد مقرها في الحظيرة التكنولوجية لسيدى عبد الله، وتعتبر الوكالة كوسيلة للدولة في مجال تحديد وتنفيذ السياسة الوطنية لتطوير الحظائر التكنولوجية ومن مهامها ما يلي:<sup>1</sup>

- إعداد واقتراح العناصر الأساسية للسياسة الوطنية في مجال ترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية.
- تصور ووضع الحظائر التكنولوجية الموجهة لتدعيم الإمكانيات الوطنية من أجل ضمان تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمساهمة في التطور الاقتصادي والاجتماعي.
- الإشراف على بناء هياكل الحظائر التكنولوجية.
- خلق الانسجام بين المؤسسات الوطنية للتعليم العالي والبحث والتطوير الصناعي والهيئات المختصة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في برامج تطوير الحظائر التكنولوجية.
- ضمان تنفيذ ومتابعة وتقييم التزامات الدولة في إطار الاتفاقيات الجهوية والدولية وفي مجال نشاطات الحظائر التكنولوجية.

يتمثل عمل الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية في الإعلان عن المشاريع كل عام في إطار مخطط إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية" المنبثق من الجامعات والمدارس الكبرى والمعاهد، إضافة إلى أصحاب المشاريع البطالين الذين لديهم فكرة لإنشاء مؤسسة إلكترونية ويشارك كل شخص صاحب فكرة تكنولوجية مبتكرة لخدمة مجال التكنولوجيا.

### 3- التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر

تعتبر الشركات الناشئة الجزائرية من بين الشركات العربية التي واجهت العديد من التعثرات والعقبات نذكر منها ما يلي:<sup>2</sup>

- **التمويل:** تتفق كل الشركات الناشئة بأن أبرز تحدي أمامها هو الحصول على التمويل بمختلف أشكاله. سواء كان تمويل بذرة للبدء بإطلاق الشركة أو تمويل نمو لتوسيع أعمالها أو تمويل تسريع لزيادة النمو بمعدل أسرع، هناك فجوة ما

<sup>1</sup> - حمري نجود، (2021): واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05 (قانون التجارة الإلكترونية)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، ص 14.

<sup>2</sup> - دينايو أنفال عائشة، (2020): المؤسسات الناشئة قاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني "التحديات وآليات الدعم"، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، ص 333.

بين الشركات الناشئة المناسبة لتلقي النمو، والمستثمرين (أفراد أو شركات) الذين يعرضون أموالهم لضخها فيها. لكن التمويل لا يمثل مشكلة للجميع مع أنه تحدي مهم، هناك العديد من الشركات الناشئة الجزائرية التي مولت نفسها بنفسها ورفضت عروض التمويل التي وصلتها كونها لم تتفق مع رؤيتها.

● **السوق الصغير:** مع أن الشركات الناشئة الجزائرية عددها قليل إلا أن هذا له تبريره بصغر حجم السوق العربي عموماً والجزائري خصوصاً، فهناك عدة عوامل تلعب دور يجعله صغيراً سواء عدد السكان، نسبة انتشار الإنترنت، تسهيل الدفع الإلكتروني،... الخ.

● **التشريعات:** الجزائر لا تحوي قوانين الشركات الخاصة بها على أية مواد تتعلق بالشركات الناشئة، بل معظمها قوانينها تعود لعقود مضت لم تكن قد ظهرت فيها عبارة الشركات الناشئة حتى، ومعاملة الشركة الناشئة مثلها مثل أي شركة محدودة المسؤولية يضيف عليها أعباء لا تتناسب مع طبيعتها.

● **رواد أعمال بدون خبرة:** تأسيس شركة ناشئة يحتاج لخبرات متنوعة من رواد الأعمال.

● **فريق العمل:** تعاني الشركات الناشئة التقنية تحديداً من عدم قدرتها بسرعة الحصول على موظف مناسب لإنجاز مشروع مستعجل.

● **توظيف المواهب المناسبة:** حتى إذا امتلك صاحب المشروع المهارات الإدارية المطلوبة، فإنه سيظل بحاجة إلى إيجاد المواهب المناسبة للعمل معه لضمان نجاح شركته الناشئة.

● **ضعف مهارات البحث عن التمويل:** يجب النظر إلى الخطط المستقبلية وجمع الأموال بناء على احتياجات الشركات الناشئة في الوقت الحالي والمستقبلي.

● **تقديم المنتج المناسب للسوق المناسب:** يجب اختيار الوقت المناسب لتقديم منتج يتناسب مع احتياجات المستهلكين وتطلعاتهم وتوقعاتهم، ويجب أن يحل مشكلة لا تعالجها المنتجات التي في السوق.

● **مشكلة تسويق المشروع:** ينبغي اختيار اتجاهات التسويق التي تناسب المشروع، والقنوات التسويقية المناسبة، والبدء بإعداد خطة وميزانية للوصول للعملاء والعملاء المحتملين.

يصعب على المؤسسة الناشئة تحديد نقاط قوتها وضعفها في بدايات نشاطها، وبالتالي كسب ميزة تنافسية في مجالها ليس بالأمر الهين خاصة وأن السوق غالباً ما يكون لديه قاداته الذين يديرونه من موردين ومنتجين، وحتى المستهلك من

- الصعب جذبه نحو استهلاك منتج جديد أو استعمال علامة جديدة، إذن ستظهر تحديات أمامها وعراقيل قد تحول دون توسعها وإمكانية إفلاسها ومن الأسباب التي يمكن أن تؤدي إلى فشلها:<sup>1</sup>
- إهمال دراسة الجدوى، إذا كانت دراسة جدوى المشروع وعوائده المتوقعة وتكاليفه ومخاطره مبنية على معلومات غير دقيقة وتتسم بالعمومية سيجعلها في الأجل القريب مهددة بصرف الكثير من الأموال والجهد والوقت دون رقابة أو مراعاة لمحدودية قدراتها.
  - عدم دراسة السوق، وإجراء تحليل المستهلك إن كان فعلا يحتاج هذا المنتج أو الخدمة، المنافس وموقعه في السوق، الموردین ومدى تعاونهم وتحليل البيئة العامة.
  - عدم التركيز على هدف محدد ورؤى واضحة لمستقبل المؤسسة وإستراتيجيتها التي ستتبنها في المراحل التالية من فترة حياتها.
  - الاعتماد على صيغ تمويل خاطئة كالقروض قصيرة الأجل أو صيغ تمويل لا تصل فيها نسبة صاحب المشروع أحيانا إلى 10% كما هو الحال في حالة القرض المصغر.
  - عدم وجود الحافز والحماس للمضي في المشروع في ظل تشكيل فريق عمل يسوده الصراع.
  - نقص الاستشارة المتخصصة وهيئات المرافقة والتأهيل الحكومية منها والخاصة.
  - العوائق اللوجستية أمام الراغبين في التصدير كما يحدث للفائض من المنتجات الزراعية في الجنوب.
  - فكرة المنتج قد تكون متقدمة ولم تتميز بأي إضافة أو قيمة للمستهلك أو عدم تطويرها بعد إطلاقها والاكتفاء بمداخلها الأولية التي سرعان ما تتراجع مع وجود منافسة وبدائل.
  - الهيكل التنظيمي يتسم بالركود الإبداعي ولا يحدث هندسة للموارد البشري دوريا لتحسين أدائه ورفع كفاءته.

#### 4- آفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر

يعتبر موضوع المؤسسات الناشئة من أكثر المواضيع التي تسلطت عليها الأضواء في بيئة الأعمال الجزائرية مؤخرًا، وتجدر الإشارة أن الجزائر تأخرت قليلا في إطلاق هذا النوع من المشاريع خاصة في ظل التأخر التكنولوجي في جميع الأصعدة، بالإضافة إلى ضعف الإنفاق الحكومي على البحث العلمي والتطوير الذي لم يتجاوز 07% من إجمالي الناتج المحلي لسنة 2016 محتلة بذلك المرتبة 64 على المستوى العالمي، بالرغم من وجود بعض المبادرات المحدودة في إنشاء شركات ناشئة، إلا أنه ولحد الآن لا توجد تجربة رائدة، ويلاحظ أن أغلب المؤسسات الناشئة تنشط في مجال التسويق

<sup>1</sup> - هشام بروال وآخرون، (2017): التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 20، العدد 03، الجزائر، ص

الإلكتروني، حيث أنها مجرد محاكاة لتجارب سابقة في العالم، كما هو الحال بالنسبة لأنجح الشركات الناشئة على المستوى الوطني "شركة واد كنيس" وهو موقع إلكتروني مخصص للإعلانات تم إطلاقه سنة 2006، وهو عبارة عن إعادة لفكرة تم تطبيقها في فرنسا.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: عرض نماذج لمؤسسات ناشئة في الجزائر والدروس المستفادة من التجارب السابقة

يلاحظ الاهتمام الكبير الذي يحظى به موضوع المؤسسات الناشئة في الجزائر خلال السنوات الأخيرة سواء من قبل السلطات الرسمية أو الهيئات الأكاديمية، إلا أن هذا النوع من المؤسسات تواجهه العديد من الصعوبات، نظرا لحدائثة عهدا في الجزائر من جهة، ومن جهة أخرى بسبب كون هذا النوع يتبنى الأفكار المستحدثة والإبداعية. ولذلك سيتم في هذا المطلب عرض بعض النماذج لمؤسسات ناشئة جزائرية والدروس المستفادة من التجارب السابقة.

#### 1- عرض نماذج لمؤسسات ناشئة في الجزائر

تعتبر فكرة المؤسسات الناشئة من الأفكار الجديدة في بيئة الأعمال الجزائرية، حيث سيتم عرض بعض النماذج لمؤسسات ناشئة جزائرية.

#### 1-1- موقع Siamois QCM\*

هي عبارة عن منصة تدريب الكترونية لطلاب الطب الجزائريين وأولئك الذين يستعدون لامتحان الإقامة. يتيح لهم توفير الكثير من الوقت والمال، ولكن قبل كل شيء، يساعدهم على أن يكونوا أكثر تنظيما في عملهم. يحتوي على أكثر من 50.000 استبيان متعدد الخيارات وحالات سريرية مصنفة حسب الموضوعات والمصدر وقريبا حسب الصعوبة. يمكن للطلاب إضافة أسئلة التصفية حسب النوع وأعضاء هيئة التدريس وبعض التفضيلات الأخرى، ويمكنهم إضافة ملاحظاتهم وتنظيم الأسئلة في قوائم التشغيل. كما يقدم أيضا تعليقات للمستخدمين على كل سؤال وبيانات تحليلية حول أدائهم.

طريقة التسجيل في الموقع سهلة جدا، حيث يجب النقر فوق "إنشاء حساب" في الصفحة الرئيسية وملء المعلومات، سيتم إرسال بريد الكتروني إلى صندوق الوارد الخاص بالطالب للتحقق من صحة الحساب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - بوضوار لميس وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 22.

<sup>2</sup> - موقع Siamois QCM: <https://siamois.co> ، تاريخ الاطلاع 2022/05/27، الساعة 22:51.

\* QCM: questionnaire à choix multiples.

**1-2- Batolis موقع**

هو موقع المبيعات عبر الإنترنت 100٪ جزائري، الذي تم إنشاؤه في عام 2015 من قبل شركة "مامس بروس". يقدم للزبائن (رجال، نساء وأطفال) مجموعة واسعة من المنتجات من مختلف العلامات التجارية والتي يتم استحداثها تدريجياً لتناسب جميع الميزانيات.

إن هدفه الأول هو تسهيل الحياة اليومية لجميع الجزائريين من خلال تلبية احتياجاتهم أينما كانوا: في المنزل أو في المكتب، باستخدام الهواتف المحمولة أو أجهزة الكمبيوتر. سواء ليلاً أو نهاراً، يمكن للعميل الوصول إلى متجر على شبكة الإنترنت في أي وقت، دون الانشغال بخصوص فتح وإغلاق المتجر، الاختناقات المرورية، بحث عن مواقف السيارات... الخ. وكل هذا في بضع نقرات.

يمكن للعميل تجهيز مطبخه من الموقع بأسعار معقولة وأجهزة عملية وفعالة في متناول جميع الميزانيات، كما يوجد في Batolis أفضل منتجات الجمال والهواتف والألعاب للأطفال... الخ. كما يمكن الطلب على الموقع في أي وقت وبكل سهولة وأمان حيث تتوفر خدمة التوصيل إلى 58 ولاية ويكون الدفع عند الاستلام.<sup>1</sup>

**1-3- منصة Sekoir**

مع تزايد عدد الجزائريين الذين يعملون كعمال أحرار على شبكة الإنترنت، بمختلف المواقع العالمية الخاصة بالعمل الحر عبر الإنترنت، ظهر مشكل تحويل الأموال المتحصل عليها من طرف هؤلاء العمال الأحرار الجزائريين إلى الجزائر بالعملة الوطنية الدينار الجزائري، فرغم التعلية الجديدة للبنك المركزي الجزائري بخصوص سحب الأموال الناتجة عن الخدمات المقدمة على شبكة الإنترنت خارج الوطن، إلا أن الكثيرين متخوفين من جدية الأمر.

وفي إطار السعي للمساهمة في النهوض بالعمل عبر الإنترنت في الجزائر مؤخراً تم الإعلان عن الانطلاق الرسمي لمنصة "سكوار" لتبادل العملات عبر الإنترنت، فحسب القائمين على الموقع فإنهم يرفعون شعار الموقع الأكثر أمناً وسرعة لتبادل العملات الإلكترونية في الجزائر.

من خلال الخدمات التي تقدمها منصة "سكوار" فإن هذا الموقع سيمكّن من سحب أموال العمال الأحرار بالدينار الجزائري، بالإضافة إلى شحن البطاقات والحسابات البنكية الإلكترونية مثل (بايسيرا، بايونير، باييال، برفكت موني... وغيرها) بالدولار واليورو مقابل الدينار.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - موقع Batolis: <https://batolis.co>، تاريخ الاطلاع 2022/05/28، الساعة 23:24.

<sup>2</sup> - منصة Sekoir: <https://www.sekoir.com>، تاريخ الاطلاع 2022/05/28، الساعة 23:31.

## 1-4- منصبة Yassir

إن الجزائر لا تقاوم ظاهرة تعقيد النقل. لذا قام مهندسان جزائريان، صديقان منذ مقاعد المدرسة الوطنية للفنون التطبيقية في الجزائر العاصمة، بإطلاق في سبتمبر 2017 خدمة "يسير"، أول منصبة \*VTC (سيارات نقل بسائق) في البلاد.

يربط "يسير" المستخدمين بسائقي سيارات الأجرة الذين تم تحديد موقعهم الجغرافي باستخدام هواتفهم الذكية. ويتم احتساب السعر وفقاً للمسافة والمدة المقدرة للرحلة. تتقاضى المنصبة عمولة تتراوح بين 20 و 25% من التكلفة. يتطلب استعمال الخدمة من الزبون التسجيل في تطبيق "يسير"، وذلك من خلال ملاً الاستمارة المقدمة لهذا الغرض. حيث يجب على الزبون ملاً جميع المعلومات الضرورية (الاسم، العنوان ورقم الهاتف) لاستكمال تسجيله، وأي تسجيل غير مكتمل يعتبر ملغياً.

تعتمد خدمة "يسير" على مبدأ تحديد الموقع الجغرافي، حيث يجب على أي زبون يرغب في القيام برحلة أن يدخل إلى التطبيق، وعليه فقط إدخال وجهته، يتم عرض سعر الرحلة على شاشته ويمكن للزبون بعد ذلك تأكيد الطلب بالضغط على زر "طلب يسير". فيتم إرسال الطلب على الفور إلى السائق الشريك الأقرب إلى موقع الزبون، بمجرد قبول الطلب من قبل هذا الأخير، يمكن أن تبدأ الرحلة.

يتعين على الزبون الدفع للسائق الشريك نقداً بعد أداء الخدمة، وقد يختار العميل الدفع مقابل خدمته عن طريق البطاقة البنكية أو بطاقة الائتمان بمجرد توفر طريقة الدفع هذه. يتم تحديد أسعار الخدمة مسبقاً من قبل الشركة ويتم الإشارة إليها بوضوح على تطبيقات "يسير" و"يسير شفور"<sup>1</sup>.

## 2- سبل تعزيز الثقافة المقاولاتية ودعم المؤسسات الناشئة بالاستفادة من التجارب السابقة:

- ❖ يمكن إجمال الدروس المستفادة من التجارب السابقة في الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة كما يلي:
- ❖ وضع تعريف واضح ومحدد للمقاولات ينص على ضرورة القضاء على كافة العقبات التي تواجه المقاولات ومحاوله تذليلها.
- ❖ تنظيم الإعفاءات من الضرائب والرسوم ووضع القواعد والنظم التي بموجبها تشجع الثقافة المقاولاتية.
- ❖ السياسات المالية والاقتصادية الموجهة لتشجيع وتنمية وتطوير الثقافة المقاولاتية والتي تتمثل في سياسات حماية المنشآت من الإفلاس وسياسات إعفائها من الضرائب وسياسات التدريب والتمويل.

<sup>1</sup> - منصبة Yassir: <https://yassir.com> ، تاريخ الاطلاع 2022/05/30، الساعة 23:50.

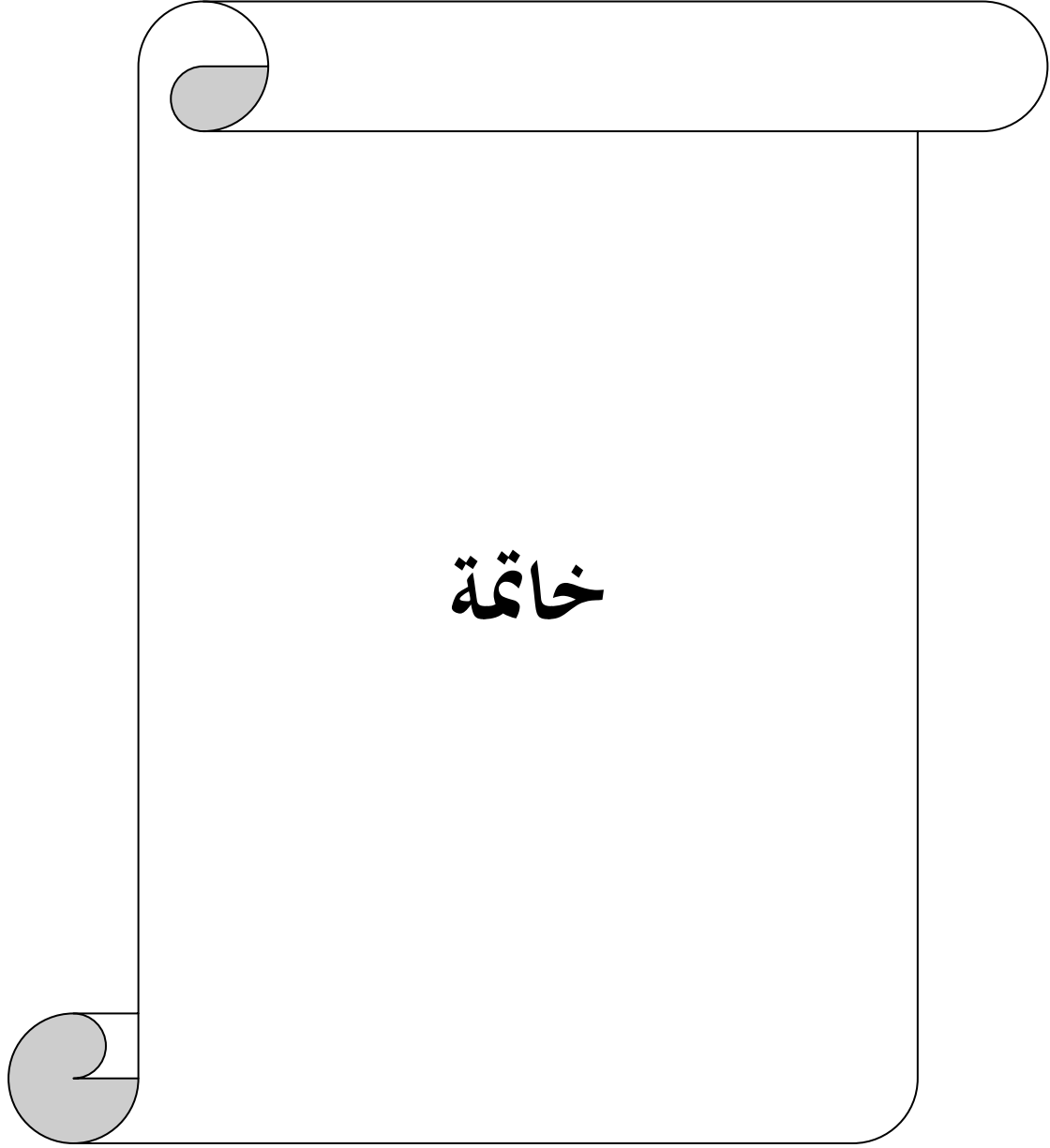
\* VTC: voiture de transport avec chauffeur.

- ❖ إنشاء العديد من المؤسسات والهيئات التي لها دورا أساسيا في الرفع من الثقافة المقاولاتية في المجتمع.
- ❖ العمل على تعزيز الثقافة المقاولاتية في الجامعات من خلال المنح الدراسية للشركات الناشئة.
- ❖ تقديم الجامعات برامج تعليمية متكاملة في تخصص المقاولاتية.
- ❖ إقامة أسبوع من كل عام يسمى أسبوع المقاولاتية لتشجيع الثقافة المقاولاتية ولتحفيز الشباب على ممارسة العمل المقاولاتي.
- ❖ تصميم مواقع تعليمية على الانترنت تتيح التعرف على قدرات الطلبة، والتفاعل مع المعلمين المختصين لاستكشاف قدرات الطلبة الريادية ومهاراتهم.
- ❖ القيام بحملات إعلامية واسعة تستهدف الشباب من مختلف الأعمار لتشجيعهم على الثقافة المقاولاتية والعمل الحر، وتعتمد هذه الحملات الإعلامية على سرد القصص الحقيقية للرياديين ورجال الأعمال المعروفين في بيئة الأعمال.
- ❖ ابتكار أفكار جديدة ومبتكرة مثل فكرة شركة "Uber" وفكرة شركة "FlixBus" وفكرة شركة "Kitopi".
- ❖ التشجيع على الابتكار والتطوير التقني في الشركات الناشئة.
- ❖ تنويع مصادر تمويل الشركات الناشئة وتحديثها كتحفيز ملائكة الأعمال على الظهور وتفعيل دور شركات رأس المال المخاطر،

## خلاصة الفصل

تعتبر المؤسسات الناشئة مصدرا رئيسيا للثروة وخلق مناصب الشغل، ونتيجة للتطورات التي شهدتها عولمة الاقتصاد خضعت هذه الأخيرة لاهتمام خاص من قبل العديد من الدول، وحتى تؤدي هذه المؤسسات دورها بشكل فعال وجب عليها أثناء دورة حياتها وباختلاف مراحلها استثمار الكثير من الوقت والمال في عملية رصد ومتابعة وتحليل مختلف التغيرات الحاصلة في بيئتها التسويقية على المستويين الداخلي والخارجي.

وقد اهتمت الدول الأجنبية والعالم العربي عامة والجزائر خاصة بالمؤسسات الناشئة نظرا إلى الأهداف التي أنشأت من أجلها ومحاور التنمية المستقبلية، وباعتبارها أداة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.



خاتمة

عرف موضوع الثقافة المقاولانية في الآونة الأخيرة أهمية بالغة في مختلف القطاعات والأنشطة، نظرا لآثاره الهامة على مستوى تطور الأمم ورفاهيتها في إنشاء المؤسسات الناشئة، فالفعل المقاولاني لا يمكن أن يتواجد ويزدهر في أي مجتمع إلا بتوافر المناخ الثقافي والبيئة الاجتماعية الملائمة والمحفزة على خلق الثقافة المقاولانية، التي تصبح تباعا متضمنة في سلوك الأفراد وطريقتهم في الحياة، فمن خلال الثقافة المقاولانية تولد الأفكار والإبداعات وتنطلق القدرات وتنشأ المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الناشئة بصفة خاصة، ومن ثم تحقق الأهداف التنموية والمكاسب الاجتماعية على المستويين الفردي والجماعي، حيث تدعم المؤسسات الاقتصادية الكبرى في المجتمع، بما يساعد على التوازن الاقتصادي بين القطاعين العام والخاص، حيث تخفض نسبة البطالة وتعزز القدرة على المنافسة وتستغل الطاقات المنتجة أمثل استغلال في تنمية المجتمع وترقية نشاطاته الإبداعية. وعليه فإن الشرط الأساسي لترقية المقاولانية يكمن في ترسيخ ونشر الثقافة المقاولانية بين مختلف شرائح المجتمع خاصة فئة الشباب حاملتي الشهادات، وذلك عن طريق التعليم المقاولاني الذي يعتبر أهم عامل في ترسيخ ونشر الثقافة المقاولانية حيث يتم تدريس مقاييس تتعلق بإنشاء المؤسسات وتسييرها في التخصصات الاقتصادية وغيرها، وزيادة الملتقيات والمحاضرات عن الفكر المقاولاني في مختلف كليات الجامعة، وكذا العمل على تحسيس الطالب إلى أن المقاول اختيار وليس بديل في ظل عدم وجود فرص للتوظيف.

لقد تصاعد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة مؤخرا بسبب خصوصيتها الاقتصادية وأهميتها وتعدد الأطراف المهتمة بها، حيث أصبحت أداة فعالة في تنمية النسيج الاقتصادي والاجتماعي نظرا لأهميتها الاستثمارية والتنموية والناجحة عن انخفاض تكلفة إنشائها وانتشارها الجغرافي الواسع، وكذا تقديمها خدمات واسعة تستفيد منها جميع القطاعات. وحتى تقوم المؤسسات الناشئة بالدور التنموي المرجو منها في مختلف البلدان المتقدمة والنامية، كان لزاما على هذه الأخيرة خلق آليات جديدة تدعم وتشجع هذه المؤسسات في مرحلة التأسيس والانطلاق والتشغيل في ظل العراقيل التي تعيق نموها خاصة عائق التمويل، وذلك باستحداث منصات رواد الأعمال التي تتمثل في حاضنات الأعمال، مسرعات الأعمال ومساحات العمل المشتركة، والتي تعد من أهم وسائل الدعم والمساندة لتنمية ورعاية المؤسسات الناشئة على المستوى العالمي من خلال توفير بيئة ملهمة ومحفزة لاحتضانها في مختلف مراحلها.

## 1. نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إبرازها في النقاط التالية:

- ❖ الثقافة المقاولانية هي الركيزة الأساسية لنجاح إنشاء المؤسسات الناشئة.
- ❖ لدفع الشباب نحو إنشاء المؤسسات الناشئة على الدولة تنمية روح المقاول ونشر الثقافة المقاولانية، كونها محركا أساسيا لعملية التنمية.

- ❖ لنشر الثقافة المقاولاتية يجب أن يكون هناك إرادة حقيقية من الدولة لتوفير المناخ الملائم والإمكانات اللازمة لتحقيق درجات عالية من الوعي بجانب المقاولاتية.
- ❖ يساهم (المحيط الاجتماعي والأسرة، الجامعة والتكوين، الدين، العادات والتقاليد) كمقومات للثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الناشئة.
- ❖ يعتبر التعليم المقاولاتي أهم عامل في ترسيخ الثقافة المقاولاتية.
- ❖ إنشاء وتطوير الشركات الناشئة يتطلب إطارا شاملا ومتكاملا يسمح بالتفاعل الايجابي بين الخصائص الفردية للمقاول والعوامل الاجتماعية والاقتصادية التي تميز محيطه بدءا من توفير ثقافة وتعليم يحفز على الإبداع وريادة الأعمال، محيط مؤسسي ومناخ أعمال مشجع، سهولة الحصول على التمويل من مصادر متنوعة ومستحدثة، تتلاءم مع طبيعة الأعمال في الشركات الناشئة مثل شركات رأس المال المخاطر، ملائكة الأعمال والتمويل الجماعي، وأخيرا توفير أجهزة دعم ومرافقة تقدم خدمات متكاملة كالحاضنات.
- ❖ توجد عدة تجارب أجنبية وعربية ناجحة في تعزيز الثقافة المقاولاتية.
- ❖ هناك نماذج أجنبية وعربية لمؤسسات ناشئة ناجحة مثل شركة "Uber" وشركة "FlixBus" وشركة "Kitopi" وشركة "Pure Harvest Smart farms" لأن لديهم أفكار جديدة مبتكرة، يمكن للجزائر وأي دولة ترغب في إنشاء مثل هذه المؤسسات الناشئة الاستفادة منهم.
- ❖ تساهم الثقافة المقاولاتية بشكل جيد في إنشاء مؤسسات ناشئة في الدول الأجنبية محل الدراسة، بينما تساهم الثقافة المقاولاتية بشكل مقبول في إنشاء مؤسسات ناشئة في الدول العربية محل الدراسة.
- ❖ إن الشركات الناشئة والأنشطة المقاولاتية عموما في الجزائر تعاني من عدة نقائص في كل المجالات.

## 2. اختبار الفرضيات

- من أجل القيام بهذه الدراسة تم وضع مجموعة من الفرضيات وكانت الإجابة عليها كما يلي:
- ❖ **الفرضية الأولى:** تساهم الثقافة المقاولاتية بشكل جيد في إنشاء مؤسسات ناشئة في الدول الأجنبية محل الدراسة.
- الفرضية محققة، حيث من خلال الدراسة تبين أن للثقافة المقاولاتية دور هام في إنشاء المؤسسات الناشئة في كل من اليابان، ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية. بالنسبة لليابان عملت على تعزيز الثقافة المقاولاتية من خلال وضع تعريف واضح ومحدد للمقاولات، فقد نص القانون الأساسي للمقاولات على ضرورة القضاء على كافة العقبات التي تواجه المقاولات ومحاولة تذليلها، كما نظم الإعفاءات من الضرائب والرسوم ووضع القواعد والنظم التي تقوم الحكومة اليابانية بموجبها بتشجيع الثقافة المقاولاتية، وقامت اليابان بإنشاء العديد من المؤسسات والهيئات التي لعبت دورا أساسيا في الرفع من الثقافة المقاولاتية في المجتمع، كما تم في هذه الدراسة التطرق إلى بعض المؤسسات الناشئة في

اليابان مثل شركة "دونات روبوتكس" التي استثمرت جائحة كورونا وابتكرت قناعاً ذكياً لتغطية الوجه، ومصمماً لتسهيل التواصل والتباعد الجسدي، وشركة "Hirotu Bio Science" التي حققت إنجازاً كبيراً في مجال التكنولوجيا الحيوية، حيث نجحت في التعرف على إصابة مرضى بسرطان البنكرياس بدقة 100% وأنواع أخرى من السرطانات، بفضل استخدام ديدان مستديرة معدلة جينياً.

أما بالنسبة لألمانيا فهي تعمل على تعزيز الثقافة المقاولاتية في الجامعات من خلال المنح الدراسية للشركات الناشئة في مجال العلوم، كما تقوم بحملة بدء التشغيل "GO" التي تهدف إلى تعزيز بدء الأعمال التجارية، وتعزيز الثقافة المقاولاتية في ألمانيا. كل هذا ساهم بشكل جيد في إنشاء مؤسسات ناشئة في ألمانيا حيث تم التطرق إلى شركة "FlixBus" وهي شركة رائدة في السوق وليس فقط في ألمانيا، فقد تحولت من شركة ناشئة ألمانية إلى رقم 01 في أوروبا وشركة "Omio" وهي واحدة من أعلى الشركات التقنية قيمة في ألمانيا.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية من أجل تعزيز الثقافة المقاولاتية تقدم الجامعات الأمريكية برامج تعليمية متكاملة في تخصص المقاولاتية، كما تقوم بإعطاء مساقات علمية عديدة في هذا المجال، ويقام في الولايات المتحدة الأمريكية أسبوع من كل عام يسمى أسبوع المقاولاتية لتشجيع الثقافة المقاولاتية ولتحفيز الشباب على ممارسة العمل المقاولاتي، كما تقوم بتصميم مواقع تعليمية على الانترنت تتيح التعرف على قدرات الطلبة، والتفاعل مع المعلمين المختصين لاستكشاف قدرات الطلبة الريادية ومهاراتهم، وتقوم بحملات إعلامية واسعة تستهدف الشباب من مختلف الأعمار لتشجيعهم على الثقافة المقاولاتية والعمل الحر. كل هذا جعل من الولايات المتحدة الأمريكية الموطن الأساسي للشركات الناشئة في العالم، حيث تم التطرق إلى شركة "Uber" وهي شركة نقل أمريكية ناشئة تعمل عبر شبكة الانترنت، توفر الشركة خدمة النقل بين المدن والمحافظات والأحياء بمنتهى السهولة والأمان والرفاهية. وتطبيق "Snapchat" وهو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة.

#### ❖ الفرضية الثانية: هناك نماذج عربية ناجحة لمؤسسات ناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية.

الفرضية محققة، لقد تبين من خلال الدراسة أن هناك نماذج ناجحة لمؤسسات ناشئة في الإمارات العربية المتحدة، الأردن والمملكة العربية السعودية. بالنسبة للإمارات العربية المتحدة تشتهر بالفرص الهائلة المتاحة وبمنظومة الشركات الناشئة المتميزة فيها، حيث تم التطرق إلى شركة "Pure Harvest Smart farms" وهي شركة تقنية تحاول إحداث ثورة في السوق الزراعية في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال معالجة مشكلة الأمن الغذائي. وشركة "Kitopi" وهي شركة ناشئة ناشطة في مجال المطابخ السحابية، تميزت هذه الشركات بالنجاح وذلك راجع إلى دعم وتعزيز الإمارات العربية المتحدة للثقافة المقاولاتية، من خلال السماح للشركات ذات الأصول الأجنبية بنسبة 100% بالتنافس في قطاعات محددة، وتقديم تأشيرات ممتدة لرواد الأعمال والمستثمرين، واجتذاب الشركات التقنية إلى

الإمارات العربية المتحدة من خلال سياسات الضرائب والاستثمار وتوفير تمويل إضافي ودعم للأعمال الصغيرة، بالإضافة إلى مجلس دبي المستقبلي للنشاط المقاولاتي.

أما بالنسبة للأردن فهي تمثل نموذجاً فريداً في احتضان الشركات الناشئة الريادية ورعايتها، حيث تم التطرق إلى شركة "MRAYTI" وهي أول صالون تحميل متنقل متخصص في الأردن. وشركة "MellBell Electronics" وهي مثال على شركة ناشئة في مجال التكنولوجيا ذات إمكانات وكثافة تصدير عالية. تميزت هذه الشركات بالنجاح وذلك راجع إلى دعم الثقافة المقاولاتية في الأردن حيث تأسست فيها جمعية الرواد الشباب عام 1998 كمؤسسة غير ربحية تهدف إلى إيجاد رواديين شباب من خلال تبادل الآراء والبعثات الدراسية والتعليم والتدريب والتأييد والدعم، كما توجهت السياسات في الأردن نحو دعم الثقافة المقاولاتية من خلال رعاية الشباب في العديد من المجالات والاهتمام بالطفل وتوفير بيئة وحياة أسرية داعمة له، حيث تعددت المبادرات المقاولاتية لدعم الشباب وتوفير البيئة المحفزة للإبداع وتنمية الثقافة المقاولاتية لديهم.

وفي المملكة العربية السعودية التي تعمل على دعم ريادة الأعمال، والتشجيع على الابتكار والتطوير التقني في الشركات الناشئة، تم في هذه الدراسة التطرق إلى شركة "PayTabs" وهي شركة ناشئة ومبتكرة تقوم بمعالجة الدفعات الاقتصادية، حيث تم تصميم خدماتها لتزويد المشتريين والبائعين بتقنيات متقدمة للدفع والحصول على أموالهم بعيداً عن عمليات الاحتيال، وشركة "Yatook" وهي شركة ناشئة لإنتاج وبيع عبوات من القهوة العربية سريعة التحضير. تميزت هذه الشركات بالنجاح وذلك راجع إلى دعم الثقافة المقاولاتية في المملكة العربية السعودية، حيث أن بعض الجامعات الحكومية في السعودية يتوافر لديها بنية تحتية مساندة للتعليم والبحث في مجال المقاولاتية الذي يعتبر عاملاً من عوامل ترسيخ الثقافة المقاولاتية، كمراكز البحث وحاضنات الأعمال ومركز الإبداع والابتكار. كما تقوم المملكة العربية السعودية بتقديم نشاطات وبرامج إدارة ريادة الأعمال التقنية وهي في مجملها برامج ونشاطات متكاملة فيما بينها تسعى إلى غرس الثقافة المقاولاتية وتطوير الفكر الريادي للطلاب.

❖ **الفرضية الثالثة:** يمكن للجزائر الاستفادة من تجارب الدول محل الدراسة لتطوير المؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية.

الفرضية محققة، لقد أثبتت الدراسة أنه بعد التطرق إلى بعض التجارب الناجحة في دعم وتنمية وتعزيز الثقافة المقاولاتية ودورها في إنشاء المؤسسات الناشئة، تطلب دراسة الواقع الحالي للاقتصاد الجزائري، حيث تبين من خلال هذه الدراسة وجود صعوبات وعراقيل ميدانياً للمقاولين الشباب في الجزائر في إنشاء مؤسساتهم الناشئة بدءاً من الترسنة القانونية القديمة للاستثمار وصولاً إلى طرق التمويل التقليدية التي تتعارض أحياناً مع مقوماتهم الدينية، وعليه يمكن للجزائر الاستفادة من تجارب بعض الدول لتطوير المؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الثقافة المقاولاتية،

ومن بين الدروس التي يمكن للجزائر الاستفادة منها العمل على تعزيز الثقافة المقاوالتية في الجامعات من خلال المنح الدراسية للشركات الناشئة، وإقامة أسبوع من كل عام يسمى أسبوع المقاوالتية لتشجيع الثقافة المقاوالتية ولتحفيز الشباب على ممارسة العمل المقاوالتية، بالإضافة إلى تنظيم الإعفاءات من الضرائب والرسوم ووضع القواعد والنظم التي بموجبها تشجع الثقافة المقاوالتية.

### 3. اقتراحات الدراسة

من خلال النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة تم استخلاص بعض الاقتراحات والتي تتمثل في ما يلي:

- ❖ إدراج مادة المقاوالتية ضمن المناهج والبرامج التدريسية لكل الشعب والتخصصات وكل الأطوار.
- ❖ إعادة بناء منظومة التكوين المهني والتعليم العالي وذلك من أجل توجيه الطلبة نحو تكوين يتلاءم مع ميولاتهم وقدراتهم.
- ❖ تشجيع التبادل والشراكة بين مؤسسات التكوين المهني، ومؤسسات البحث والتطوير مع المؤسسات الكبرى.
- ❖ دعم وتشجيع حاضنات الأعمال العامة والمتخصصة وخاصة التقنية منها.
- ❖ تنمية الدوافع الإيجابية لدى المقاولين.
- ❖ تشجيع القطاع الخاص على المساهمة في نشر الثقافة المقاوالتية وتنمية روح المبادرة.
- ❖ ضرورة التفكير في خلق منظومة متكاملة تعمل على نشر الثقافة المقاوالتية وإنعاش الحس المقاوالتية في المجتمع.
- ❖ ضرورة زيادة الإنفاق الحكومي على البحث والتطوير وربط الجامعة ومراكز البحث العلمي ببيئة الأعمال وهذا من أجل تعزيز فرص ظهور الأفكار الإبداعية وإنجاح عملية تميمها في إطار شركات ناشئة.
- ❖ العمل بجدية أكبر على تحسين مناخ الأعمال حتى يصبح عامل جذب للأفراد الراغبين في إنشاء شركاتهم والتركيز على تسهيل الإجراءات الإدارية والحصول على العقارات وتوفير المعلومات.
- ❖ ضرورة تنويع مصادر تمويل الشركات الناشئة وتحديثها كتحفيز ملائكة الأعمال على الظهور والتنظيم في شكل جمعيات، تفعيل دور شركات رأس المال المخاطر وتوجيهها نحو تمويل الشركات الناشئة إضافة إلى استحداث إطار قانوني يسمح بنشاط التمويل الجماعي على منصات الانترنت، بالإضافة إلى العمل على عصرنه المنظومة المالية البنكية والتمويل الإسلامي وتطويرها لتواكب التطور الحاصل في التعاملات الاقتصادية والأسواق العالمية كالدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

# قائمة المراجع

❖ باللغة العربية

1. العبادي هاشم فوزي، (2008): إدارة التعليم الجامعي، مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
2. بلال خلف السكارنة، (2008): الريادة وإدارة منظمات الأعمال، الطبعة 03، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
3. عبد الباسط وفاء، (2001): مؤسسات رأس مال المخاطر ودورها في تدعيم المشروعات الناشئة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
4. عمر علاء الدين زيداني، (2008): ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.
5. فلاح حسن الحسيني، (2006): إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، الأردن.
6. كامل بكري، (1988): التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
7. مجدي عزيز إبراهيم، (2007): موسوعة المعارف التربوية، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
8. مجدي عوض مبارك، (2009): الريادة في الأعمال، الطبعة 01، عالم الكتب الحديث، الأردن.
9. مجموعة من العلماء والباحثين، (1999): الموسوعة العربية العالمية، الطبعة الثانية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية.
10. محمود جاسم الصميدعي وآخرون، (2015): التسويق المصري، دار وائل، الأردن.
11. مهدي التميمي، (2007): مهارات التعليم: دراسات في الفكر والأداء التدريسي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن.
12. مهند حامد وآخرون، (2007): نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة، الطبعة الأولى، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، فلسطين.
13. نجم عبود نجم، (2015): القيادة وإدارة الابتكار، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
14. وفاء بنت ناصر المبيريك، (2009): المنشآت الصغيرة: الإدارة والتأسيس، الطبعة الأولى، دار الجامعة، القصيم، المملكة العربية السعودية.

## ❖ باللغة الأجنبية

1. Jean Lachman, (1996): Financer l'innovation des PME, Edition Economica, Paris, France.

ثانيا: المجلات والدوريات العلمية

## ❖ باللغة العربية

1. أشواق بن قدور وآخرون، (2017): أهمية نشر ثقافة المقاوله وإنعاش الحس المقاوالاتي في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 11، الجزائر.
2. العبادي فاطمة وآخرون، (2021): الابتكار الأخضر كمدخل لدعم المسؤولية البيئية في منظمات الأعمال، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، المجلد 02، العدد 01، الجزائر.
3. بابة وقنوني، (2020): دور مسرعات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة دراسة حالة الجزائر، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محند أولحاج – البويرة، الجزائر.
4. بدار عاشور وآخرون، (2020): حاضنات الأعمال كآلية لدعم وتمويل المؤسسات الناشئة startup في الجزائر للمساهمة في الإنعاش الاقتصادي، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محند أولحاج – البويرة، الجزائر.
5. بسويح منى وآخرون، (2020): واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.
6. بلحاجي خديجة وآخرون، (2020): دور الابتكار الأخضر في تعزيز المسؤولية البيئية للمؤسسات – عرض بعض التجارب-، مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، المجلد 02، العدد 01، الجزائر.
7. بللعا أسماء، (2020): التمويل الجماعي آلية مبتكرة لزيادة فرص تمويل الشركات الناشئة: إشارة إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 05، العدد 02، الجزائر.
8. بن جيمة مريم وآخرون، (2021): آليات دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.
9. بن فاضل وسيلة وآخرون، (2020): ديناميكيات الابتكار في مساحات العمل المشتركة الجزائرية الداعمة لقطاع المؤسسات الناشئة، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، جامعة بشار، الجزائر.
10. بن وريدة حمزة وآخرون، (2021): تفعيل الثقافة المقاولاتية للطلبة الجامعيين من خلال دور المقاولاتية: دراسة ميدانية لدار المقاولاتية بالمركز الجامعي ميله، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 06، العدد 02، الجزائر.

11. بوبكر عبد القادر وآخرون، (2021): دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى الشباب الجامعي دراسة حالة المقاولات الرياضية لولاية الشلف نموذجا، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد 01، الجزائر.
12. بورنان مصطفى وآخرون، (2020): الإستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 12، العدد 01، الجزائر.
13. بوشعور شريفة، (2018): دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، الجزائر.
14. بوطرفة صورية وآخرون، (2020): دور الابتكار الأخضر في تحسين الأداء البيئي -تجارب مؤسسات-، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 06، الجزائر.
15. حاج قويدر قورين، (2019): التجربة اليابانية في دعم وتنمية المقاولات الصغيرة والمتوسطة ومقومات نجاحها، مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلد 01، العدد 01، الجزائر.
16. حجاج نفيسة وآخرون، (2018): التكنولوجيا المالية ثروة الدفع المالي... الواقع والآفاق، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.
17. حليلة السعدية قريشي وآخرون، (2018): الابتكارات البيئية والتكنولوجيات الخضراء لتعزيز ممارسات التسويق الأخضر في المؤسسات البترولية العاملة في الدول العربية، مجلة العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، العدد 02، الجزائر.
18. حمري نجود، (2021): واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05 (قانون التجارة الالكترونية)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، الجزائر.
19. ديناوي أنفال عائشة، (2020): المؤسسات الناشئة قاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني "التحديات وآليات الدعم"، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.
20. راشدة عزيزو، (2021): تأثير المؤسسات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية على البنوك العمومية في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 01، الجزائر.
21. رشيد بوطرفة وآخرون، (2020): أهمية التعليم المقاولاتي في تعزيز الثقافة المقاولاتية -عرض تجارب دولية ناجحة، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 01، الجزائر.
22. رمضان إيمان وآخرون، (2021): الدور الوسيط للابتكار الأخضر في العلاقة بين المسؤولية البيئية والميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة مؤسسة الاسمنت حجر السود سكيكدة، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 11، العدد 02، الجزائر.

23. رواج عبد الرحمان، (2021): الثقافة المقاولاتية كسبيل لإرساء العملية المقاولاتية، مجلة الاقتصاد الدولي والعملية، المجلد 04، العدد 02، الجزائر.
24. سفيان خلوفي وآخرون، (2019): سياسات وبرامج التعليم المقاولاتي في ضوء خبرة معهد ريادة الأعمال وإدارة ريادة الأعمال التقنية في المملكة العربية السعودية، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 05، العدد 02، الجزائر.
25. سمرة فرحي وآخرون، (2021): تجارب دولية في دعم المقاولاتية، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، المجلد 04، العدد 07، الجزائر.
26. شياد فيصل، (2019): فرص بديلة للتمويل في العالم العربي: التمويل الجماعي الإسلامي، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 08، العدد 01، الجزائر.
27. طيبي بومدين وآخرون، (2021): إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر وآليات دعمها: التمويل برأس المال المخاطر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.
28. عابدي لامية وآخرون، (2021): التمويل الجماعي أداة مستحدثة في الجزائر لتمويل المشاريع الريادية (عرض بعض تجارب تمويل المؤسسات الناشئة عن طريق التمويل الجماعي الناجحة عالميا مع الإشارة إلى نموذج الجزائر)، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 05، العدد 02، الجزائر.
29. عبد الحميد بشير وآخرون، (2020): التعليم المقاولاتي كأحد الآليات لخلق مؤسسات ناشئة: دراسة حالة حاضنة أعمال - جامعة المسيلة، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 06، الجزائر.
30. عبد الصمد سميرة وآخرون، (2020): المرافقة المقاولاتية كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، المجلد 03، العدد 02، الجزائر.
31. عفاف لومايزية، (2021): حاضنات الأعمال كآلية مستحدثة لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة إلى بعض التجارب العالمية، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والأساليب المستحدثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر.
32. علي بخيتي وآخرون، (2020): المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 12، العدد 04، الجزائر.
33. فرج الله أحلام وآخرون، (2020): واقع منصات رواد الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.
34. فضيلة بوطورة، (2019): دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية بين الضرورة والأهمية، مجلة الإبداع، المجلد 09، العدد 01، الجزائر.

35. فضيلة بوطورة، (2020): المقاولاتية والجامعة: مع إشارة لتجارب الدول الناجحة في نشر الفكر المقاولاتي، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 15، العدد 01، الجزائر.
36. قايدي أمينة وآخرون، (2017): التوجه المقاولاتي للطلبة: اختبار نموذج نظرية السلوك المخطط، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 01، الجزائر.
37. قдал زين الدين وآخرون، (2020): الثقافة المقاولاتية بين ضرورة المرافقة واحتياجات التمويل، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المجلد 03، العدد 02، الجزائر.
38. قدودو جميلة وآخرون، (2018): التعليم المقاولاتي مع الإشارة إلى بعض التجارب الدولية، مجلة الاقتصاد والإدارة، العدد 01، الجزائر.
39. قشوري إنصاف وآخرون، (2020): شركات رأس المال المخاطر كآلية لتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي الدولي بعنوان تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر.
40. قواسمي رشيدة، (2020): التأصيل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه المقاولاتي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، الجزائر.
41. كمال عويسي، (2019): أهمية التعليم المقاولاتي في تعزيز الثقافة المقاولاتية للطلبة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 02، الجزائر.
42. ليلي بن عيسى وآخرون، (2019): التعليم المقاولاتي وأثره على التوجه المقاولاتي لدى الطلبة دراسة استطلاعية لآراء طلبة المقاولاتية بجامعة بسكرة، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد 02، الجزائر.
43. مُجد مداحي وآخرون، (2021): عصرنة الخدمة المصرفية مطلب لاستدامة المؤسسات الناشئة في الجزائر، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محند أولحاج – البويرة، الجزائر.
44. مزيان أمينة وآخرون، (2021): الشركات الناشئة في الجزائر: بين واقعها ومتطلبات نجاحها، مقال منشور في إطار الكتاب الجماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محند أولحاج – البويرة، الجزائر.
45. مفروم برودي، (2020): المؤسسات الناشئة في الجزائر – الواقع والمأمول –، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، الجزائر.

46. هشام بروال وآخرون، (2017): التعليم المقاولاتي وحثمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 20، العدد 03، الجزائر.

47. همال علي، (2005): دوافع التركيز على حقوق الملكية الفكرية في الاتفاقيات التجارية الجهوية والثنائية، مخبر الدراسات الاقتصادية المغاربية، العدد 04، الجزائر.

### ❖ باللغة الأجنبية

1. Howard H.Stevenson and J.CarlosJarillo, (1990): A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management, Strategic Management Journal, Vol 11.

### ثالثا: الأطروحات والمذكرات الأكاديمية

1. آسيا قاسيمي، (2015): أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر.

2. الجودي محمد علي، (2015): نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة، أطروحة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر.

3. الزهرة عبوي، (2015): المسارات الاجتماعية والثقافية للمرأة المقاولَة وعلاقتها باختيار النشاط الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد أمين دباغين - سطيف، الجزائر.

4. بدر اوي سفيان، (2015): ثقافة المقاولَة لدى الشباب الجزائري المقاول دراسة ميدانية بولاية تلمسان، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، الجزائر.

5. بعيط آمال، (2016): برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر: واقع وآفاق دراسة حالة ولاية باتنة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر.

6. بوبريت ثينة وآخرون، (2019): دور المقاولاتية في التنوع الاقتصادي الجزائري (2010-2018) دراسة حالة المقاولاتية ودورها في التنوع الاقتصادي ولاية بومرداس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، الجزائر.

7. بوضوار ليس وآخرون، (2020): واقع تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر - دراسة حالة الشركة المالية الجزائرية الأوروبية للمساهمة FINALEP-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصفوف - ميله، الجزائر.

8. جمعة عبد العزيز، (2016): المقاولاتية وبعد الثقافة الجهوية: مدخل استكشافي دراسة ميدانية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اسطمبولي - معسكر، الجزائر.
9. حمزة لفقيير، (2009): تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاول، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر.
10. داليا أحمد مُجدّ يونس، (2017): واقع مسرعات الأعمال في زيادة فرص نجاح الشركات الريادية الناشئة في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.
11. دباح نادية، (2011): واقع المقاول في الجزائر وآفاقها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر.
12. ريان درويش، (1997): الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر.
13. سعدي السعيد، (2003): واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وآفاق تنميتها، رسالة ماجستير في علوم التسيير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر.
14. سهيلة عيساني، (2013): دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - حالة حاضنة ولاية عنابة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، الجزائر.
15. مُجدّ العيد عفرون وآخرون، (2019): أثر الروح المقاولاتية لدى خريجي الجامعات في إنشائهم لمؤسساتهم الخاصة دراسة حالة طلبة قسم العلوم المالية والمحاسبة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج - البويرة، الجزائر.
16. مسلم مُجدّ، (2020): مساهمة الابتكار في المنتجات الجديدة في تبني المستهلك النهائي لها دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الهواتف الذكية بولاية البويرة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج - البويرة، الجزائر.
17. ميسون مُجدّ القواسمة، (2010): واقع حاضنات الأعمال ودورها في دعم المشاريع الصغيرة في الضفة الغربية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، قسم إدارة الأعمال، جامعة الخليل، فلسطين.
18. نوال نمور، (2012): كفاءة أعضاء هيئة التدريس وأثرها على جودة التعليم العالي دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري قسنطينة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر.

19. ياسر المري سالم، (2013): ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - الرياض، السعودية.

#### رابعاً: الملتقيات والبحوث العلمية

1. السعيد دراجي، (2012): التجربة اليابانية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والدروس المستفادة منها للجزائر، مداخلة للمشاركة في الملتقى الوطني حول إستراتيجية التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يومي 18 و 19 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مباح - ورقلة، الجزائر.
2. المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال، (2014): التعليم الريادي مدخل لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والأمن الاجتماعي، المنعقد في 09، 10 و 11 سبتمبر، جامعة القصيم، المملكة العربية السعودية.
3. بلوج بولعيد، (2002): تأجير الأصول الثابتة كمصدر تمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، المنعقد يومي 08 و 09 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، الجزائر.
4. خالد الخطيب وآخرون، (2006): المنشآت الصغيرة في الأردن، أهميتها والمعوقات التي تواجهها وأساليب تمويلها، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر.
5. خذري توفيق وآخرون، (2013): المقاومة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية: المسارات والمحددات، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يومي 05 و 06 ماي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، الجزائر.
6. رابح خوني وآخرون، (2006): واقع وآفاق التمويل التأجيري في الجزائر وأهميته كبديل تمويلي لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر.
7. زايد مراد، (2010): الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مداخلة ضمن الملتقى الوطني الدولي حول المقاولاتية: التكوين وفرص الأعمال، المنعقد في 06 و 07 و 08 أبريل، كلية علوم التسيير والاقتصاد، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر.
8. سلامي منيرة، (2012): التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يومي 18 و 19 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مباح - ورقلة، الجزائر.

9. شريف مراد وآخرون، (2019): دور حاضنات الأعمال في تطوير القدرات التنافسية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة: تجارب واقعية، دراسة لبعض الدول الرائدة مع الإشارة لتجربة الجزائر، كتاب اليوم الدراسي حول دور حاضنات الأعمال في تطوير الإبداع التكنولوجي والقدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المنعقد يوم 19 ديسمبر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر.
10. عبد الله إبراهيمي، (2006): المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مواجهة مشكلة التمويل، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر.
11. عماد أبو رضوان، (2006): التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد في 17-28 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر.
12. كمال مرداوي وآخرون، (2010): الابتكار كعنصر أساسي لنجاح سيرورة المقاولاتية في ظل رهانات اقتصاد السوق، مداخلة في الملتقى الوطني حول المقاولاتية: التكوين وفرص الأعمال، المنعقد في 06 و 07 و 08 أبريل، كلية علوم التسيير والاقتصاد، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر.
13. محمد قوجيل، (2010): دور التعليم في ترقية الروح المقاولاتية، الملتقى الدولي الأول حول المقاولاتية: التكوين وفرص الأعمال، المنعقد في 06، 07 و 08 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر.
14. نوي طه حسين وآخرون، (2016): عرض تجارب دولية في التعليم المقاولاتي، ملتقى دولي حول دور المقاولاتية في تحفيز الاستثمار المحلي في ظل التحديات الراهنة -المناطق الجنوبية نموذجاً-، المنعقد في 11 أبريل، المركز الجامعي تندوف، الجزائر.

#### خامسا: التقارير

1. الأمم المتحدة واللجنة الاقتصادية لأفريقيا، (2001): تقرير حول أفضل الممارسات في مجال الإثمانات الصغيرة للنساء والشباب، الاجتماع السادس عشر للجنة الخبراء الحكومية الدولية، المنعقد في 13-16 مارس، طنجة، المغرب.

#### سادسا: القوانين والأوامر

1. المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020، المتعلق بإنشاء اللجنة الوطنية لعلامات "الشركات الناشئة" و"المشاريع المبتكرة" و"الحاضنات" وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيورها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 55، الصادرة بتاريخ 21 سبتمبر 2020، المادة 11.

2. قانون عدد 20 لسنة 2020 المؤرخ في 17 أفريل 2018، يتعلق بالمؤسسات الناشئة، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، العدد 32، الصادرة بتاريخ 20 أفريل 2018.

سابعاً: مواقع الانترنت الرسمية

1. الموقع الرسمي للقاموس الفرنسي "Larousse":

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/start-up/74493>

2. الموقع الرسمي لشركة "دونات روبوتكس" اليابانية الناشئة:

<https://www.donutrobotics.com/c-mask>

3. الموقع الرسمي لشركة "Hirotso Bio Science" اليابانية الناشئة:

<https://hbio.jp/en/crp/outline>

4. الموقع الرسمي لشركة FlixBus الألمانية الناشئة:

<https://global.flixbus.com/>

5. الموقع الرسمي لشركة "Omio" الألمانية الناشئة:

<https://www.omio.com/>

6. الموقع الرسمي لشركة "Uber" الأمريكية الناشئة:

<https://www.uber.com/sa/ar/about/>

7. الموقع الرسمي لتطبيق "Snapchat":

<https://snapchat.ar.uptodown.com/android/download>

8. الموقع الرسمي لشركة "Pure Harvest Smart farms" الإماراتية الناشئة:

<https://pureharvest.ae/>

9. الموقع الرسمي لشركة "Kitopi" الإماراتية الناشئة:

<http://www.kitopi.com>

10. الموقع الرسمي لشركة "MRAYTI" الأردنية الناشئة:

<http://www.mraytistore.com>

11. الموقع الرسمي لشركة "MellBell Electronics" الأردنية الناشئة:

<https://mellbell.cc/>

12. الموقع الرسمي لشركة "PayTabs" السعودية الناشئة:

<https://site.paytabs.com/ar/>

13. الموقع الرسمي لشركة "Yatook" السعودية الناشئة:

<https://yatoq.alsabeeh.com/>

14. موقع Siamois QCM:

<https://siamois.co>

15. موقع Batolis:

<https://batolis.co>

16. منصة Sekoir:

<https://www.sekoir.com>

17. منصة Yassir:

<https://yassir.com>