

المؤسسات الناشئة: من فكرة إبداعية إلى مؤسسات عالمية

(دراسة حالة شركة ايكيا للأثاث)

Startups: From a Creative Idea to Global Enterprises

(A case study of IKEA furniture company)

* أحلام کرکود

جامعة بومرداس، الجزائر

a.kerkoud@univ-boumerdes.dz

تاريخ الاستلام: 2025/04/24 تاريخ القبول: 2025/06/13 تاريخ النشر: 2025/06/30

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على قصص نجاح المؤسسات بدأت كأفكار بسيطة ثم نمت لتصبح مؤسسات عالمية ناجحة باستمرار، وذلك من خلال استكشاف رحلة المؤسسات الناشئة من مرحلة الفكرة الإبداعية الأولية وصولاً إلى تحقيق النجاح المؤسسي المستدام، وسنقوم خلال هذه الورقة البحثية بدراسة حالة شركة ايكيا للأثاث وكيف تمكن مؤسسها **اينغفار كامبريد** من الانتقال من مجرد فكرة بسيطة إلى مؤسسة عالمية رائدة في مجالها، باعتبارها تقدم للباحثين نموذجاً لتحليل استراتيجيات الأعمال الناجحة والتأكيد على ضرورة ودور الإبداع والابتكار المستمر، وبناء علامة تجارية عالمية في بيئة تنافسية. ومن خلال مسيرة هذه الشركة تقدم هذه الورقة البحثية رؤى واستخلاصات قيمة وعملية للمقاولين ورواد الأعمال حول كيفية تحويل الأفكار الإبداعية إلى مشاريع ناجحة ومستدامة، مع التأكيد على ضرورة الاهتمام بالأفكار الإبداعية وتطويرها.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، الابتكار، المؤسسات الناشئة، شركة ايكيي للأثاث.

تصنيف JEL : L26:O31:P17.

Abstract:

This study aims to shed light on success stories of enterprises that began as simple ideas and later grew into continuously successful global institutions. This is achieved by exploring the journey of startups from the stage of the initial creative idea to the realization of sustainable organizational success. In this research paper, we will study the case of IKEA furniture company and how its founder, Feodor Ingvar Kamprad, was able to transition from a mere simple idea to a leading global enterprise in its field. The company serves as a model for researchers to analyze successful business strategies, and to emphasize the necessity and role of continuous creativity and innovation, as well as the building of a global brand in a competitive environment.

Through the trajectory of this company, the research paper offers valuable and practical insights and conclusions for entrepreneurs and business pioneers on how to transform creative ideas into successful and sustainable ventures, with a strong emphasis on the need to pay attention to and develop creative ideas.

Keywords: Creativity, Innovation, Startups, IKEA furniture company.

JEL Classification Codes: L26:O31:P17.

مقدمة:

نتيجة للتطور والتغير المتعدد الجوانب في العالم بأسره في السنوات الأخيرة، زاد الاهتمام بالإبداع والمبدعين وكثفت جهود الباحثين في مختلف المجالات، حيث أجريت العديد من الدراسات والبحوث سواء أكانت أجنبية أم عربية، والتي توصلت في نتائجها بأن جميع الدول في أمس الحاجة إلى الاهتمام بالإبداع العلمي وبتربية المبدعين لكي تتمكن من التغلب على مشكلاتها اليومية الاقتصادية والاجتماعية. أصبح اليوم الإبداع والابتكار البعد المركزي لإدارة الأعمال وتطويرها، حيث يعد المفهوم جزءاً من نهج استراتيجي يعطي ميزة تنافسية تحدد قدرة المؤسسة على التفوق على منافسيها، ولم تعد الأفكار الإبداعية مجرد ومضات عابرة بل هي الشرارة الأولى التي تضيء التحول الاقتصادي والاجتماعي.

إن رحلة المؤسسات الناشئة من مجرد تصور مبتكر إلى كيان عالمي ناجح، تمثل قصة طموح وتحديات ونجاح. لكن هذا المسار ليس ممهداً، فبين الفكرة اللامعة وواقع التنفيذ توجد تحديات كثيرة تتعلق بقابلية تطبيق الأفكار. حيث إن ظهور الأفكار الإبداعية ليس بالعملية السهلة، بل أنها تواجه العديد من العراقيل قبل وصولها إلى التحقق عملياً، فكثير منها لا تولد إطلاقاً أو بالأحرى لا تنجح في النضوج كي تصل إلى مستوى التحقيق، وذلك يعود إلى أسباب مختلفة شخصية وتنظيمية وأخرى اجتماعية.

وكل ما سبق يوحي إلى ضرورة تشجيع إنشاء المؤسسات الناشئة والتي تنطلق أساساً من فكرة أو أفكار إبداعية وأمامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بسرعة، وعلى الرغم من التزايد المستمر بالاهتمام بها ودورها الجوهري في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إلا أن نسبة كبيرة منها والتي تبدأ بأفكار إبداعية واعدة لا تتمكن من الاستمرارية أو التحول إلى مؤسسات ناجحة ومستدامة. ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية: كيف يمكن تحويل فكرة إبداعية إلى مؤسسة ناشئة عالمياً؟

الأسئلة الفرعية:

- ما الفرق بين الإبداع والابتكار؟
- ما هي أهم عوامل نجاح ونمو المؤسسات الناشئة؟
- هل هناك صفات خاصة يجب توافرها في صاحب الفكرة الإبداعية لتحقيق النمو؟

الهدف من الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى معرفة سبل وطرق تحويل الأفكار الإبداعية إلى مؤسسات ناشئة ناجحة، وذلك من خلال:

- تسليط الضوء على قصص نجاح المؤسسات بدأت كأفكار بسيطة ثم نمت لتصبح مؤسسات عالمية ناجحة باستمرار مثل شركة ايكيا.

- التأكيد على أهمية الفكرة الإبداعية كشرارة أولى للانطلاق نحو العالمية، وكيف يمكن رعايتها وتطويرها.

- التعرف على العوامل التي تساهم في نجاح المؤسسات الناشئة.

- تقديم توصيات وإرشادات عملية لتحقيق النمو.

أهمية الدراسة:

- توفر الدراسة معلومات حول نماذج حية بدأت من أفكار إبداعية بسيطة فتحوّلت إلى مشاريع حقيقية ناجحة ومن ثم مؤسسات عالمية.

- تشجيع الأفراد الذين يمتلكون أفكار إبداعية على إمكانية تحويلها إلى مشاريع حقيقية، إضافة إلى إمكانية تحقيق طموحاتهم الشخصية من خلال إنشاء مؤسسات ناشئة كما بإمكانهم التميز وتحقيق الريادة بفضلها، والتي تعتبر كقادرة للابتكار والتطور.

أولاً: الإطار النظري للإبداع والابتكار

الإبداع ظاهرة إنسانية وجدت منذ أن خلق الله البشرية، لأنها مرتبطة بالفكر البشري الوحيد القادر على الإبداع، حيث كان الإنسان يبدع ويبتكر ويخترع لكي يعيش ويتأقلم مع بيئته، ولقد تطورت وازدادت أهميته مع بداية الحرب العالمية الثانية حيث أصبح موضوع عدة أبحاث ودراسات في مختلف المجالات. وفيما يلي عرض لأهم ما يجب معرفته عن الإبداع والابتكار.

1. ماهية الإبداع:

1.1 مفهوم الإبداع: (Creativite)

إن كلمة إبداع في اللغة العربية ناجمة من بدع الشيء أو ابتدعه. (الزيادات، 2008)، ومن ذلك قوله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم: "بديع السماوات والأرض" سورة الأنعام الآية 101. إن لفظ

بدیع هو اسم من أسماء الله الحسنى لإبداع الأشياء وإحداثه إياها، وفي لسان العرب فالبدیع والبديع هو الشيء الذي يكون أولاً.

وجاء في الموسوعة البريطانية بأنه: "القدرة على إيجاد شيء جديد كحل لمشكلة أو أداة جديدة".

ويعرفه الكاتب ثروت مشهور في كتابه استراتيجيات التطوير الإداري بأنه: "أفكار تتصف بأنها جديدة ومفيدة متصلة بحل أمثل لمشكلات معينة أو تطوير أساليب أو أهداف أو تعميق رؤية أو تجميع أو إعادة تركيب الأنماط المعرفية في أشكال متميزة ومتطورة تقفز بأصحابها إلى الأمام". (مشهور، 2010)

كما يقول اينشتاين بأن: "الإبداع عملية ينتج عنها عمل جديد يرضي الجماعة وتقبله على أنه مفيد". (الفاعوري، 2005)

أما الابتكار (Innovation) فهو عملية تطبيق الأفكار الإبداعية الجديدة وتحويلها إلى منتجات أو خدمات أو عمليات أو نماذج أعمال جديدة ومفيدة وذات قيمة.

1. 2. مميزات الإبداع:

يتميز الإبداع بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي: (المعاني، 2011)

- هو عملية ذهنية بدايتها فردية ويتم تعزيزها من خلال الجماعة عن طريق تلقيح الأفكار وتبادلها.
- هو الحقيقة الإنسانية التي تمكن الفرد من فهم وتطوير ما يحيط به من أفكار أو أشياء أو أساليب.
- هو عملية تجديد مستمرة.
- لا يرتبط الإبداع بالمستوى التعليمي الرفيع، فكل منا يحمل أفكارا إبداعية تتفاوت في قيمتها من شخص لآخر.
- إن الإبداع يعتبر نتاجا للاعتماد على النفس، وذلك بالتعليم الذاتي في تحصيل المعارف، فلا يكتفي الفرد بما يعرفه فقط، بل يتعدى ذلك لعملية البحث والاطلاع لتطوير ذاته عن طريق القراءة والمطالعة والتزود بالمعرفة والتردد على المكتبات وطلب المزيد من المعلومات في مجال تخصصه.

2. أهم ما يجب معرفته عن المصطلحين الإبداع والابتكار:

1.2 الفرق بين الإبداع والابتكار:

هناك من يستعمل المفردتين على أنهما مترادفتان، إلا أن هناك فروقات بينهما، ويمكن تلخيصها في الجدول التالي:

الجدول رقم 01: الفرق بين الإبداع والابتكار

البيان	الإبداع Creativite	الابتكار Innovation
المحاولة	فردية	جماعية
الهدف	الخروج بأفكار جديدة وأصيلة	هو إحداث تأثير إيجابي وقيمة مضافة للمؤسسة أو المجتمع.
طريقة التفكير	التوجه نحو التفكير	التوجه نحو التطبيق
الطبيعة	هو عملية ذهنية وتحليلية في المقام الأول	هو عملية تطبيقية وعملية تتضمن تحويل الفكرة إلى واقع ملموس وقابل
التكوين	استعمال وتعلم طرق التفكير	استعمال الأدوات الإستراتيجية
التركيز	ينصب على إنتاج شيء جديد وغير مألوف	ينصب على تنفيذ الأفكار الإبداعية
المرحلة	يعتبر الإبداع غالباً المرحلة الأولية في عملية أوسع	يعتبر الابتكار المرحلة اللاحقة للإبداع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على زدوري أسماء، دور رأس المال البشري في تحفيز عملية الإبداع والابتكار في

البنوك التجارية، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد 14، الأردن، ديسمبر 2014، ص 99.

2.2 العلاقة بين الإبداع والابتكار:

من خلال ما سبق يمكن القول إن الإبداع يركز على درجة الخلق والاكتشاف للمدخلات، في حين يعد الابتكار عملية التمسك بفكرة مبدعة وتحويلها إلى سلعة أو خدمة نافعة أو طريقة عمل مفيدة، أي هو التطبيق العملي للإبداع. وهناك بعض الكتاب من يعتقد بأن الإبداع يعتبر سببا في الابتكار ويرى آخرون بأن الابتكار يولد أفكارا إبداعية.

فالعلاقة بين الإبداع والابتكار هي علاقة تكاملية، حيث إن هناك مدخلات للمؤسسة المبدعة تشمل كلا من: الأفكار، العمال، التمويل غرضها الإتيان بأفكار جديدة غير مألوفة، وبالتالي الإتيان بمخرجات جديدة تشمل كلا من: الابتكار، النمو والعائد من الاستثمار تؤدي إلى الابتكار من خلال التحسينات المستمرة في الإنتاج وتحقيق المكاسب المادية. (وردية، 2018)

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن الابتكار هو التطبيق الناجح للأفكار الإبداعية في المؤسسة عن طريق استغلال الإمكانيات المتاحة من أجل تحقيق الأهداف.

3.2 الحاجة إلى الإبداع والابتكار:

أصبح اليوم الإبداع والابتكار القوة الدافعة وراء عودة النمو وجلب الأمل للخروج من جل الأزمات في مختلف بلدان العالم، وكل الفاعلين الاقتصاديين يجب أن يشاركوا فكرة هذه الحاجة قصد إنعاش الاقتصاد من خلال الإبداع والابتكار، لكن فعالية أنظمة الابتكار الوطنية متفاوتة للغاية، والفرص الإبداعية تعتمد على التنمية في المجالات التكنولوجية والاقتصادية، ففي جميع الحالات، ولأجل ذلك، فإن للسلطات العامة دورا هاما تؤديه في تسهيل ودعم مستوى عالٍ من الاستثمار في هذه الأنشطة الجديدة. كما يجب استيفاء العديد من الشروط لتحقيق النجاح، ونظام البحث والابتكار بحاجة إلى بيئة مواتية ودعم من السلطات العامة. (héraud, l'évolution du systeme de recherche et d'innovation, 2015)

لا يزال الاهتمام الواسع ببحوث الإبداع يتزايد بسرعة خاصة في عصرنا الحالي، لما له من أهمية في التقدم العلمي والتكنولوجي والتنمية الشاملة، وخصوصا في المجتمعات التي تحاول اللحاق بركب العالم المتقدم وتعويض ما فاتها في أي مجال من مجالات المعرفة والنشاط الإنساني، وبالتالي فإن الإبداع أصبح شرطا ضروريا لا مفر منه من أجل التنمية المستدامة والنمو الاقتصادي معا. (lachman, 2010)

3. مصادر الأفكار الإبداعية:

يمكن لكثير من الأفكار الإبداعية التدفق للذهن دون إعداد أو تجهيز مسبق، أي بالصدفة، إذ يمكن أن تتبادر إلى ذهن الفرد وهو في طريقه إلى بيته أو في مأدبة طعام أو حتى وهو مستلق على سرير نومه... والتي تدعى بالمصادر الباطنية للأفكار الإبداعية، أي التي تتولد بشكل غير مباشر نتيجة ما يسمى بالشرارة أو اللمعة الإبداعية التي من خلالها تولد فكرة جديدة.

ولكن الأفكار الإبداعية لا تأتي دائما نتيجة قرار لحظي أو آني أو في كل الأوقات، لكنها قد تظهر بين الحين والآخر أو بين فترات متفاوتة، أو بمعنى آخر يتطلب الحصول على أفكار إبداعية جديدة المزيد من الجهود في اجتماعات ما، والتي تسمى بالأفكار الظاهرية، والتي يمكن الحصول عليها بشكل مباشر من واقع البيئة الداخلية والخارجية التي يعيش فيها الأفراد نتيجة تفكير قصدي مكثف في موضوع ما، كجلسات العصف الذهني أو حلقات المناقشة وغيرها من الأساليب، والتي تعمل على خلق الأفكار الإبداعية نذكر منها: البحوث، الزبائن، قنوات التوزيع، المنافسون، المعارف الجديدة، الحكومات، مراكز البحث والتطوير، وكالات الدعاية والإعلام. (خصاونة، 2010)

4. قابلية تطبيق الأفكار الإبداعية:

إن قابلية تطبيق الأفكار الإبداعية هي جوهر تحويلها من مجرد تصورات إلى مشاريع ومؤسسات حقيقية وناجحة، ولا يكفي أن تكون الفكرة مبتكرة، بل يجب أن تكون قابلة للتجسيد والتنفيذ على أرض الواقع وتلبي حاجة معينة في السوق. فليست كل الأفكار الإبداعية قابلة للتطبيق، فمنها ما هو واقعي ومنها ما هو خيالي، ومنها ما هو صالح وآخر غير صالح، ومنها ما هو بسيط ومنها ما هو معقد، ومنها ما هو نافع وما هو غير نافع، ومنها ما هو مربح وآخر غير مربح؛ لذا على الجهات التي ترغب في تطبيق الأفكار الإبداعية وتحويلها إلى ابتكارات في الواقع إجراء الدراسات والتحريات الدقيقة للتمكن من غربلة هذه الأفكار والوصول إلى القرار السليم حول إمكانية تطبيقها، وحتى تكون الأفكار الإبداعية مقبولة وقابلة للتنفيذ يجب أن تخضع لعدة اعتبارات أهمها:

✓ الموضوعية.

✓ تحقيق المنفعة والفائدة.

✓ اختيار الوقت المناسب للتطبيق.

✓ التكاليف المناسبة.

✓ توفير المواد اللازمة.

✓ التوافق مع القيم الاجتماعية.

✓ تحديد المستهدف والمستفيد من الأفكار الإبداعية.

إن تحويل الأفكار الإبداعية إلى مؤسسة عالمية يتطلب مزيدا من الابتكار، التخطيط الدقيق، التنفيذ الفعال، والمرونة في مواجهة التحديات، وقابلية تطبيق الفكرة هي نقطة الانطلاق الأساسية.

ثانيا: المؤسسات الناشئة في الجزائر وأهميتها

المؤسسات الناشئة هي مؤسسات حديثة النشأة تقوم على الإبداع والابتكار أمام احتمالات كبيرة للنمو والتطور بسرعة، لذلك هناك توجه عام لاعتماد المؤسسة الناشئة مهما كان مجالها؛ ذلك لما لها من دور كبير وفعال في تطوير وتنمية اقتصاد أي بلد.

1. ماهية المؤسسات الناشئة:

1.1. تعريف المؤسسة الناشئة:

المؤسسة الناشئة هي منظمة حديثة ومبتكرة، تُقدم منتجات أو خدمات مبتكرة ذات إمكانيات نمو عالي، تسعى جاهدة إلى إيجاد سبل تجعل أعمالها مربحة على المدى البعيد بهدف زيادة إيراداتها بشكل متسارع، وتتطلع إلى أن تكون شركة كبيرة.

أما مصطلح **Start-up** باللغة الإنجليزية: فهو يشير حرفيا إلى بدء العمل، حيث يرتبط هذا بفكرة تجربة نشاط جديد في سوق جديد، مع الاعتراف بوجود خطر يصعب تقييمه. (AND, 2022)

وحسب أحد المنظرين Ries Eric في كتابه The lean Startup لهذا المفهوم فإن المؤسسة الناشئة تعتبر: كيان بشري صممت لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة. (Ries, 2011)

وفي الأخير يمكن القول بأن المؤسسة الناشئة هي مجموع الموارد البشرية والمالية والمادية التي ترصد لأجل ترقية فكرة إبداعية قد تكون جديدة أو موجودة في أسواق خارج نطاقها الذي تستهدفه، عادة ما يكون تمويلها من متعاملين اقتصاديين كالبنوك والمؤسسات الرائدة والهيئات الحكومية الداعمة.

2.1. خصائص المؤسسة الناشئة: تتميز المؤسسة الناشئة بمجموعة من الخصائص أهمها ما يلي:

(المادة 11، 2020)

- الابتكار: تركز على تطوير منتجات أو خدمات جديدة تُقدم قيمة مضافة للمستهلكين.
- النمو: تسعى إلى النمو والتوسع بسرعة، وزيادة حصتها في السوق.
- المخاطرة: تواجه مخاطر عالية، نظراً لعدم اليقين المحيط بجذوى منتجاتها أو خدماتها.

■ **التمويل:** تعتمد على مصادر تمويل خارجية، مثل المستثمرين الملائكة أو رؤوس الأموال الاستثمارية.

■ **المرونة:** تتمتع بقدرة عالية على التكيف مع التغيرات في السوق واحتياجات العملاء.

■ **روح المبادرة:** يتميز مؤسسوها بروح المبادرة والشغف بمشاريعهم.

2. المؤسسات الناشئة في الجزائر:

لا يزال يواجه الإطار القانوني للمؤسسات الناشئة في الجزائر العديد من التحديات رغم كل الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية، نذكر منها: عدم وجود قانون تشريعي أساسي شامل، فتعتمد المؤسسات الناشئة حاليًا على مجموعة من المراسيم التنفيذية المتفرقة، مما يُشكل صعوبة في فهم القوانين المعمول بها، وكذا تعقيد بعض الإجراءات الإدارية، حيث تواجه بعض المؤسسات الناشئة صعوبة في استيفاء الشروط المطلوبة للحصول على علامة “مؤسسة ناشئة” أو “مشروع مبتكر” إضافة إلى نقص الوعي بالقوانين، فلا يزال بعض رواد الأعمال غير مدركين للقوانين والأنظمة التي تُنظم عمل المؤسسات الناشئة.

1.2 الإطار القانوني للمؤسسات الناشئة في الجزائر:

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة اهتمامًا متزايدًا بنمو وتطور المؤسسات الناشئة، نظرًا لما تمثله من قيمة مضافة للاقتصاد الوطني. وقد تم اتخاذ خطوات هامة لتوفير بيئة قانونية داعمة لهذه المؤسسات، يعتبر صدور النصوص المنظمة للمؤسسات الناشئة بادرة أولى من قبل الدولة لتجسيد سعيها نحو التوجه إلى تشجيع هذا النوع من المؤسسات، وتداركها منها على ضرورة تنظيمها وتحديد عملها وسيرها وطرق ترقيتها. ولعل أهم هذه المراسيم المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المتعلق بإنشاء مؤسسة ناشئة، والذي يحدد مهامها وتشكيلتها وسيرها، وشروط منح كل علامة. (المادة 11، 2020).

2.2. شروط إنشاء مؤسسة ناشئة في الجزائر:

من أجل الحصول على علامة مؤسسة ناشئة هناك مجموعة من الشروط الواجب توافرها في المؤسسات أهمها ما يلي: (سويقي، 2021)

■ أن تكون المؤسسة خاضعة للقانون الجزائري.

- لا يتجاوز عمر المؤسسة 8 سنوات.
- أن تعتمد المؤسسة على نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة.
- لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية.
- أن يكون رأسمال الشركة مملوكا بنسبة 50 % على الأقل، من قبل أشخاص طبيعيين أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة.
- أن تكون إمكانية نمو المؤسسات كبيرة بما فيه الكفاية.
- ألا يتجاوز عدد العمال في المؤسسة 250 عامل.

3. أهمية ودور المؤسسات الناشئة:

للمؤسسات الناشئة دور حاسم في التنمية الاقتصادية، بحيث تأتي هذه الأخيرة بالقيمة المضافة للبلاد وتعمل على تغيير حياة المستهلكين حيثما كانوا فتمنحهم حلولاً دائمة. ويمكن تلخيص دور وأهمية المؤسسات الناشئة في عدة نقاط رئيسية: (بن عياد، 2022، بتصرف)

- **محركات للابتكار:** المؤسسات الناشئة غالباً ما تكون في طليعة الابتكار، حيث تقدم حلولاً جديدة للمشاكل القائمة أو تخلق أسواقاً جديدة تماماً. إنها تتميز بمرونتها وقدرتها على تبني تقنيات وأفكار غير تقليدية بسرعة أكبر من الشركات الكبيرة القائمة.
- **خلق فرص العمل:** على الرغم من حجمها الصغير في البداية، إلا أن المؤسسات الناشئة لديها القدرة على خلق فرص عمل جديدة ومستدامة، خاصة مع نموها وتوسعها. هذا يساهم بشكل كبير في التنمية الاقتصادية وتقليل معدلات البطالة.
- **تعزيز النمو الاقتصادي:** تساهم المؤسسات الناشئة في تنويع الاقتصاد وزيادة تنافسيته، من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة، فإنها تحفز الاستثمار وتزيد من الناتج المحلي الإجمالي. تطوير التكنولوجيا: العديد من المؤسسات الناشئة تعتمد على التكنولوجيا المتقدمة لتقديم حلول مبتكرة. هذا يساهم في تطوير ونشر التكنولوجيا على نطاق أوسع، مما يعود بالنفع على مختلف القطاعات.

- **إحداث تغيير اجتماعي:** بعض المؤسسات الناشئة تهدف إلى حل مشاكل اجتماعية أو بيئية محددة، مما يجعل لها دوراً مهماً في تحقيق التنمية المستدامة وتحسين نوعية الحياة.
 - **جذب الاستثمارات:** قصص نجاح المؤسسات الناشئة تجذب المزيد من الاستثمارات ورؤوس الأموال المغامرة، مما يخلق بيئة استثمارية حيوية تدعم المزيد من الابتكار والنمو.
 - **تطوير ريادة الأعمال:** تشجع المؤسسات الناشئة ثقافة ريادة الأعمال وتلهم الأفراد لتحويل أفكارهم إلى مشاريع حقيقية، مما يخلق جيلاً جديداً من القادة والمبتكرين.
- فبفضل المؤسسات الناشئة، تمكنت الجزائر من تصدير عدة منتجات خاصة بالوقاية من كوفيد 19 بعدما كانت في البداية تستوردها، وهذا في أقل من سنة.

4. أفكار عملية لإنشاء مشاريع ناجحة:

- لتحويل الفكرة إلى مشروع ملموس أولاً يجب التأكد من أنها تتوافق مع كل الوسائل اللازمة لتنفيذه، كما يجب دراسة نقاط قوة وضعف المشروع، وعلى وجه الخصوص عندما تكون فكرة جديدة لا بد أن تتوافق مع الاحتياجات الحقيقية لهذا المشروع.
- وفي الأخير سنقوم بتقديم مجموعة من الأفكار العملية والتي تساهم وتساعد الفرد على إنشاء مشاريع ناجحة، تعتبر دويك أولئك الذين لديهم عقلية متنامية، أنه يمكنهم التغيير والنمو والتعلم من خلال الجهد، وأهم قادرون على تحقيق النجاح حتى عندما تصبح الأمور صعبة، فهم يبحثون عن طرق لتحسين مهاراتهم، ومواصلة العمل نحو النجاح.
- ولبناء عقلية النمو يجب:**

- الإيمان بأن كل الجهود مهمة وأن العمل الجاد يمكن أن يؤدي إلى نمو ذي مغزى.
- تعلم مهارات جديدة عند مواجهة التحديات، والبحث عن طرق لتطوير المعرفة والمهارات الضرورية، للتغلب على العقبات والانتصار.
- اعتبار الفشل بأنه مصدر قيم للتجربة، وليس انعكاساً لقدرات الأشخاص، يمكن من خلاله التعلم والتحسين.

وحددت الباحثة في التعليم الحديث بكاليفورنيا ليزا ويلتي مجموعة من الصفات الضرورية لتحقيق النمو الشخصي، لأي فرد يتطلع إلى الازدهار في حياته المهنية ومساعيه الشخصية، تتخلص في النقاط التالية: (sky news, 2023)

- **القدرة على التواصل الفعال مع الآخرين:** تشير الأبحاث التي أجرتها عالمة النفس كارول دويك في جامعة ستانفورد، بشأن عادات الناجحين وسلوكياتهم إلى وجود نوعين من العقليات الأساسية التي تؤثر على طريقة تفكير الناس في أنفسهم وقدراتهم التي تقودهم إما للنجاح أو الفشل، وهما العقلية الثابتة وعقلية النمو. إن الأفراد الذين يمتلكون عقلية ثابتة بأنهم يعتقدون بأن أشياء مثل الذكاء ثابتة وغير قابلة للتغيير وأن النجاح ليس نتيجة العمل الجاد، بل إنه ببساطة نتيجة للمواهب الفطرية التي يولد الناس بها أو بدونها، وهذا الاعتقاد يدفعهم إلى الاستسلام بسهولة أكبر في مواجهة التحديات.
- **الذكاء العاطفي:** تعد القدرة على التعرف على عواطفنا وإدارتها، وكذلك مشاعر الآخرين، أمراً بالغ الأهمية للتواصل والعلاقات الناجحة.
- **الوعي الذاتي:** يمكن للأفراد الواعين بأنفسهم تقييم نقاط قوتهم وضعفهم بدقة، كما أنهم قادرون على التعرف على كيفية تأثير تصرفاتهم وسلوكياتهم على من حولهم.
- **المرونة والقدرة على التكيف:** التحلي بالمرونة والانفتاح على التغيير في أي مجال مهم لتحقيق النجاح، فأولئك الذين يستطيعون التكيف مع الظروف والتحديات الجديدة، هم أكثر قدرة على تجاوز حالة عدم اليقين والعثور على النجاح. كما يمكنهم ذلك من تعلم أشياء جديدة بسرعة، يكونون أكثر قدرة على التنقل في بيئات غير مألوفة وتحقيق النجاح في مساعيهم.
- **التعاطف:** يمكن للأفراد المتعاطفين وضع أنفسهم في مكان الآخرين، ورؤية الأشياء من منظورهم، مما يساعد على تعزيز التفاهم والتعاون.
- **الثقة:** الثقة في قدراتنا وأنفسنا مهمة لتحقيق النجاح، ومواجهة التحديات الجديدة، فمن المهم تحقيق التوازن بين الثقة والتواضع.
- **الإبداع:** تعد القدرة على التفكير خارج الصندوق، والتوصل إلى أفكار جديدة ومبتكرة، ميزة مهمة لأي مجال، حيث يمكن للأفراد المبدعين التعامل مع المشكلات والتحديات من منظور جديد، وإيجاد حلول جديدة وفريدة من نوعها.

- **التفكير النقدي:** يمكن لأولئك الذين يتمتعون بمهارة في التفكير النقدي، النظر في وجهات نظر متعددة، وموازنة إيجابيات وسلبيات الخيارات المختلفة قبل اتخاذ القرار.
- **القيادة:** تعد القدرة على إلهام الآخرين وتوجيههم نحو هدف مشترك، صفة مهمة، ويمكن أن يكون الدور القيادي على سبيل المثال في تحفيز أعضاء الفريق وخلق بيئة عمل إيجابية ومنتجة.
- **الإصرار:** يعتبر الإصرار الوقود الذي يحتاجه الأشخاص للمثابرة، وعدم الاستسلام للإحباط بعد بضع محاولات.
- **التدريب على استعمال الكمبيوتر:** يجب التدريب والتعود على استخدام برامج الكمبيوتر باستمرار، حيث إن الأمر في بعض الأحيان يستلزم كتاباً يشرح البرنامج أو فيديو متوفر على الانترنت لبعض دقائق.
- **العامل النفسي:** تمنح الصلابة الأفراد القدرة على التعافي من النكسات والإخفاقات، وهي ضرورة للصمود، والمثابرة في مواجهة الشدائد ومواصلة العمل. مع تزايد الضغط العصبي اليومي الذي يواجهه الملايين من الطبقة العاملة، زاد معه الطلب على المدربين النفسيين على فن الاسترخاء وفن مواجهة الضغوط العصبية اليومية، ومنها إلى ممارسة بعض الرياضات المفيدة للحد من الضغوطات. إذا كنت تملك أعصاباً من حديد لا تلين، وتحب القراءة في علوم الطب النفسي وفنون الاسترخاء وتنشيط القوى الداخلية، فأنت مرشح بشدة لتكون مدرباً نفسياً على الاسترخاء. (شبابيك ، 2008)

ثالثاً. تجربة رائد الأعمال اينغفار كامبريد في إنشاء مؤسسة ناشئة شركة إيكيا للأثاث IKEA

تعتبر شركة إيكيا من الشركات العالمية العملاقة، واشتهرت بتقديم أثاث منزلي وعصري منذ تأسيسها، واستطاعت أن تحدث ثورة في طريقة تفكيرنا في الأثاث وتأثيث المنزل، وذلك من خلال الأفكار المبدعة والمتميزة لمؤسستها اينغفار كامبريد.

1. لحة عن نشأة وتطور شركة إيكيا للأثاث:

1.1 التعريف برائد الأعمال (اينغفار كامبريد) Ingvar Kamrad :

ولد اينغفار كامبريد في 30 مارس عام 1926 في قرية بالسويد، كان يعاني من اضطراب تعليمي كصعوبة القراءة والهجاء، لكن ما كان يميزه هو شخصيته الذكية، إذ تعلم قيمة الادخار في سن

الخامسة، خاصة وأن البلد في تلك الفترة كانت تعاني الفقر. بدأ أعمال التجارة في سن السادسة فكان يبيع ثقباب الكبريت على دراجته، بعدها ضاعف أرباحه ببيع الثقباب بالجملة، وبتلك الأرباح وفي سن العاشرة أصبح يبيع بذور الأزهار وبطاقات المعايدة وغيرها... وكل هذا بالموازاة مع الدراسة. (وردية، 2018، ص 160)

2.1 نشأة مؤسسة إيكيا:

في عام 1943 حيث كان **اينغفار كامبريد** يبلغ من العمر 17 سنة حيث أهده والده مبلغا من المال تشجيعا له على العلامات المرتفعة بالدراسة، ولأنه ذو فكر إبداعي تجاري أسس شركة إيكيا، وجسد الفكرة التي كانت تراوده لفترة على أرض الواقع، لبيع الأغراض المنزلية الصغيرة والأغراض المكتبية البسيطة. وبعد عامين من انطلاق الشركة بدأ باستخدام شاحنات توزيع الحليب لنقل بضائعه، وفي عام 1948 تم توظيف أول عامل فقرّر توسيع نشاطه والتخصص في الأثاث. واليوم إيكيا تعتبر أكبر شركة عالمية عملاقة لبيع تجزئة الأثاث في العالم منذ 2008، اشتهرت بتقديم أثاث منزلي عصري وعملي بأسعار في متناول الجميع، واستطاعت أن تحدث ثورة في طريقة تفكيرنا في الأثاث وتأثير المنازل، وذلك من خلال مفهومها الفريد للأثاث الجاهز للتركيب وتصميماتها الأنيقة والوظيفية التي تحمل لمسة اسكندنافية مميزة. (www.ikea.com)

3.1 تطور شركة إيكيا:

لاقت الشركة استجابة واسعة وبمشاركة مجموعة من الشباب تم نشر إعلانات للتعريف بالعلامة التجارية ونشاطات الشركة، ومنذ نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين أصبحت شركة إيكيا علامة تجارية عالمية مفضلة للأثاث المنزلي والمكاتب بالنسبة لقاعدة كبيرة جدا من العملاء في أغلب بلدان العالم، من أصحاب المهن الذين يؤثثون مكاتبهم الجديدة، مروراً بطلاب الجامعات، ثم مالكي البيوت والمنازل الذين يحتاجون إلى خزانة ملابس أو سرير أطفال جديد...

2. عوامل نجاح ونمو شركة إيكيا:

لقد كان نمو الشركة في البداية بطيئاً للغاية، ولكنه ثابت يناسب فلسفة كامبراد المستقلة والمدروسة، ونُقل عن المؤسس في قوله أنه يريد نمواً طويلاً الأجل لشركته، وبالتالي تمكنت إيكيا من النمو مالياً في عام 2019، حيث ارتفعت المبيعات بنسبة 5% على أساس سنوي لتصل إلى أكثر

من 42 مليار دولار. وهناك عدة عوامل ساهمت في نجاح ونمو شركة إيكيا يمكن حصرها في النقاط التالية:

➤ تشجيع الإبداع والتجديد المستمر:

- إن الإبداع في شركة إيكيا ليس مجرد قسم أو وظيفة وإنما متغلغل في ثقافة الشركة وجميع موظفيها، إضافة إلى أن أفراد شركة إيكيا يؤمنون بأن الإبداع والعطاء وتحمل المسؤولية هي طرق للنمو والازدهار، كما أن الثقة المتبادلة والتفاؤل والتوقع تشجع الجميع على المساهمة في التطور والنجاح، حيث تعتبر هذه العناصر من القيم الرئيسية للشركة والتي تنتمي إلى ثقافتها، كما أنها تعزز ثقافة تشجع على التجريب والتعلم من الأخطاء، فهي تؤمن بأن الإبداع يمكن أن يأتي من أي فرد في الشركة، كما تسعى لخلق بيئة عمل مفتوحة وداعمة للأفكار الجديدة من أبسط عامل إلى أعلى مستويات الإدارة، ويمكن ملاحظة الإبداع في شركة إيكيا في عدة جوانب نذكرها فيما يلي: (شبابيك، مدونة شبايك)
- التصميم البسيط والوظيفي: تركز إيكيا على تصميم أثاث عصري وجذاب وعملي في نفس الوقت.
- الأثاث متعدد الوظائف: ابتكرت الشركة قطع أثاث تخدم أكثر من غرض، مثل الأرائك التي تتحول إلى أسرة...
- قامت الشركة بتوظيف النساء في كثير من الوظائف الإدارية باعتبارهن هن اللواتي يقررن الكثير من الأشياء في البيت خصوصاً إن تعلق الأمر بالأثاث.
- غرف العرض الملهمة: بدلا من مجرد عرض المنتجات، تقوم إيكيا بإنشاء غرف عرض كاملة وملهمة، مما يساعد العملاء على تصور كيفية استخدام الأثاث في منازلهم.
- الأثاث مصمم ليلائم الصناديق الخاصة بالأثاث.
- الحملات الإعلامية الدولية المبدعة: تقوم الشركة بإنشاء متاجر جديدة في أوقات تسليم أقصر وحلول توزيع محسّنة معتمدة في ذلك على التجارة الإلكترونية، ومع ذلك هي تُدرك أن الانتقال إلى ضواحي المدن بحثًا عن المتاجر وقضاء كثير من الوقت بداخلها وانتظار طوابير طويلة مرهق، لذلك حرصت إيكيا على تعزيز تواجدها إلكترونياً تسهيلاً على العملاء.
- تقنية VR أو الواقع الافتراضي: لجأت إيكيا إلى هذه التقنية بواسطة محتوى الترفيه والألعاب، حيث تقوم بتشجيع العملاء على استخدام تقنية الواقع الافتراضي في تصميم

غرفهم، وذلك من خلال هذه التقنية يُمكن للعميل ببساطة تصميم غرفته الشخصية وتغييرها بحرية كما يريد.

- غالبًا ما يكون للمنازل والشقق القديمة مداخل ضيقة، وهذا ما انتبهت له شركة ايكيا وصممت الأثاث بطريقة تتفادى بها هذه المشكلة، فهي تصمم أثاث للمنازل والشقق ذات الأبواب الضيقة أو السلالم المتعرجة. ربما يكون هذا سببًا رئيسيًا لشعبية ايكيا في أوروبا بين جميع فئات الدخل المحدود من سكان الشقق والبيوت العادية.
- دمج المطاعم والمناطق الترفيهية في مختلف متاجرها وذلك لتوفير تجربة تسوق متكاملة.

➤ إستراتيجية التكلفة المنخفضة:

- إن استراتيجية شركة ايكيا كانت مبنية على تخفيض التكاليف وكسب الأرباح مع تقديم تصميمات جديدة للمنتجات، وجودة أفضل لخدمة الزبائن، حيث تمكنت من تقديم منتجات عالية الجودة بأسعار معقولة جدا، وذلك من خلال دراسة سلاسل الإمداد، العلاقات مع الموردين، مع استخدام نموذج المتجر والتجربة التسويقية، وذلك من خلال تحليل كيفية تصميم المتاجر، وتصميم الأثاث الجاهز للجميع flat-pack حيث يعتبر هذا المفهوم أساس نجاح ايكيا، بحيث يتم التصميم حتى يكون سهل التعبئة في صناديق مسطحة، مما يقلل تكاليف النقل والتخزين ويتيح للعملاء تجميعه بأنفسهم.

➤ إستراتيجية التوسع في السوق العالمية:

توسعت أعمال الشركة وأصبحت العلامة التجارية لشركة «إيكيا» تعتبر اليوم من بين أهم العلامات التجارية الأكثر شهرة في التاريخ الحديث، وانتشرت فروعها في السويد. كذلك النمو الاستراتيجي العالمي لمنتجاتها، إذ كانت تفتح متجرا في كل بلد سنويا، أي النمو الاستراتيجي العالمي لمنتجاتها، مع الاهتمام بالعلاقات مع الموردين في أي بلد، إضافة إلى الدراسة الأولية لسوق المفروشات للبلد الجديد من الشروط القانونية إلى الثقافة المنتشرة إلى السياسة السائدة. كما شرعت في بناء إستراتيجية للتصدير إلى خارج السويد فامتدت إلى النرويج، الدانمارك، ألمانيا، كندا، أستراليا، سويسرا...

وفي الثمانينات دخلت الأسواق الأمريكية واستقطبت اهتمام العديد من المؤسسات المتخصصة في تصميم الأثاث.

وفي التسعينات تم إطلاق سلسلة ايكيا للأطفال، كما ركزت في مختلف أنشطتها على المحافظة على البيئة، حيث يوجد اليوم أكثر من 300 متجر يعرض منتجات الشركة حول العالم على مستوى

أكثر من 40 دولة. كما يذكر مؤسس الشركة أنه لم يعتمد إطلاقاً على أموال خارجية للتمويل ولا الاقتراض لمواجهة التوسعات والتحديات الخارجية، ولم يعتمد على طرح الأسهم، بل اعتمد على أسلوب التمويل الشخصي للشركة. (وردية، 2018).

وفي سنة 2013 سلم كامبريد المشعل لأبنائه، الذين حاولوا الاستمرار في نهج أبيهم في تطوير منتجات مؤسساتهم، المبنية على أسلوب الإبداع وتشجيع الكفاءات واختيار المصممين المبدعين لأثاث إيكيا. والذي توفي عام 2018 ولا تزال الشركة تتبع مبداه على النمو، وذلك حتى يومنا هذا. إضافة إلى الأسباب السابقة لنمو ونجاح شركة إيكيا فإن الشركة تحرص على تطبيق ما يلي: (www.ikea.com)

■ **استراتيجيات التسويق المستخدمة:** تم تصميم كل عنصر من عناصر إستراتيجية التوعية الخاصة بشركة إيكيا بعناية فائقة لدعم هوية علامتها التجارية وتعزيز تواجدها بين العملاء في جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلى صنع تجارب عملاء لا تُنسى. اعتماداً على قواعد أساسية أهمها ما يلي:

- **سهولة نقل الأثاث:** تشجع إيكيا وحدات الأثاث التي تتسم بالمرونة والتخصيص والمطابقة، على سهولة نقل الأثاث بتجزئته وإعادة التركيب والجمع بين القدرة على التوصيل بسهولة وتحمل التكاليف وهو مفتاح هذا النجاح.

- **جعل إعادة الاستخدام مريحة وبأسعار معقولة:** قد يبدو من غير المنطقي لشركة أثاث التأكيد على إعادة الاستخدام، ولكي نكون منصفين فإن النقاط الرئيسية في قيمة علامة إيكيا التجارية التي ذكرناها سابقاً لا تؤدي بالضرورة إلى ضمان استمرار منتجاتها مدى الحياة، لكن هذه الشركة بعيدة كل البعد عن التخلص منها، فلا تزال الشركة تزود عملاءها بمنتجات مصممة لتدوم، حتى أكياس التسوق المتينة والقابلة لإعادة الاستخدام من إيكيا تُعد دليلاً على التزام الشركة بالاستدامة.

- **التقاط أفضل زاوية لكل قطعة أثاث:** لطالما كانت كتالوجات إيكيا الكلاسيكية من أهم العلامات التجارية، حتى داخل متاجرها ينتقل العملاء من خلال شاشات العرض من أجل تخيل أفضل طريقة لاستخدام كل عنصر وعرضه بطريقة جذابة.

■ **ولاء العملاء:** نهجت شركة إيكيا خطة غاية في الأهمية تتمثل في كسب ولاء العملاء بشتى الطرق والأساليب، ولا تزال إيكيا تسعى إلى الحصول على ولاء عملائها الجدد

والقادمي، مع الأخذ في الاعتبار العلامة التجارية القوية والفريدة التي طورتها على مر السنين.

- **حياة صحية ومستدامة:** وتشمل التزامات الشركة للسنة المالية 2030 توفير المنتجات والخدمات وحلول الأثاث التي تعزز نمط حياة صحي ومستدام في المنزل، بالإضافة إلى مجموعة من المنتجات الغذائية التي تعزز الأنظمة الغذائية الصحية والمستدامة. كما تسعى أيضًا إلى المساهمة في إحداث تحول في المجتمع حيث تصبح أنماط الحياة الصحية والمستدامة هي القاعدة. (www.ikea.com)
- **المسؤولية الاجتماعية:** لقد قامت الشركة بمبادرات في دعم المجتمعات وحقوق العمال، وكيف تؤثر هذه الممارسات على العلامة التجارية.

- **الموقع الرسمي لشركة إيكيا** متوفر بعدة لغات عالمية ومنها اللغة العربية.
- وفي الأخير يمكن القول بأن شركة إيكيا بدأت كفكرة بسيطة لشاب طموح في منطقة ريفية، وتطورت تدريجياً من شركة للطلب بالبريد تبيع منتجات متنوعة إلى عملاق عالمي في صناعة الأثاث، وذلك بفضل رؤية مؤسسها وإصراره على تقديم منتجات عملية وعصرية بأسعار مناسبة.

الخاتمة:

تعتمد نظرية النجاح في مجال الأعمال على الإتيان بفكرة جديدة لم يسبقك إليها أحد من قبل، ثم أن تضع خطة عمل محكمة قابلة للتحقيق، بعدها أن تبحث عن الممولين وتضع نسبة تقسيم عادلة للأرباح والخسائر، ثم تتوكل على الله وتجتهد. وتعتبر شركة إيكيا من الشركات العالمية العملاقة للأثاث في العالم، نشأت من فكرة بسيطة في السويد لتوفير أثاث جيد التصميم بأسعار معقولة، وقد حققت نجاحا باهرا بفضل نموذج أعمالها المبتكر وتركيزها على تلبية احتياجات الزبائن، وعموما يظهر الإبداع في شركة إيكيا ليس فقط في منتجاتها وإنما في فلسفتها الشاملة التي تهدف إلى تقديم حلول عملية وبسيطة وبأسعار مناسبة، مع تحويل الزبون إلى جزء من العملية الإبداعية. وبالتالي فإن المؤسسات الناشئة اليوم من أهم محركات النمو الاقتصادي للدول، حيث يلاحظ ذلك من خلال الاهتمام الكبير الذي تحظى به هذه الأخيرة من قبل السلطات الرسمية والهيئات الحكومية، كما أن الدولة الجزائرية وعلى غرار دول العالم تسعى إلى دعم وتطوير المؤسسات الناشئة وتشجيعها والعمل على دعمها في شتى المجالات.

نتائج الدراسة:

إن تحويل الفكرة الإبداعية إلى كيان تجاري ناجح، ثم إلى مؤسسة عالمية يمثل تحدياً استراتيجياً وفرصة هائلة، ولا يكفي ذلك أن تكون الفكرة مبتكرة، بل يجب أن تتمتع بقابلية تطبيق عالية تضمن تحولها من مجرد تصور إلى مشروع مستدام، وفيما يلي أهم نتائج هذه الدراسة:

- إن أهم عوامل نمو ونجاح المؤسسات الناشئة هي الإبداع والابتكار، لأن معظم المؤسسات العملاقة بدأت من مجرد فكرة جانبية بسيطة.
- الأفكار الجديدة مطلوبة من خارج المؤسسة بينما تطبيقها يأتي من داخلها، ولهذا يجب أن يكون هناك أفراد في المؤسسة قادرين على تجسيد هذه الأفكار وجعلها قابلة للتطبيق.
- الأفكار لا يجب أن تكون دائماً جديدة ومبدعة لتحقيق نجاحها باهراً، وإنما تحتاج أحياناً إلى النظر إليها من زاوية مختلفة (التفكير خارج الصندوق).
- هناك مجموعة من الصفات الواجب توافرها في صاحب الفكرة الإبداعية حتى يتمكن من تجسيد فكرته إلى مشروع ملموس وناجح.
- القراءة والإطلاع والبحث الدائم عن المعرفة له دور مهم جداً في نجاح رواد الأعمال للنهوض بمؤسساتهم الناشئة.
- النجاح دائماً محفوف ومليء بالمخاطر في ظل المنافسة الشرسة التي تسيطر على العالم الاقتصادي اليوم، وبالتالي فإن الثقة والصبر في المشروع والعمل المستمر من أهم مفاتيح النجاح، حيث إن الفرص لا تضيع في عالم الأعمال إن أنت لم تقتنصها ذهبت لمنافسيك.
- احترام الزبون والحرص على إرضائه دائماً هو سر الاستمرار، وضرورة تطبيق مقولة **الزبون الملك** والتي تغيرت هي الأخرى وأصبح يقال: **ماذا يريد الملك؟** لأن آراء الزبائن وطلباتهم تعتبر مصدراً للأفكار الإبداعية في بعض الأحيان، كما أن إرضاءهم يضمن البقاء والاستمرار في السوق.

الاقتراحات:

ومن خلال ما سبق يمكن التوصل للاقتراحات التالية، والتي يمكنها من جعل المؤسسات الناشئة مؤسسات عالمية بامتياز:

- الحرص على أن تكون عندك رؤية واضحة لما تريد أن تفعله وتكونه في المستقبل، ولا يهم إن تم تحقيقها أم لا، الأهم أن تكون عندك واضحة وضوح الشمس.

- ضرورة إدراج النماذج الجديدة والخاصة بإنشاء المؤسسات الناشئة والتي تساعد على خلق وإنجاح إنشاء هذه المؤسسات، والتي تعد من أهم العوامل التي يجب على المبتكر البحث فيها والعمل بها لأنها تساعد في نمو مؤسسته وضمان بقائها.
- إطلاع الشباب المقاول على التجارب العربية والدولية في مجال المؤسسات الناشئة وريادة الأعمال، وأخذ الدروس المستفادة منها من أسباب النجاح.
- عدم التوقف عن تدفق الأفكار الإبداعية باعتباره عملية تجديد مستمرة، مع ضرورة إدراج حوافز متعلقة بالأفكار الإبداعية، وذلك قصد تشجيعها وعدم جعلها حبيسة الأذهان.
- إذا كنت لا تتغير وترفض التغيير، فسيتم استبعادك من المنافسة.
- إذا كنت لا تريد تعلم أشياء جديدة ولم تستطع أفكارك وذهنيتك مواكبة العصر فسوف تنتهي بمرور الوقت.
- يظل الإنسان ناجحاً مادام يتعلم، فإذا اعتقد أنه قد علم فقد حكم على نفسه بالفشل.

قائمة المراجع:

1. بوقابة وردية. (2018). *الابداع التكنولوجي ودوره في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الالكترونية*. الجزائر: جامعة بومرداس.
2. الجريدة الرسمية (21 سبتمبر 2020). *المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المتضمن انشاء مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر وحاضنة الأعمال*. الجزائر.
3. الجريدة الرسمية، المادة 11 (21 سبتمبر، 2020). *المرسوم التنفيذي رقم 20-254. المتضمن انشاء مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر وحاضنة الأعمال*. الجزائر.
4. جلييلة بن عياد. (20، 1، 2022). *دور المؤسسات الناشئة في المؤسسات الاقتصادية. مجلة الدراسات القانونية، الصفحات 170-172*.
5. جوان فاضل مهدي. (2016). *الثقافة التنظيمية والابداع الإداري العلاقة والتأثير*. مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، المجلد 8 (العدد 3)، 160، 173، 175.
6. حورية سويقي. (2021). *المؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 20-254. المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، صفحة 74*.
7. خصاونة، ع. ل. (2010). *إدارة الابداع والابتكار في منظمات الاعمال*. عمان: دار حامد.
8. رفعت عبد الحليم الفاعوري. (2005). *إدارة الابداع التنظيمي*. مصر: المنظمة العربية للتنمية الادارية.
9. رؤوف شباييك. (2008). *25 قصة نجاح*. مصر: اصدارة.
10. رؤوف شباييك. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 2025، من <http://www.shabayek.com>:
<https://www.shabayek.com/%d9%82%d8%b5%d8%a9-%d8%a7%d9%86%d8%ac%d9%81%d8%a7%d8%b1-%d9%83%d8%a7%d9%85%d8%a8%d8%b1%d8%a7%d8%af%d8%8c->

- %d9%85%d8%a4%d8%b3%d8%b3-
%d8%b3%d9%84%d8%b3%d9%84%d8%a9-
/%d9%85%d8%ad%d9%84%d8%a7%d8%aa-%d8%a7
11. رؤوف شباييك. (بلا تاريخ). مدونة شباييك. تاريخ الاسترداد 17 11, 2016, من [/https://www.shabayek.com](https://www.shabayek.com)
 12. الزيادات, م. ع. (2008). اتجاهات معاصرة في ادارة المعرفة. عمان: دار الصفاء.
 13. سويقي, ح. (2021). المؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي 20-254/مجلسة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية.
 14. عاكف لطفي خصاونة. (2010). ادارة الابداع والابتكار في منظمات الاعمال. عمان: دار حامد.
 15. الفاعوري, ر. ع. (2005). ادارة الابداع التنظيمي. مصر: المنظمة العربية للتنمية الادارية.
 16. مشهور, ث. (2010). استراتيجيات التطوير الاداري. عمان: دار أسامة للنشر.
 17. المعاني, أ. (2011). تمضايادارية معاصرة. عمان: دار وائل.
 18. وردية, ب. (2018). الابداع التكنولوجي ودوره في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الالكترونية. الجزائر: جامعة بومرداس.
 19. Ries, E. (2011). *the learne startup*. new york: the crown publishing.
 20. héraud, j. l. (2015). l'évolution du systeme de recherche et d'innovation. *innovations*
 21. lachman, j. (2010). stratégie et financement de l'innovation. *Economica*.
 22. [www.ikea.com](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D9%86%D8%BA%D9%81%D8%A7%D8%B1_%D9%83%D8%A7%D9%85%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D8%AF). (s.d.). Consulté le Fervrier 10, 2025, sur https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D9%86%D8%BA%D9%81%D8%A7%D8%B1_%D9%83%D8%A7%D9%85%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D8%AF
 23. [www.ikea.com](https://www.ikea.com/global/en/stories/). (s.d.). Consulté le 2025, sur <https://www.ikea.com/global/en/stories/>
 24. [www.ikea.com](https://www.ikea.com/global/en/our-business/how-we-work/ikea-culture-and-values/). (s.d.). Consulté le Avril 17, 2025, sur [16/https://www.ikea.com/global/en/our-business/how-we-work/ikea-culture-and-values/](https://www.ikea.com/global/en/our-business/how-we-work/ikea-culture-and-values/)
 25. [www.ikea.com](https://www.ikea.com/global/en/images/IKEA_Sustainability_Report_FY_24_2025_02_06_0aaa025249.pdf). (s.d.). Consulté le février 17, 2025, sur https://www.ikea.com/global/en/images/IKEA_Sustainability_Report_FY_24_2025_02_06_0aaa025249.pdf
 26. [www.ikea.com](https://www.ikea.com/global/en/our-business/sustainability/). (s.d.). Consulté le Avril 16, 2025, sur <https://www.ikea.com/global/en/our-business/sustainability/>.
 27. https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D9%86%D8%BA%D9%81%D8%A7%D8%B1_%D9%83%D8%A7%D9%85%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D8%AF (2025, فيفري). Récupéré sur
 28. <https://www.skynewsarabia.com/varieties/1593187-%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82-%D9%87%D8%AF%D9%81%D9%83-%D8%B3%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-13-%D8%B5%D9%81%D8%A9-%D8%A8%D8%B4%D8%B1%D9%8A%D8%A9>
 29. <https://www.skynewsarabia.com/varieties/1593187-%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82-%D9%87%D8%AF%D9%81%D9%83-%D8%B3%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-13-%D8%B5%D9%81%D8%A9-%D8%A8%D8%B4%D8%B1%D9%8A%D8%A9>

- %D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-13-
%D8%B5%D9%81%D8%A9-%D8%A8%D8%B4%D8%B1%D9%8A%D8%A9
30. https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D9%86%D8%BA%D9%81%D8%A7%D8%B1_%D9%83%D8%A7%D9%85%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D8%AF
31. AND .(2022) .<https://and.dz/site/wp-content/uploads/guide-de-creation-dentreprise-2022-arabe.pdf> من الاسترداد .<https://and.dz/site/wp-content/uploads/guide-de-creation-dentreprise-2022-arabe.pdf>
32. sky news من .(2023 , 2 12) .<https://www.skynewsarabia.com/varieties/1593187-%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82-%D9%87%D8%AF%D9%81%D9%83-%D8%B3%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-13-%D8%B5%D9%81%D8%A9-%D8%A8%D8%B4%D8%B1%D9%8A%D8%A9>
33. www.ikea.com 10 تاريخ الاسترداد .(بلا تاريخ).Fervrier, 2025 من ،
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D9%86%D8%BA%D9%81%D8%A7%D8%B1_%D9%83%D8%A7%D9%85%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D8%AF
34. www.ikea.com من 2025 ، تاريخ الاسترداد .(بلا تاريخ) .
<https://www.ikea.com/global/en/stories/>