التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة

Entrepreneurial education and the inevitability of innovation in startups

هشام بروال، طالب دكتوراه، جامعة محمد بن أحمد وهران2، الجزائر.
جهاد خلوط، طالبة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

تاريخ الاستلام: 2017/04/15 ؛ تاريخ المراجعة : 2017/05/03 ؛تاريخ القبول : 2017/06/30

مستخلص: المؤسسات الناشئة في حاجة إلى أشكال مختلفة من المرافقة و من أهمها إخضاعها للتكوين اللازم الذي يؤهلها لخوض تجربة تنفيذ فكرة مبتكرة، و هنا تبرز الإشكالية التالية: كيف يمكن لبرامج التعليم المقاولاتي أن تساهم في توليد و تنفيذ الأفكار المبتكرة لدى المؤسسات الناشئة؟، تهدف هذه الورقة البحثية لإبراز واقع و أهمية وجود برامج للتعليم و التدريب المقاولاتي من شأنها ترقية و تنفيذ الأفكار المبتكرة، لذلك اعتمدنا المنهج الوصفي و قمنا برصد إحصاءات و بيانات سابقة أفادت في تقدير حجم المشاريع الناشئة المعرضة للفشل في حالة عدم وجود تكوين و تدريب و متابعة ميدانية لها.

الكلمات المفتاحية: التعليم المقاولاتي، الابتكار، المؤسسات الناشئة

تصنيف JEL: L26

Abstract: Startups need different forms of accompaniment, the most important of which is the necessary training that qualifies them to experience the implementation of innovative idea, here is the following problematic: How entrepreneurship education programs can contribute to creation and execution of innovative ideas in startups? This paper aims to display the reality and importance of educational and training programs that promote and implement innovative ideas, Therefore, we have adopted the descriptive approach and we have been monitoring statistics and previous data that indicate the size of the projects that are subject to failure in the absence of training, training and field follow-up.

Keywords: Entrepreneurship Education, Innovation, Startup

Jel Classification Codes : L26

المؤلف المرسل: هشام بروال، البريد الالكتروني: hichamberoual90@gmail.com

مقدمة:

تشهد الحياة الاقتصادية اليوم تسارعا و تطورا غير مسبوق في بيئة الأعمال الدولية والمحلية، حيث أن المنظمات تسعى لمواكبة هذا التسارع لتضمن تموقعا لها بصورة متميزة وفعالة ومن مظاهره تباين العرض من المنتجات و الخدمات و التكنولوجيا المستعملة، إدخال الرقمنة، التجارة الالكترونية، تغير الأنماط الاستهلاكية بسبب العولمة، في حين أخذت المنافسة أبعادا جديدة ترتكز على جودة المنتجات المبتكرة مصادر التموين و منافذ التوزيع و طرق الترويج متبنية استراتيجيات للتموقع في السوق تختلف من منظمة لأخرى.

وكون المنظمات الناشئة في الجزائر ليست بمنأى عن هذه الحيثيات، فإن التوجه نحو المقاولاتية المستدامة يعد مسارا حيويا يساهم في التنمية المحلية كأحد محركات العجلة الاقتصادية من خلال خلق فرص الشغل و مضاعفة استغلال الطاقات الراكدة و المهارات الإبداعية و الإمكانات المتاحة، كما تتيح للشباب خوض تجارب مشروعات تحقق ذاتهم و تشجع مبادراتهم مع ضرورة التركيز على الحد من مخاطر البيئة الخارجية التي قد تعيق سير المشاريع الناشئة غير الناضجة بعد ككيان مستقل بذاته يعول عليه في تقديم الأفضل و الأمثل من ناحية الكفاءة و الأداء و فعالية الخطط و البرامج و الاستراتيجيات المعمول بها.

هذا و لأجل توجيه و تركيز الجهود البحثية ارتأينا أن نتناول في هذه المداخلة :

برامج التعليم المقاولاتي كمدخل لتفعيل الابتكار في المنظمات الناشئة.

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث محاور:

أولا : المدخل النظري للتعليم المقاولاتي

ثانيا: مفاهيم حول الابتكار

ثالثا: توجه المؤسسات الناشئة

أولا: برامج التعليم المقاولاتي

إن المقاولات الناجحة هي نتاج فكرة و جهد و عمل ميداني مستمر و شخصية المقاول ليست بالضرورة من تصنع الإضافة و تخلق القيمة للمشروع، فهو يحتاج إلى قدر من الخبرة الموجهة لسلوكه و المرافقة التأهيلية سواء كانت مادية أو علمية أو نفسية.

1- مفهوم التعليم المقاولاتي:

يعرف التعليم المقاولاتي حسب منظمة العمل الدولية على أنه: " مجموعة من أساليب التعليم النظامي الذي يقوم على إعلام و تدريب أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية

و الاجتماعية، من خلال مشروع يهدف إلى تعزيز الوعي المقاولاتي، و تأسيس مشاريع الأعمال أو تطوير مشاريع الأعمال الصغيرة"(الجودي محمد علي، 2015، ص143).

هذا التعريف نلاحظ أنه لم يشر إلى الهيئات المشرفة على البرامج المناسبة للتعليم المقاولاتي، إلا أنه اكتفى بوصف هذه العملية على أنها نظامية أي تخضع لتنظيم محكم ودوري الهدف منها تأهيل الفرد لمباشرة مشروعه.

بالنسبة لـ Valerion,Patron,and Robb فإن تعليم المقاولاتية يمثل " تعليما أكاديميا أو تدخلات أساسية للتدريب التي تشترك في الهدف العام الذي يزود الأفراد بالذهنيات و المهارات المقاولاتية اللازمة لدعم المشاركة و الأداء في مجموعة من الأنشطة المقاولاتية"(محمد قوجيل، 2016، ص).

هذا التعريف أضاف سمة الأكاديمية على التعليم المقاولاتي و هو ما تقدمه الجامعات الجزائرية من خلال فتح تخصصات تعنى بالمقاولاتية لأجل تكوين الطالب معرفيا من خلال البرامج المقررة في مشواره التعليمي، إضافة أنه لم يغفل عن مدى أهمية البرامج التدريبية.

عرف Alain fayolle التعليم المقاولاتي بأنه : " كل الانشطة الرامية إلى تعزيز التفكير المقاولاتي السلوك و المهارات و تغطي مجموعة من الجوانب كالأفكار النمو و الابتكار" (Fayolle,2017 , p 3)

من خلال هذه التعاريف يظهر أن جل التعريفات تتقاطع في أن التعليم المقاولاتي هو:

- مجموع الأنشطة و البرامج التي تعزز و تنمي الروح المقاولاتية لدى الشباب.
- تستهدف هذه البرامج بناء سلوكيات و تكوين ذهنيات و خلق ثقافة مقاولاتية.
- هناك اتجاهين لبرامج التعليم المقاولاتي، الاتجاه الأكاديمي و الاتجاه الميداني، الأول يبني المعارف و يخلق الأفكار و الثاني يساعد على وضعها حيز التنفيذ و متابعة صيرورتها.

2.الفرق بين برامج التعليم و برامج التدريب:

تختلف برامج التعليم المقاولاتي عن برامج التدريب المقاولاتي في عدة محاور أساسية إلا أن الهدف المشترك بينهما هو تنمية روح المبادرة المقاولاتية و دعم و خلق الإبداع المترجم في فكرة المشروع الحالي أو المستقبلي و الذي يتحول إلى مقاولة.

للتوضيح أكثر نستعرض مجموع نقاط الاختلاف و التوافق:

1.2 **التركيز:**تركز البرامج التعليمية على تزويد الطالب في مرحلة مزاولته للتخصصات المرتبطة بالمقاولاتية بكم معتبر من المعارف و الأبجديات النظرية التي تجعل منه قادر على بناء تصوراتو خطط و استراتيجيات منظمة و متسلسة وفقا لما تعلمه، بينماتركز البرامج التدريبية

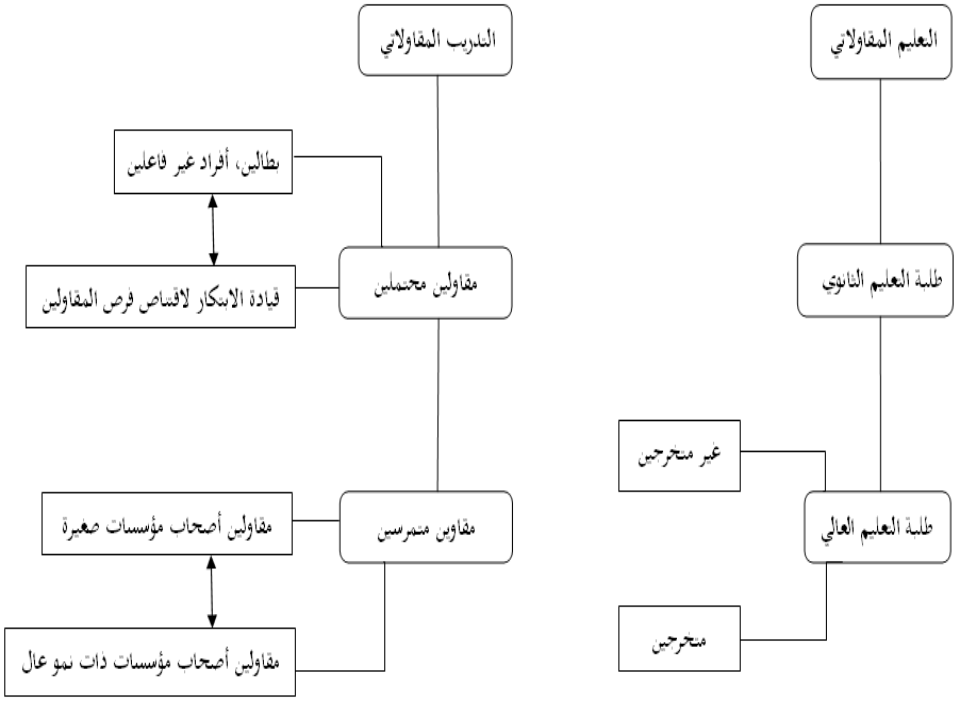
على تهيئة المستهدفين لولوج البيئة المقاولاتية و الانطلاق في إنشاء منظمة قادرة على تجميع الموارد اللازمة للتشغيل و بدأ نشاطها في السوق.

2.2 **المستهدفون من البرنامج:** تستهدف البرامج التعليمية الأكاديمية فئات الطلاب الجامعيين و حتى الثانويين، أما البرامج التدريبية فتستهدف مختلف الفئات الاجتماعية المفتوحة ممثلة في المقاولين المحتملين أي الراغبين في ممارسة المقاولة كالمتخرجين و العاطلين عن العمل و أصحاب رؤوس الأموال الراغبين في الاستثمار، و المقاولين الحاليين بغية تحسين مستوى آدائهم و ربطهم بالمنظومة المقاولاتية المحلية و الدولية.

3.2 **تصميم البرنامج و الوسائل:** تختلف برامج التعليم عن التدريب من حيث المنهجية، الإطارات المشرفة عليه، الأهداف المسطرة، الهياكل المسخرة، مجانيته في الغالب (من إعداد الباحثين بالاعتماد على: محمد قوجيل، مرجع سابق، ص 148).

بالرغم من هذا الاختلاف و التباين بين برامج التعليم المقاولاتي و بين برامج التدريب المقاولاتي إلا أنها تشكل النواة الأولى لكشف و تقدير و دعم الشخصية المقاولاتية لدى الشباب سواء كانوا جامعيين أو متخرجين أو غيرهم من الطاقات التي لم تستكمل مسارها العلمي، كما هو الحال بالنسبة للمقاولاتية النسوية التي برزت في إطار دعم المرأة و استقطاب الطاقات الراكدة التي من شأنها دفع و تطوير الاقتصاد الوطني.

شكل رقم (1): تصنيف برامج التعليم و التدريب المقاولاتي



المصدر: Alexandria Valerio and athors, Entrepreneurship education and training programs aroud the word, the World Bank,Washington 2014,p 14.

من الشكل يظهر أن " الطبيعة الأكاديمية للتعليم المقاولاتي تعني أن هذه البرامج تستهدف مجموعتين بالأخص طلبة التعليم الثانوي وطلبة التعليم العالي المتخرجين وغير المتخرجين المسجلين للحصول على شهادات رسمية في برامج دراساتهم. بينما تستهدف برامج التدريب المقاولين المحتملين و المتمرسين الذين ليسوا مسجلين في برامج الحصول على شهادات رسمية".(Alexandria Valerio and athors, p 14)

و هذا لا يمنع من أن يسجل الجامعيون في دورات و برامج تكوينية قصد مرافقتهم لإنشاء مؤسسة مصغرة أو متوسطة تحمل الصبغة المقاولاتية.

3. محتوى البرنامج التعليمي المقاولاتي:

في حقل تعليم المقاولاتية، نجد أن الباحثين والكتاب قدموا تصورات ومقترحات ونماذج عدة لما ينبغي أن يكون عليه محتوى أي منهاج أو برنامج لتعليم المقاولاتية على صعيد مؤسسات

التعليم العالي، ومن أبرز النماذج في هذا السياق نجدالنموذج الذي قدمهPotter (5E) وهو يشمل على عدة عناصر وهي:

- عنصر البيئة (Environment): فأي منها جلل مقاولاتية لابد أن يكون قادرا على خلق الوعي بالبيئة المحيطة،سواء كانت بيئة النشاط و البيئة الكلية أو الوعي البيئي ومفاهيم استدامتها.

- عنصر الاقتصاد (Economy) أي لابد أن يزود المشاركين باكتشاف طبيعة الجماعات الاقتصادية في البيئة والقواعد الجديدة عن التفاعل داخلها

- كذلك عنصر المقاولون (Entrepreneurs) فأي منهج دراسي لابد أن يسعى للقاء المقاولين في البيئة التي يتواجدون فيها والاستفادة من آرائهم وتبصراتهم

- وكذلك عنصر المشروع وهي المؤسسة(Entreprise) وهي القلب والروح لأي برنامج دراسي في المقاولاتية.

- وأخيرا عنصر (Entreplexity) ويشير إلى العناصر الخمسة المكونة لهذا النموذج لابد أن تتحد حول علم الغموض وممارسة المقاولاتية (الجودي محمد علي، 2015، ص 166).

أضاف كل من Hisrich and Peters المهارات الشاملة في المقاولاتية كمحتوى أساسي لأي برنامج تعليمي أو تدريبي في المقاولاتية و التي تتضمن:

أ- المهارات التقنية:

تشمل مهارات الكتابة وتحليل البيئة الخارجية ومتغيراتها، والتعامل مع الأدوات التكنولوجية المختلفة، وبناء الشبكات والتدريب، والعمل ضمن فريق وغيرها.

ب- المهارات الإدارية:

وتشمل وضع الأهداف والتخطيط، وصنع القرار، إدارة العلاقات الإنسانية، والتسويق والمبيعات والمهارات المالية والمحاسبية، والرقابة وتقييم الأداء، والقدرة على التفاوض الفعال، وتنظيم وإدارة نمو المشروع.

ت-المهارات الشخصية:

وتشمل عمق السيطرة الداخلية والمخاطرة، الإبداع والابتكار، والقدرة على التغيير والمثابرة والعمل الجاد، والرؤية القيادية، هذه المهارات يجب التركيز عليها وتطويرها لدى المتعلمين أو المتدربين في أي برنامج تعليمي وتدريبي في المقاولاتية لأنها جوهر المهارات الشاملة في تعزيز السلوك المقاولاتي (الجودي محمد علي، 2015، ص167).

إن تكوين المقاول المتعلم ليس بالأمر الهين فنقل هذه المعارف و المهارات يحتاج لقنوات اتصالية ملائمة و أرضية معرفية مناسبة و واضحة المعالم و الغاية منها هو تنزيلها على أرض الواقع مجسدة في مشاريع إنمائية قابلة للعطاء و المنافسة و الاستمرارية.

ثانيا: مفاهيم حول الابتكار

لا شك أن المنظمة الناجحة هي التي تستجيب لمتطلبات و حاجات السوق المعلنة و غير المعلنة حيث تقدم قيمة حقيقية مضافة مقابل ما يدفعونه. مستوى و شكل هذه الاستجابة يختلف باختلاف رسالة و ثقافة المنظمة و باختلاف القطاع و كذا قيود البيئة الكلية، و لأن المنظمات الناشئة خاصة تهدف إلى تحقيق تموقع في السوق و الاستحواذ على حصة سوقية معتبرة من بين أهم أهدافها؛ فتتبع استراتيجيات و سياسات على مستوى ابتكار و تطوير المنتجات و الخدمات الجديدة و كيفيات خلق الأفكار الإبداعية القابلة للتجسيد مما يكسبها ميزة تنافسية في محيطها.

1- مفهوم الابتكار:

تناول الكثير من الباحثين موضوع الابتكار innovation لما له من دور فاعل و واضح في إثراء و تحسين حياة الفرد و المجتمع و منظمات الأعمال، و من أبرزهم نجد المفكر الاقتصادي J.A.Shampeterو فكرة الهدم الخلاق، و " وفق هذا المفهوم فإن الابتكارات تحصر في الابتكارات التكنولوجية الجذرية التي تؤدي إلى تغييرات عميقة في الإنتاجية و تحفز النمو الاقتصادي و تنشئ الأعمال في قطاعات صناعية و خدمية و تحسن الرفاهية الاجتماعية"(نجم عبود نجم، 2003، ص 21).

هذا التعريف يعطي للابتكار و الاختراع مدلولا واحد و هو ما تعلق بالتكنولوجيا التي تحدث تغييرا جذريا في الحياة الاقتصادية.

و يعرفه Peter F. Drucker في كتابه " الابتكار و المقاولة" على أنه أداة خاصة للمقاولين التي من خلالها تستغل التغيير كفرصة لعمل تجاري مختلف أو خدمة مختلفة.وهي قادرة على تقديمها باعتبارها التزام، قادرة على التعلم، قادرة على الممارسة. يحتاج رجال الأعمال للبحث بشكل هادف عن مصادر الابتكار؛ التغييرات و الأعراض التي تشير إلى فرص الابتكار الناجحr(Peter F. Drucker, 1993,p20) .

نلاحظ أن دراكر توسع في مفهوم الابتكار و جعله يمس أيضا الأنشطة التجارية التي ترتكز على البحث الهادف في ظل التغيرات المحيطة.

1. و يشير القاموس العالمي للتسويق إلى أن " الابتكار تصور وخلق وتطوير منتجات وخدمات جديدة في أسواق تنافسية. ومن المتفق عليه على نطاق واسع أن أي منتج غير دائم القبول، فلا يوجد سوق لا يزال دون تغيير إلى الأبد. ويجب أن يكون الابتكار جزءا من نظام تطوير كل منظمة، لئلا تقع في خطر الفشل التام. هذا هو السبب في إعادة تشغيل المنتجات والخدمات من وقت لآخر(تحسين أو إطلاق منتجات جديدة). الحاجة إلى الابتكار تصل إلى بحوث الإنتاج، الترويج، المبيعات، التوزيع، تجارة التجزئة

وأنظمة البيع بالجملة". (Daniel Yadin, 2002,p 189)

حسب هذا المفهوم فإن الابتكار مصطلح مركز و شامل لعمليات تطوير المنتجات والخدمات الجديدة كيما تتماشى مع تغيرات السوق و المنافسة.

هناك أيضا بعض المصطلحات تتشابك و تتقاطع مع مصطلح الابتكار حتى أنها تعبر عنه أحيانا، إلا أنها ذات مدلول مخالف و منها:

أ-**الاختراع**: يميز Robbins and Coulter بينهما حيث الاختراع invention يشير إلى التوصل إلى فكرة جديدة ترتبط بالتكنولوجيا و تؤثر على المؤسسات المجتمعية(نجم عبود نجم، 2003 ، ص 17)

ب- **الإبداع**: يتمثل في التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة، بينما الابتكار هو التطبيق الخلاق أو الملائم لها(لحول سامية، 2008/2007، ص 231).

ت- **التطوير**: تطوير المنتجات الجديدة هي تلك المجموعة المتسلسلة من النشاطات الرامية إلى التعرف على الحاجات والرغبات الجديدة للمستهلكين والعمل على تلبيتها من خلال التخطيط المنظم الهادف إلى إشباع الحاجات والرغبات عن طريق إنتاج وتسويق المنتجات الجديدة(إسماعيل السيد، 2001،ص 281).

ث- **التحسين**: إدخال تغييرات شكلية على المنتج أو الخدمة ولكنها لا تمس الجوهر.

مهما تعددت المصطلحات و تباينت إلا أنها تصب في مجرى واحد وهو جعل المنظمة قادرة على خلق و تلبية الطلب بأسلوب إبداعي و متطور يضيف قيمة لها و للسوق المستهدف في إطار ما تسمح به إمكاناتها على خلق الفكرة و تجسيدها و متابعة ترقيتها.

2- أشكال الابتكار:

تتعدد تقسيمات الابتكار حسب المعيار المعمول به إلا أن أكثرها وجودا في واقع المنظمات التقسيم التالي:

أ-ابتكارات تتعلق بالمنتج product innovations **:**

و يعني ذلك تقديم منتج أو خدمة جديدة أو إجراء تطوير أو تحسين جوهري لخصائص و استخدامات المنتج وهذا يتضمن التحسينات الجوهرية للخصائص الفنية و المكونات والمواد الخام وبرامج الحاسب الآلي المستخدمة وكذلك التحسينات الجوهرية المرتبطة باستخدامات ووظائف المنتج أي كل التغيرات الجوهرية التي تؤثر على تحسين أداء المنتج.

ب- ابتكارات تتعلق بالعمليات process innovations **:**

وهى الابتكارات المتعلقة بتطوير أو تطبيق طريقة جديدة لإنتاج المنتج أو تقديمه بطريقة جديدة و يعني بذلك أن الابتكار في العمليات يشمل كل عمليات تخفيض التكاليف و زيادة الجودة و ابتكار طرق جديدة لتقديم المنتج للمستهلك و يتضمن ذلك تطبيق الأساليب و المعدات و البرامج لإنتاج و تقديم المنتج بشكل جديد للمستهلك.

ج- ابتكارات تسويقية Marketing innovations **:**

وهى الابتكارات المرتبطة بتطبيق طرق تسويقية جديدة تتعلق بإجراء تغييرات في تصميم و تعبئة و تغليف وتمييز المنتج أو الخدمة و الابتكارات المتعلقة بطرق توزيع المنتجات من خلال الوسطاء و الوكلاء والموزعين أو تقديم طرق جديدة لتسعير المنتجات أو طرق جديدة للإعلان و البيع الشخصي و تنشيط المبيعات، أي الابتكارات المعلقة بالمزيج التسويقي.

د- ابتكارات تنظيمية organizational innovations **:**

ويشمل تلك الابتكارات تطبيق طرق تنظيمية جديدة في ممارسات الأعمال لتحسين طرق اتخاذ القرارات والإجراءات ومراحل العمل وطرق جديدة لتحسين التعلم و نقل المعارف أو تقديم شكل تنظيمي جديد للهيكل التنظيمي أو تقديم طريقة جديدة لإعادة تنظيم أماكن العمل أو تقديم طريقة جديدة للتعامل مع الجهات الخارجية مثل العملاء و الموردين والمنافسين وذلك بغرض تحسين الأداء وتحسين نتائج الأعمال(http://camecenter.blogspot.com/2009/10/blog-post_1420.html).

ثالثا: توجه المؤسسات الناشئة في الجزائر

تشهد الجزائر نموا معتبرا في عدد المؤسسات الناشئة حيث تم إنشاء 16202 مؤسسة نهاية 2016 وهو ما يمثل ارتفاعا بنسبة 4,7% مقارنة بسنة 2015، في حين بلغ العدد الاجمالي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة 900 ألف مؤسسة من نفس السنة، أي تضاعف في

ظرف 7 سنوات منذ 2009 حيث بلغ آنذاك 440 ألف مؤسسة صغيرة و متوسطة، ، إلا أن نسبة إفلاس هذه المؤسسات تتراوح بين 10% و 14% سنويا(12-07-2017http://ar.aps.dz/economie)، حيث تواجه مشاكل عدم قدرتها على مواكبة متطلبات و تغيرات السوق و قلة الخبرة في تسيير فترة الانطلاق وفق استراتيجية دخول جذابة و مربحة الشيء الذي يجعلها تنسحب و تفلس في بدايات تأسيسها، و هنا تظهر أهمية بناء تصور عن كيفية إنشاء و إدارة و ترقية نشاط المؤسسات الناشئة كيما تستمر و تحتل مكانتها في السوق الوطنية و حتى الدولية.

مفهوم المؤسسة الناشئة startup:

إن أي مؤسسة ناجحة اليوم انطلقت من فكرة مشروع وتجسدت بما لها من إمكانات وموارد وتبنت استراتيجيات وسياسات وخطط بما يتناسب مع رؤيتها ورسالتها وأهدافها، ولعل أهم مرحلة من دورة حياة المؤسسات هي بداياتها في شكل مؤسسة ناشئة و لأهميتها سنورد مجموعة من التعاريف كالتالي:

حسب Eric Ries أحد المنظرين لهذا المفهوم في كتابه The lean startup:

المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صممت لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة(p37.Eric Ries, 2011,) حسب هذا التعريف فالمؤسسة الناشئة تقدم منتج أو خدمة جديدة مع عدم التأكد من بيئة الأعمال المحيطة بها.

في حين يرى Patrick Fridenson (enterprise historian) أن: تكوين مؤسسة ناشئة ليس مسألة عمرها أو حجمها أو قطاع نشاطها، يجب توفر أربع شروط كالتالي:

- النمو المحتمل عال.
- استعمال تكنولوجيا جديدة.
- تحتاج إلى تمويل ضخم، والحصول على مختلف أشكال المساهمة.
- أن تكون في سوق جديدة وصعوبة تقدير خطرها (Gaelle, 2007).

حسب هذا التعريف فالمؤسسة الناشئة تعتمد على تكنولوجيا جديدة لفتح سوق جديد في ظل احتياجات مالية كبيرة و نسبة نمو سوق عالية، هذا التعريف صيغ بالاعتماد على تحليله لمؤسسات كبرى مثل goole microsoft, facebook, apple و غيرها من المؤسسات التي اعتمدت على تمويلات ضخمة و دخلت بتكنولوجيات جديدة في أسواق واعدة، و هو ما لا

ينطبق على مؤسسات تنشط في قطاعات لا تعتمد على التكنولوجيات بقدر ما تدرس حجم الطلب المتوقع و قدراتها التمويلية محدودة.

و عليه فالمؤسسة الناشئة هي مجموع الموارد البشرية و المالية والمادية التي ترصد لأجل ترقية فكرة إبداعية قد تكون جديدة أو موجودة في أسواق خارج نطاقها الذي ستستهدفه، عادة ما يكون تمويلها من متعاملين اقتصاديين كالبنوك و المؤسسات الرائدة و الهيئات الحكومية الداعمة. و الملاحظ في الجزائر أن أكثر من 500 ألف مؤسسة ناشئة أنشئت بتمويل من الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ansej و الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة cnac.

2. أسباب فشل المؤسسات الناشئة:

يصعب على المؤسسة الناشئة تحديد نقاط قوتها وضعفها في بدايات نشاطها و بالتالي كسب ميزة تنافسية في مجالها ليس بالأمر الهين خاصة و أن السوق غالبا ما يكون لديه قادته الذين يديرونه من موردين و منتجين و حتى المستهلك من الصعب جذبه نحو استهلاك منتج جديد أو استعمال علامة جديدة، إذن ستظهر تحديات أمامها و عراقيل قد تحول دون توسعها و إمكانية إفلاسها، و من أسباب فشلها:

- إهمال دراسة الجدوى: إذا كانت درساة جدوى المشروع و عوائده المتوقعة و تكاليفه ومخاطره مبنية على معلومات غير دقيقة وتتسم بالعمومية سيجعلها في الأجل القريب مهددة بصرف الكثير من الأموال و الجهد و الوقت دونما رقابة أو مراعاة لمحدودية قدراتها.

- عدم دراسة السوق وإجراء تحليل المستهلك إن كان فعلا يحتاج هذا المنتج أو الخدمة، المنافس و موقعه في السوق، الموردين و مدى تعاونهم، و تحليل البيئة العامة.

- عدم التركيز على هدف محدد ورؤى واضحة لمستقبل المؤسسة وإستراتيجيتها التي ستتبناها في المر احل التالية من فترة حياتها.

- الاعتماد على صيغ تمويل خاطئة كالقروض قصيرة الأجل أو صيغ تمويل لا تصل فيها نسبة صاحب المشروغ أحيانا إلى 10 % كما هو الحال في حالة القرض المصغر.

- عدم وجود الحافز و الحماس للمضي في المشروع في ظل تشكيل فريق عمل يسوده الصراع.

- نقص الاستشارة المتخصصة و هيئات المرافقة و التأهيل الحكومية منها و الخاصة

- نقص الخبرة في المجال وعدم تلقي التكوين و التدريب اللازم لخوض فكرة المشروع.

- العوائق اللوجيستية أمام الراغبين في التصدير كما يحدث للفائض من المنتجات الزراعية في الجنوب.

- التركيز على تحقيق أرباح بسرعة و نسيان بناء صورة للمؤسسة على المدى البعيد.

- فكرة المنتج قد تكون متقادمة ولم تتميز بأي إضافة أو قيمة للمستهلك، أو عدم تطويرها بعد اطلاقها و الاكتفاء بمداخيلها الأولية التي سرعانما تتراجع مع وجود منافسة وبدائل.

- الهيكل التنظيمي يتسم بالركود الابداعي و لا يحدث هندسة للمورد البشري دوريا لتحسين أدائه و رفع كفاءته(Partick Henry,2017).

نتائج البحث:

من خلال هذا البحث توصلنا إلى النتائج التالية:

- برامج التعليم المقاولاتي أكاديمية تلقن جانب معرفي على فترات تتجاوز السنة ولفترات متلاحقة تكلل بشهادة بينما برامج التدريب قصيرة المدى موجهة لجميع الفئات العمرية و تقدم تكوينا ميدانيا حول فكرة المشروع.

- تستهدف برامج التعليم و التدريب المقاولاتي تنمية مهارات فردية و تشجيع الابداع لدى المشاركين من خلال معارف تلقيينة، دورات للعصف الذهني، تقييم مقترحات مشاريع، ندوات و فعاليات سنوية لتثمين جهود التوجه المقاولاتي.

- في الجزائر برامج التعليم المقاولاتي تقدمها هيئات علمية متمثلة في الجامعات، الثانويات، مراكز البحث العلمي، و حاضنات الأعمال الحكومية منها و الخاصة(ذات طابع ربحي) كاالصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب، الصندوق الوطني لترقية الاستثمار، القرض المصغر، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة بالاضافة إلى البنوك التي توفر التمويل و مرافقة المشروع.

- في حالة المؤسسات الناشئة فإن الهدف من التعليم المقاولاتي هو تنمية مهارات إدارية و حس اليقضة الاستراتيجية في بيئة الأعمال.

- تعمل المؤسسة الناشئة في بدايات نشاطها على دخول السوق بفكرة ابتكارية تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا و قد تكون في المنتج أو العمليات التسويقية أو في نظام التوزيع والاتصال التسويقي أو في الهيكل التنظيمي أو توليفة بين العناصر المذكورة.

خاتمة:

إن التعليم المقاولاتي في الجزائر لم يأخذ تلك الأهمية التي توليه إياه الدول المتقدمة كمدخل أساسي في إنشاء و تشجيع تنفيذ المشاريع الناشئة، و يرجع هذا لطبيعة و بنية الثقافة المجتمعية عن عدم الاستعانة بالجانب التعليمي و برامج التدريب قبل الانطلاق و بعد إنشاء المؤسسة و أيضا يلاحظ وجود هوة كبيرة بين مخططات حاضنات الأعمال و بين ماتنجزه في الواقع خاصة إذا تعلق الأمر بالدعم المالي و مرافقة المشاريع من الفكرة إلى الإنتاج و التسويق و تقديم الحلول الناجعة عن كيفية تسيير الأزمات، هي أسباب عديدة تؤدي إلى فشل استمرارية هذه المؤسسات و خروجها المبكر من السوق لذا يجب على الهيئات الرسمية ومختلف الأعوان الاقتصاديين المشاركة في تأطير و تكوين و مرافقة المؤسسات الناشئة نحو بر الأمان كي تحتل مكانتها في السوق الوطنية و حتى الدولية و هو ما ينتج قيمة مضافة تخلق الثروة للبلد و تساهم في التنمية الكلية.

قائمة المراجع:

1. الجودي محمد علي، **نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي**، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015،ص.143

2. محمد قوجيل، **دراسة و تحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2016.

2. من إعداد الباحثين بالاعتماد على: محمد قوجيل، مرجع سابق، ص 148.

3. نجم عبود نجم، **إدارة الابتكار**، دار وائل، الطبعة الأولى، عمان،2003.

4. لحول سامية، **التسويق و المزايا التنافسية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم شعبة تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، ، 2008/2007.

5. إسماعيل السيد، ، **التسويق**، الدار الجامعية، الإسكندرية،د ط،2001.

6. Alain Fayolle, Entrepreneurship education in europe: Trend and challengees,Lyon Busniess school, p 3, Retrieved 05-03-2017http://www.oecd.org/regional/leed/43202553.pdf/

7. Alexandria Valerio and athors, Entrepreneurship education and training

programs around the word Op Cit p 14.

8. Peter F. Drucker, 1993, Innovation and Entrepreneurship, Harper & Row Publishers, New York, p20.

9. Daniel Yadin, 2002, The International Dictionary of Marketing, kogan page, 1st ed London, p 189.

10. تبني و تطبيق الابتكارات الادارية و التنظيمية، تاريخ الاسترداد: 08-07-2017 .http://camecenter.blogspot.com/2009/10/blog-post_1420.html

11. الصفحة الاقتصادية عن وكالة الأنباء الجزائرية تاريخ الاسترداد 12-07-2017 http://ar.aps.dz/economie

12. Eric Ries, 2011,The lean startup, the Crown Publishing, 1 st ed, New york , p37.

13. Gaelle, 2007 , Dis: c'est quoi une start-up… ? Récupéré 12-07-2017 http://1001startups.fr/dis-cest-quoi-une-start-up/