

واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر

The reality of startups in Algeria

د. فاطمي مولات

fatmouly20@gmail.com

جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان

تاريخ القبول: 2024/12/02

تاريخ الاستلام: 2024/09/02

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى مواكبة وضع المؤسسات الناشئة في الجزائر وهي في مرحلة انطلاق جماعي، لرصد الوضع وتحديد توجهها وتوثيق تطورها في ظل مجموعة من التغيرات تشهدها بيئة الأعمال الجزائرية، ورغم تناول العديد من الأبحاث لموضوع المؤسسات الناشئة الجزائرية والتي أشارت الى عدم وجود نماذج ناجحة، واقتصرتها على تلك التي تعمل في مجال التسويق الإلكتروني، الا أن هناك العديد من المؤسسات ورغم استنساخهم لأفكار من الخارج الا أنهم قاموا بتحسينها على حسب المتغيرات البيئية الخاصة بالجزائر نجحت بتحدي الصعاب والعقبات ، والبيئات التي نحن بصدد البحث عن أسباب نجاحها للأخذ بهذه العوامل والتركيز عليها لإنجاح المؤسسات الناشئة في بلادنا أمر يصعب تحقيقه، وذلك لأننا تغاضينا النظر للطريقة التي وصلت اليها لخلق هاته التركيبة والتي في الأصل هي نتيجة لتاريخ حافل من المحولات بين الفشل والنجاح، ورغم أن العوامل الرئيسية هي نفسها تتشابه في الظاهر لكن تختلف في الباطن مما يصعب ايجاد توليفة مناسبة تتماشى مع خصوصية وتاريخ بيئتنا لكن ليست مستحيلة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة، الجزائر، المقاولاتية، المشروع، البيئة الجزائرية.

تصنيف JEL: P2- Z1

Abstract:

This study aims to keep pace with start-ups situation in Algeria as they are in collective launch stage. The goal is to monitor and determine their direction, and document their development amidst a series of changes occurring in the Algerian business environment. Although numerous studies have addressed the subject of Algerian start-ups and have pointed out the absence of successful models, which have limited to e-marketing, despite replicating ideas, to adapted them to the specific Algerian environment and succeeded in overcoming obstacles. to understand the reasons for start-ups success and to focus on these factors to ensure their success in Algeria is difficult. because we have overlooked the successful frameworks process which is the result of a history of attempts between failure and success. While the main factors appear similar on the surface, they differ in depth, to find a suitable formula that aligns with the specificity of our environment is difficult, but not impossible.

Keywords: Start-ups, Algeria, entrepreneurship, project, Algerian environment

Jel Classification Codes : P2- Z1

1. مقدمة

تعد المؤسسات الناشئة من أكثر المواضيع التي أصبحت تسيل الحبر مؤخرا في الجزائر نظرا لأهميتها ودورها في تنمية اقتصاديات الدول، فهي أيضا عامل مهم لمحاربة البطالة وتحسين الظروف المعيشية للمجتمعات خارج اعتمادها على الوظائف الحكومية، وباعتبار الاقبال الكبير للشباب وريادي الأعمال على هذا النوع من المؤسسات وبالأخص في السنوات الأخيرة جعلنا نركز عليها ونطرح العديد من التساؤلات لنبحث عن إجابات وتحليلات للوضع الراهن، خاصة وأن الجزائر تتميز ببيئتها بخصوصية حالها حال العديد من الدول التي تبحث على تحسين مناخ أعمالها لجذب الاستثمارات.

2.1 الإشكالية:

وتمثل إشكالية الدراسة التي نحن بصدد البحث فيها كما يلي:

ما وضع المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

ومنه نطرح التساؤلات التالية:

- ماهي المعايير التي يتم على أساسها تحديد مفهوم المؤسسات الناشئة؟
- ما هو واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر؟
- ماهي القطاعات التي تجذب أصحاب المشاريع من مؤسسي المؤسسات الناشئة؟

3.1 فرضيات الدراسة

تمثلت فرضية الدراسة فيما يلي:

- المؤسسات الناشئة في الجزائر لازالت تجربة جديدة تبحث عن التمتع في الجزائر

4.1 أهداف الدراسة

تهدف هاته الدراسة الى مواكبة وضع المؤسسات الناشئة في الجزائر وهي في مرحلة يعبر عنها ببداية انطلاقها بهدف رصد الوضع وتحديد توجهها من أجل توثيق تطورها في ظل مجموعة من التغييرات تشهدها بيئة الأعمال الجزائرية خاصة تلك المتعلقة بالتحفيزات والمجهودات التي تبذلها الدولة لمساعدة هاته المؤسسات على الانطلاق والأهم الاستمرارية في ظل متغيرات السوق الجزائرية

2. المؤسسات الناشئة

1.2 مفهوم المؤسسات الناشئة

لمعرفة ما معنى المؤسسات الناشئة والوصول الى مفهوم واضح وأدق ارتأينا التطرق الى عدد من التعاريف لتحديد الإطار المفاهيمي المتفق عليه من بينها:

- عرفت المؤسسات الناشئة على أنها مصطلح يستخدم لتحديد مؤسسات حديثة النشأة، والتي نشأت من فكرة إبداعية ريادية وأمامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بسرعة (ديناوي و زرواطي ، 2020)

- عرفت "المؤسسات الناشئة هي مؤسسة حديثة النشأة تعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة لاستحداث منتجات وخدمات جديدة تبحث دوما عن أسواق وزبائن جدد، نشاطها محفوف بالمخاطر ولها فرص كبيرة للنمو والتوسع" (مشعلي، 2023)

- وبالنسبة ل Paul Graham عرفها في 2004 "المؤسسة الناشئة هي مؤسسة صغيرة تواجه مشكلة تقنية صعبة" التعريف خاص بتلك المرحلة وفي سنة 2012 عاد أين قام بإعادة صياغة التعريف على النحو التالي "مؤسسة صممت لتنمو سريعا، وكونها تأسست حديثا أو أن يكون لها ارتباط بالتكنولوجيا الحديثة، أو أن تكون قد تلقت تمويلها من رأس المال المخاطر لا يجعل منها بالضرورة مؤسسة ناشئة" ليس شرط ارتباطها بالتكنولوجيا الحديثة بل بنموها السريع لذا أولا علينا فهم النمو السريع".

وبالتالي نؤكد على أنه ليس هناك حدود معينة لمؤسسة ناشئة وذلك بتغير وجهات النظر مع مرور الوقت والطريقة التي تنمو بها هاته المؤسسات.

وبالتالي قمنا بتعريفها سابقا على أنها " مؤسسة حديثة تسعى الى تقديم خدمة أو منتج مبتكر أو بطريقة وأسلوب جديد من أجل تحقيق عائد ربحي كبير في ظرف قياسي بالموازاة مع نمو قياسي" وهنا نلاحظ الروح المقاولاتية والمبادرة في أخذ الفكرة وتنفيذها الى واقع ملموس أين يتفق عدد كثير من الباحثين على أن من السهل الحصول على الفكرة ولكن تحويلها على أرض الواقع هو التحدي الأكبر. (فاطمي، 2024)

2.2 خصائص المؤسسات الناشئة

بعد تناول عدد من التعاريف سالفة الذكر أين تم حصر خصائص المؤسسات في حالة عدم اليقين ويعتبر والاعتماد على التكنولوجيا غير كاف الا أنه منطقي على حسب المرحلة وهو غير كافي، لذا سنستعرض مجموعة من الخصائص التي تتميز بها من وجهة نظر عدة باحثين والتي يمكن حصرها في:

- هيكل تنظيمي بسيط يتصف بالمرونة وسرعة الاستجابة مع سهولة وصول المعلومة، قد يكون في البداية غير رسمي وعدد قليل من الموظفين يتميزون بطريقة العمل الجماعي فهم يكونون فريق عمل واحد.
- مؤسسة جديدة ليس لها خلفية تاريخية حديثة التأسيس تبدأ من فكرة لصاحب المشروع لتتحول الى مؤسسة شابة قد تكون مؤقتة في حالة تعرضها للفشل أو انتقالها لفكرة أخرى تعبر عن فرصة جديدة.
- هي مؤسسات تعتمد على التكنولوجيا الحديثة ليس فقط من خلال الابتكار ولكن أيضا إيجاد أساليب حديثة.
- تتميز بالنمو السريع باكتساح الأسواق وتحقيق إيرادات عالية
- القدرة التنافسية: تواجه هاته المؤسسات منافسة قوية وذلك في محاولة السيطرة على السوق الذي تستهدفه باعتبارهم داخلين جدد يهددون خدمات أو منتجات قائمة أو بديلة أو وسطية.
- نوع الاستراتيجية: والتي غالبا ما تكون استراتيجية التخصص لأن غالبية نشاطها يتمحور حول منتج أو خدمة معينة يجب التركيز عليها لتطويرها وتجنب تشتيت الذهن نتيجة لنموها بوتيرة متسارعة أين تستلزم يقظة تكنولوجيا ويقظة السوق.
- تتصف هاته المؤسسات بالانفتاح على البيئة الخارجية وبالتالي تؤثر وتتأثر بها.
- المجازفة والمخاطرة من خلال العمل في ظروف عدم التأكد.

3.2 دورة حياة المؤسسات الناشئة

تعتبر المؤسسات الناشئة فريدة من نوعها من مختلف النواحي وحتى في دورة حياتها والمراحل التي تمر بها التي غالبا ما تكون في (آيت عكاش و بداوي، 2022):

- **المرحلة الأولى:** تتميز بإطلاق الفكرة وتجربتها في السوق وبعرض للمنتج أو الخدمة المقترحة أو المبتكرة، ويكون التمويل في أساساً مرتكزاً على التمويل الخاص أو الاقتراض من أفراد العائلة.
- **المرحلة الثانية:** وهي تتميز الانطلاق الرسمي للمؤسسة والتي تشهد تحول من مرحلة التجربة الى الاطلاق الفعلي في السوق والبحث عن ممولين من خلال عرض المنتج ومميزاته بإضافة الى الأرباح المحصل عليها في المرحلة الأولى مع إمكانية تطور حجم المبيعات والأرباح المحتملة.
- **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة النمو وتأتي بعد تحقيق الهدف المنشود ألا وهو حجم الأرباح المرتفعة بسبب ارتفاع حجم المبيعات نتيجة للطلب المرتفع والتي تترجم تقبل السوق للمنتج أو الخدمة
- **المرحلة الرابعة:** والتي يسميها البعض الانزلاق في الوادي والتي تكون نتيجة المنافسة الشديدة والتي تؤدي تندي مستوى الأرباح أين يحاول فيها ربايدي الأعمال بما يسمى بتسلق المنحدر لتدارك الموقف.

وبتعدد المراحل التي قد يصنفها البعض الى ثلاثة مراحل أو أربع أو خمس لا يمكننا المرور دون ذكر المقال الذي تناوله BENJAMIN GRANGE في المجلة الفرنسية FORBES MAGASIN أين قسم دورة حياتها على النحو التالي (GRANGE, 2019):

الشكل رقم 01: دورة حياة المؤسسات الناشئة حسب Benjamin Grange



Benjamin Grange, Forbes magasin 2019

تطرق في مقاله لعدة نقاط مهمة وذلك بعد الدراسة التي أجراها بالاستعانة بالمؤسسات الناشئة Facebook، Amazone بعد قدرتهم على الاستمرار بمزاولة نشاطهم وتحقيق الأرباح المرتفعة لأكثر من 25 سنة وذلك بالاعتماد على الابتكار المستمر، وأنه لا يمكن بعد الآن اعتبار المؤسسات الناشئة أنها مؤقتة بل العكس فهي قادرة على الاستمرار في النجاح، لكن الواقع يفرض على هاته المؤسسات ضرورة الاندماج في بيئتها والتي سنتعلم الكثير عنها مستقبلا.

3 المؤسسات الناشئة في الجزائر

ان التكلم عن المؤسسات الناشئة وواقعها في الجزائر يقودنا الى ذكر تجربة الجزائر لإنشاء المشاريع الاستثمارية منذ التسعينات نتج عنها مشاريع فاشلة و مؤسسات متعثرة كان السبب في عزوف الشباب المبتكر على طرح فكرته خوفا من الفشل المقاولاتي، صحيح أن العالم كله يبحث عن سبل انجاح هاته المؤسسات الناشئة وتهيئة الظروف البيئية المساعدة لخلق مناخ اعمال يساهم في نجاحها، والجزائر لا تُشكّل استثناءً فالمؤتمرات التي تقام لتشجيع إنشاء المؤسسات ناشئة سواء في القطاعين العام والخاص وحاضنات المشاريع التي تم اطلاقها تؤكد على الجهود المبذولة من طرف الدولة لتشجيع مثل هذه المؤسسات.

1.3 كيفية الحصول على علامة مؤسسة الناشئة في الجزائر

قامت الوزارة بتتصيب لجنة مختصة تقوم بدراسة الطلبات التي على أساسها يتم الفصل إذا كانت هاته المؤسسة تحمل المعايير التي تميز المؤسسات الناشئة، أين تجتمع على الأقل مرتين في الشهر.

من خلال اصدار النص التفيدي رقم 20-254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 متعلق بإنشاء اللجنة الوطنية المانحة لتسمية المؤسسة الناشئة تم تحديد المعايير التي يتم على أساسها منح العلامة والتي تمثلت في: (الجريدة الرسمية، 2020)

- أن تكون خاضعة للقانون الجزائري
- ألا يتجاوز عمره 8 سنوات
- الاعتماد على فكرة مبتكرة أي عنصر الابتكار رئيسي
- ألا يتجاوز رقم أعمال المؤسسة للمبلغ المحدد من طرف اللجنة
- نسبة مساهمة الأشخاص الطبيعيين فيها 50 بالمئة أو من طرف صناديق الاستثمار أو مؤسسات متحصلة على علامة المؤسسة الناشئة
- ان تكون نسبة نمو المؤسسة المتوقعة كبيرة

- لا يتعدى عدد العمال 250 عامل
- كما تم ادراج أربعة معايير جديدة يتم على أساسها الحصول على العلامة أو التسمية:
- تكلفة النفقات على البحث والتطوير حيث من المفروض أن تتفق 15 % من رقم أعمالها
- إذا كان نصف أعضاء الفريق يملكون شهادة دكتوراه
- إذا تحصلت المؤسسة براءة اختراع
- برنامج مسجل سواء على المستوى الوطني أو الدولي
- ليس بالضرورة توفر كل المعايير الأربع المستحدثة لكن ان ثبت وجود واحد من هذه المعايير الأخيرة بالإضافة الى كل المعايير السابقة سيتم منح العلامة لمدة أربع سنوات مع قابلية التجديد مرة واحدة فقط
- لذا يتوجب تقديم طلب الحصول على العلامة عبر البوابة الالكترونية مرفق بملف كامل متمثل في:
- نسخة من السجل التجاري
- نسخة من بطاقة التعريف الجبائي والاحصائي
- نسخة من القانون الأساسي للمؤسسة
- شهادة الانخراط في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية مع قائمة الموظفين
- نسخة من الكشوف المالية للسنة الجارية
- المؤهلات العلمية والتقنية والخبرة لموظفي المؤسسة
- وثيقة الملكية الفكرية أو جائزة متحصل عليها
- عند استكمال الملف والتسجيل في البوابة يتم الرد في أجل أقصاه 30 يوم وفي حالة الرفض اللجنة ملزمة بتقديم المبرر أي ذكر سبب الرفض
- ويتم تقديم المنتج أو الخدمة على الشكل التالي:
- منصة الكترونية بالفعل أو تجريبية تسمى ب demo
- أما في حالة منتج يجب تقديم نموذج أولي يسمى prototype
- رابط نحو التطبيق المعني أو عن طريق فيديو يوضح كيفية استعمال وعمل التطبيق

2.3 علامة المشروع المبتكر

يمكن لكل شخص أو فريق عمل الحصول على علامة المشروع المبتكر كتمهيد لبلوغ علامة المؤسسة الناشئة مستقبلا، وهي مرحلة مهمة للشباب المبتكر تساعد على إنشاء مؤسساتهم، والتي ينتهجها العديد من الطلبة الجامعيين تخفيض التكاليف والوقت، وذلك بالتسجيل عبر البوابة ورفاق الوثائق التالية:

- عرض المشروع مع التطرق الى نقطة الابتكار الخاصة به
 - التي تؤكد إمكانية نمو اقتصادي مرتفع
 - مؤهلات كفاءات وخبرة فريق عمل المشروع
 - ومن الأفضل إضافة وثيقة ملكية فكرية أو جائزة متحصل عليها في حالة توفرها
- تحصلت 48 مؤسسة على علامة مؤسسة ناشئة في 2021 والتي كانت أول دفعة أين وصل عددها في نهاية سبتمبر 2023 الى 800 مؤسسة.

3.3 أهم الخطوات التي وضعت لتهيئة نشأة المؤسسات الناشئة في الجزائر

- نتيجة لاهتمام الجامعيين سواء طلبة أو متخرجين لولوج مجال المقاولاتية لتجسيد أفكارهم وطموحاتهم على لأرض الواقع لتصبح مشروعا ويتحول الى مؤسسة ناشئة ومن أجل نجاح كل هذا توجب الأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الإجراءات تم اخذها بعين الاعتبار:
- التعريف بمفهوم وأهمية المؤسسات الناشئة بنشر ثقافة المقاولاتية أين بذلت الدولة مجهودا كبيرا بداية بتأسيس وزارة منتدبة للمؤسسات الناشئة لدى الوزير الأول، من خلال إقامة ندوات والاتفاقيات لتبادل الخبرات والتجارب مع بعض الدول
 - قامت الدولة بإنشاء ASF وهو صندوق تمويل خاص بالمؤسسات الناشئة لضمان تمويل المشاريع في إطار الشراكة في الربح والخسارة وكذلك من أجل منح فرصة أمام الشباب العازف عن انشاء مشاريع بسبب ربوية القروض
 - تعتبر الجامعة القلب النابض للبحث والتطوير ودورها في نجاح الدول الأخرى في مجال المؤسسات الناشئة، فهي تعمل حاليا جنبا الى جنب مع وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، ومن أهم اصداراتها مشروع 1275 والمسمى بالمشروع المبتكر ومشروع المؤسسات الناشئة

- أهمية الحاضنات في دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة في الجزائر، رغم عددها القليل وتمركز معظمها في العاصمة إلا أن الجامعات الجزائرية ساهمت في نشر الحاضنات على مستوى مختلف الولايات مع إضافة الهيكل الجديد المسمى بمؤسسة تسير هياكل دعم المؤسسات الناشئة *Algeria venture*.

4. الدراسة الوصفية

1.4 تقديم الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

تعمل هذه الدراسة التطبيقية على تحديد ومعرفة نوعية وطبيعة المؤسسات الناشئة الموجودة في الجزائر لذا قمنا باستعمال أداة البحث المتمثلة في الاستبيان من خلال تحديد مجتمع الدراسة.

1.1.4 مجتمع الدراسة

تم تحديد عينة مستهدفة تمثلت في المؤسسات الناشئة في الجزائر وهي عينة يصعب التعامل معها خاصة فيما يخص ملء الاستبيان ونتيجة لطبيعة مؤسسيها لعدم توفر عامل الوقت وتخصيصه لملء الاستبيان وللعثور على هاته المؤسسات اعتمدنا على محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في فايسبوك و LinkedIn أين تم إرسال 70 استبيان وتمت الإجابة على 46

2.1.4 أداة الدراسة

تم اعداد الاستبيان الخاص بالمؤسسات الناشئة وذلك بعد التواصل مع مجموعة من المؤسسات الناشئة من خلال العديد من المحادثات على شكل مقابلات مصغرة للاندماج معهم بهدف التقصي وجمع المعلومات طيلة 8 أشهر والتواصل معهم بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي، حتى نتمكن من اعداد أسئلة تتناسب مع الإشكالية المطروحة ومعالجة التساؤلات التي تثيرها الدراسة وأهدافها مع الحرص للتطرق لأهم النقاط في علوم التسيير من حيث طريقة قيامها وطبيعة نشاطها واستمرارها واعتمدنا النقاط التالية:

✓ الجزء الأول: تم فيه التعريف بالمؤسسة الناشئة (الشكل القانوني، الموقع الجغرافي، إنشاء المؤسسة، قطاع النشاط)

✓ الجزء الثاني تم فيه التعرف على طبيعة المسير أي مؤسس المؤسسة (الجنس، السن، المستوى الدراسي، علاقة تخصص التكوين مع نشاط المؤسسة، الخبرة، نشاط العائلة)

- ✓ الجزء الثالث التطرق الى المشروع (الفكرة، براءة الاختراع، التكنولوجيا، الاستراتيجية، الرؤيا، عملية اتخاذ القرار، التمويل)
- ✓ الجزء الرابع الخاص بالبيئة المؤسسية
- ✓ الجزء الخامس تم فيه التطرق الى مؤسسات ناشئة جزائرية الجزائرية (مؤسسات ناشئة جزائرية ناجحة، العقبات، الاقتراحات)

2.4 الأساليب الإحصائية

لتحليل الاستبيان تمت الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 26.0 Statistics) وذلك لغرض الخروج بنتائج الدراسة الوصفية والتي من خلالها تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية والتي تتناسب مع للدراسة كالتكرارات والنسب لإظهار الإجابات وقياسها للخروج بقراءة وصفية

5. التحليل الوصفي

تعتمد على وصف العينة من أجل تحديد طبيعة المؤسسات وقطاعات نشاطها وغيرها من المعلومات للإجابة على التساؤلات المطروحة.

1.5 التعريف بالمؤسسة

الجدول رقم 1: الشكل القانوني للمؤسسات

الشكل القانوني للمؤسسة		
مؤسسة ذات المسؤوليات المحدودة SARL	التكرار	19
	%	41,3%
مؤسسة ذات الشخص الوحيد المحدودة EURL	التكرار	15
	%	32,6%
أخرى	التكرار	12
	%	26,1%

تمارس العينة نشاطها في مختلف القطاعات والتي تتمثل أغلبها في مؤسسات ذات المسؤولية المحدودة من حيث الشكل القانوني أين تكونت من 19 عينة لتمثل نسبة 41.3% من مجموع العينة بالمقابل 32.6% كانت تعبر عن مؤسسات ذات الشخص الوحيد، والأقلية بالنسبة للأشكال الأخرى.

الجدول رقم 2: مدة انشاء للمؤسسات

مدة انشاء المؤسسة	
أقل من سنة	التكرار 15 32,6%
بين سنة الى اقل من 3 سنوات	التكرار 15 32,6%
من 3 سنوات الى 5 سنوات	التكرار 12 26,1%
أكثر من 5 سنوات	التكرار 4 8,7%

المدة المستلزمة لإنشاء المؤسسات الناشئة أغلبية مجتمع الدراسة على حسب نتائج الدراسة أين نلاحظ أن 65% من المؤسسات لا تتعدى ثلاث سنوات أين وزعت بالتساوي بين أقل من سنة وما بين سنة وأقل من ثلاث سنوات، بينما استلزم ما بين 3 سنوات الى 5 سنوات نسبة 26.1% من العينة وأقل نسبة كانت تلك المتعلقة ب أكثر من 5 سنوات وذلك بنسبة 8.7 %

الجدول رقم 3: تاريخ الانشاء المؤسسات والبداية الفعلية لنشاطها

المدة المستلزمة بين تاريخ الانشاء والبداية الفعلية للنشاط	
أقل من 3 أشهر	التكرار 11 23,9%
بين 3 أشهر و 6 أشهر	التكرار 13 28,3%
بين 6 أشهر وسنة	التكرار 12 26,1%
أكثر من سنة	التكرار 10 21,7%

أغلبية مؤسسي المؤسسات الناشئة تمكنت من مزاوله نشاطها فعليا ما بين 3 أشهر الى 6 أشهر بنسبة 28.3% بينما أقل من 3 أشهر بنسبة 26.1% فيما تعدى أكثر من سنة 21.7% من العينة من أجل البداية الفعلية للنشاط مما يعكس صعوبة الانطلاق والتكاليف التي تتحملها المؤسسة خاصة على مستوى أجور الموظفين والرسوم المترتبة واقتطاعات التأمين، الكراء، تكاليف انتاج السلعة أو الخدمة وغيرها من المصاريف.

2.5 الموقع الجغرافي والقطاعات التي تنشط فيها المؤسسات الناشئة

الجدول رقم 4: توزيع العينة حسب الموقع الجغرافي

عدد المؤسسات	1	2	3	19	المجموع
الموقع الجغرافي (الولايات)	الشلف-بسكرة-البويرة- تلمسان- تيزيوزو- جيجل-سكيكدة- قسنطينة-المدية- مستغانم- مسيلة- بومرداس-تندوف	أدرار تبسة سيدي بلعباس وهران	عنابة البليدة	الجزائر	20 ولاية
النسب	2.17% (39)	4.35% (4)	6.52% (2)	41.30%	100%
التكرار	39	4	2	1	46

الجدول رقم 5: يوضح توزيع العينة حسب القطاعات التي تنشط فيها

قطاع	التكرار	النسبة	النسبة المؤكدة	مجموع النسب
قطاع البيئة	1	2.17	2.17	2.17
قطاع التجارة	4	8.7	8.7	10.87
قطاع الخدمات	20	43.48	43.48	54.35
قطاع الصحة	6	13.04	13.04	67.39
قطاع الصناعة	4	8.7	8.7	76.09
قطاع الفلاحة	1	2.17	2.17	78.26
قطاعات أخرى	10	21.74	21.74	100.0
المجموع	46	100.0	100.0	

الشكل رقم 2: يوضح القطاعات التي تنشط فيها المؤسسات الناشئة



تمكنا من تغطية العديد من قطاعات النشاط في العديد من الولايات والتي تم ترتيبها كما

يلي:

- قطاع الخدمات في المرتبة الأولى والذي يمثل أغلبية العينة التي نحن بصدد دراستها بنسبة 43.8% أين تتموقع هاته المؤسسات الشابة بأغلبية ساحقة في العاصمة أين تليها كل من عنابة، وهران، تيزي وزو، تبسة وتلمسان
- قطاع الصحة في المرتبة الثانية وذلك بنسبة 13.01% من المؤسسات الناشئة والتي تقع في مختلف الولايات وأساسا في الولايات التالية: البليدة، مستغانم، الجزائر، قسنطينة وبومرداس.
- أما المرتبة الثالثة حسب نتائج العينة المجيبة بنسبة 8.7% لقطاع التجارة وقطاع الصناعة أين تتمركز هاته المؤسسات في كل من ولايات: الشلف، الجزائر، سيدي بلعباس، البويرة ووهران.
- بينما قطاع البيئة والفلاحة يمثلون الأقلية في العينة اذ يمثلون 2.17% والذين يتواجدون فقط في المسيلة والجزائر العاصمة.
- الباقي الممثل في 21.7% من العينة ينشط في قطاعات أخرى مثل التعليم، النقل، السياحة وغيرها

ومنه نستنتج أن أغلبية العينة المستجوبة متواجدة على مستوى الجزائر العاصمة وذلك بنسبة

41% والقطاع أكثر تمثيلا فيها هو قطاع الخدمات والصحة

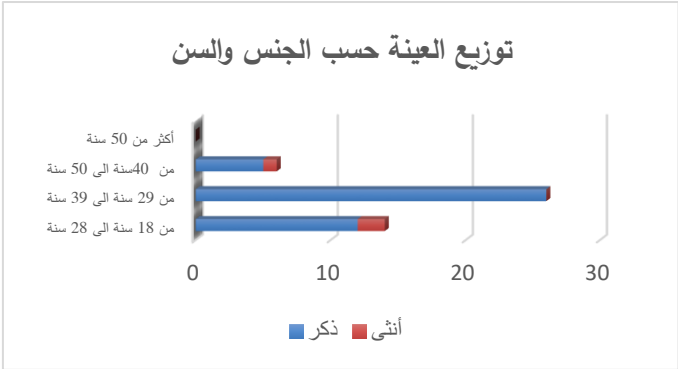
3.5 مؤسسي المؤسسات الناشئة

الجدول رقم 6: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس والسن

المجموع	الجنس		السن
	أنثى	ذكر	
14	2	12	من 18 سنة
30.4%	66.7%	27.9%	الى 28 سنة
26	0	26	من 29 سنة
56.6%	0.0%	60.5%	الى 39 سنة
6	1	5	من 40 سنة
13.0%	33.3%	11.6%	الى 50 سنة

المجموع		3	43	46
% الجنس	%100.0	%100.0	%100.0	%100.0

الشكل رقم 3: يوضح توزيع العينة حسب الجنس والسن



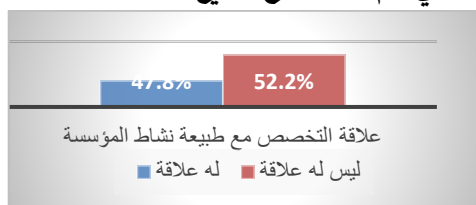
تتكون العينة التي تم استجوابها من أغلبية ذكورية وذلك من خلال مجموعة تتكون من 43 رجل مقابل 3 نساء أين تمثل الفئة العمرية (18-39)، النسبة الأكبر بالنسبة لكلا الجنسين، حيث تمثل الفئة العمرية بين سن 29 و39سنة بنسبة 60.5% بالنسبة للذكور والفئة النشطة بالنسبة للإناث هي ما بين 18 سنة و28 سنة.

الجدول رقم7: توزيع أفراد العينة حسب (المستوى الدراسي-التخصص- الخبرة-البيئة العائلية)

مؤسس المؤسسة الناشئة		
المستوى الدراسي		
التكوين المهني	التكرار	1
	%	2,2%
ثانوي	التكرار	6
	%	13%
جامعي	التكرار	39
	%	84,8%
هل طبيعة نشاط المؤسسة لها علاقة مع تخصص صاحب المشروع		
لا	التكرار	24
	%	52,2%
نعم	التكرار	22
	%	47,8%

هل كنتم تشغلون وظيفة من قبل		
لا	التكرار	13
	%	28,3%
نعم	التكرار	33
	%	71,7%
ما طبيعة نشاط أفراد العائلة		
مختلط	التكرار	18
	%	39,1%
موظفين	التكرار	16
	%	34,8%
يعملون لحسابهم الخاص	التكرار	12
	%	26,1%

الشكل البياني رقم 4: يوضح توزيع العينة حسب الخبرة



نلاحظ من خلال الجدول والبيانات السابقة أن أكبر نسبة ممثلة في العينة هم جامعيين وذلك بنسبة كبيرة بلغت 84.6% والذي يليه أصحاب المستوى الثانوي والتكوين المهني كما أن غالبية مؤسسي المؤسسات الناشئة المستجيبة تؤكد عدم وجود علاقة بين نشاط المؤسسة وطبيعة التخصص وذلك بنسبة 52.2% كما سجلت الدراسة أنه نسبة 47.8% أن هناك علاقة بين التخصص ونشاط المؤسسة.

كما يظهر الاستبيان أن أغلب مؤسسي المؤسسات الناشئة المستجيبة كانوا يشغلون وظائف بنسبة 71.7% كما أن محيطهم الاجتماعي ينقسم بين مختلط أي أفراد عائلتهم مزيج بين موظفون وأشخاص يعملون لحسابهم الخاص بنسبة 39.1% وتليها نسبة 16% هم موظفون ثم نسبة 12.1% من يعملون لحسابهم الخاص.

الجدول رقم 8: يوضح توزيع العينة حسب وجود الاستراتيجية

مجموع النسب	النسبة المؤكدة	النسبة	التكرار	
4.3	4.3	4.3	2	لا
100.0	95.7	95.7	44	نعم
	100.0	100.0	46	المجموع

يوضح الجدول ان كانت المؤسسات الناشئة تملك استراتيجية أين أشارت النتائج أنه

95.7% يملكون استراتيجية والتي ترجمت على النحو التالي الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 9: يوضح توزيع العينة حسب نوع الاستراتيجية

نوع الاستراتيجية	التكرار	النسب
استراتيجية المؤسسة	6	14%
استراتيجية تسويقية	17	39%
استراتيجية خاصة لا يمكن الإفصاح عنها	8	18%
استراتيجيتهم عبارة عن أهداف	5	11%
لا علاقة بالاستراتيجية	8	18%
المجموع	44	100%

بينما 4.3% ليس لديها استراتيجية وذلك للأسباب التالية:

✓ عدم المعرفة

✓ قلة الخبرة والتأطير

4.5 تأثير بعض العوامل على المؤسسات الناشئة

في هذا الجزء سندرس تأثير مجموعة من العوامل على المؤسسات الناشئة حسب شكلها

القانوني وكانت النتائج كالتالي:

1.4.5 فكرة المشاريع التي تعمل بها المؤسسات الناشئة

جدول رقم 10: يوضح نوعية فكرة المشروع

فكرة المشروع	EURL	SARL	أخرى	46	100%
فكرة جديدة	4	7	4	15	32.61%
فكرة مستنسخة (تقليد فكرة من الخارج غير موجودة في الجزائر)	7	4	3	14	30.43%

فكرة موجودة وتم ادخال تعديلات عليها	4	8	5	17	36.96%
-------------------------------------	---	---	---	----	--------

مؤسسة ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة : EURL

مؤسسة ذات المسؤولية المحدودة : SARL

2.4.5 درجة أهمية التكنولوجيا في انشاء المؤسسات الناشئة:

جدول رقم 11: يوضح درجة أهمية التكنولوجيا

ماهي نسبة اعتماد مشروعكم على التكنولوجيا	EURL	SARL	أخرى	46	100%
تعتمد قليلا	1	1	2	4	8.70%
تعتمد عليها	1	2	1	4	8.70%
تعتمد عليها أساسا	6	7	4	17	36.96%
تعتمد كثيرا	7	9	5	21	45.65%

أسفرت نتائج المستسقاء عبر SPSS لأجوبة العينة، أنه أكثر من 80% يجمعون على أن التكنولوجيا بالغة الأهمية من أجل التطور المستمر لنشاطهم بينما ما يقارب 17% من المؤسسات الناشئة وهي قليلة لا تعتمد عليها كثيرا

3.4.5 عملية اتخاذ القرار وتأثيرها على المؤسسات الناشئة:

جدول رقم 12: يوضح عملية اتخاذ القرار

كيف تتم عملية اتخاذ القرار	EURL	SARL	أخرى	46	100%
الاجتماع والاستماع للأراء ثم الخروج بحل جماعي	7	8	4	19	41.30%
الاستعانة بمستشارين	2	2	3	7	15.22%
الاستماع للأراء ثم صاحب المؤسسة هو من يتخذ القرار	2	8	4	14	30.43%
القرار فردي صاحب المؤسسة هو من يتخذه	4	1	1	6	13.04%

الإحصاءات المتعلقة بالاستبيان الذي قمنا به توضح أن عملية اتخاذ القرار تتم بشكل جماعي للخروج بحلول نظرا للنسبة المحصلة من مختلف الأشكال القانونية للمؤسسات الناشئة المجيبة وذلك بنسبة 43.30% أما القرارات التي يتخذها صاحب المؤسسة بعد الاجتماع والاستماع

للأراء تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 30.43% بينما بنسب قليلة فيما يخص القرار الفردي وتلك التي تستعين بمستشارين.

4.4.5 عملية التمويل بالنسبة للمؤسسات الناشئة

جدول رقم 12: يوضح طرق تمويل المؤسسات الناشئة

طريقة التمويل	EURL	SARL	أخرى	46	100%
التمويل الذاتي	8	11	7	26	56.52%
التمويل بمساعدة العائلة	1	0	2	3	6.52%
التمويل عن طريق الشراكة	1	4	1	6	13.04%
التمويل عن طريق قرض بنكي	2	0	1	3	6.52%
التمويل من طرف مستثمرين	3	4	1	8	17.40%
طرق أخرى	0	0	0	0	0.0%

على حسب نتائج التحليل فلقد لاحظنا أنه 56.52% من رواد الأعمال أنهم قاموا بتمويل مؤسساتهم من أموالهم الخاصة، و30% تمت تغطية احتياجاتهم للتمويل من طرف المستثمرين وشركاء والأقليات على مساعدة العائلة والقروض البنكية.

5.4.5 دور الحاضنات الجزائرية في انشاء المؤسسات الناشئة:

جدول رقم 13: يوضح دور الحاضنات

هل تلقت المؤسسة خدمات من حاضنات الأعمال	EURL	SARL	أخرى	46	100%
لا	10	13	9	32	69.57%
نعم	5	6	3	14	30.43%

العينة المجدبة على الاستبيان 69% لم يستفيدوا من خدمات الحاضنات وذلك نتيجة لأسباب عددها مؤسسي المؤسسات الناشئة مثل: حاضنات الاعمال في الجزائر يحتاجون لحاضنة تحضنهم لا علاقة لهم، عدم التواصل الجيد من الطرفين، لا توجد حاضنات اعمال حقيقية في الغرب الا العاصمة والآن هم منشغلون بالإكثار من الصور والملتقيات من دون نتائج على ارض الواقع وغيرها من الإجابات تركز عموما على الحضور المحتشم وعدم الثقة بين الحاضنات والمؤسسات في بداية نشاطهم.

6. نتائج الدراسة

عبرت مخرجات الدراسة والتي من خلال النتائج التي تمت قراءتها والتعبير عنها لكن كحوصلة نهائية:

- من غير الممكن الوصول الى حدود تخص المؤسسات الناشئة باعتبارها ظاهرة تتطور وتتغير على حسب العوامل والمتغيرات التي منها ما هو متحكم فيها وأخرى لا يمكن التحكم فيها بل التعامل معها.
- يعبر واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر ورغم وجود مؤسسات ناجحة أصبحت مثال يحتذى به الا أنه مازال يعبر عن مرحلة انطلاق جماعية ومن المعروف على الصعيد الدولي أن نسبة نجاحها يتراوح بين 10% ولا تتعدى 20% فمن المجحف التركيز عليها واهمال بما يسمى بمشاريع مؤسسات مصغرة لذا وجب التركيز على المقاولاتية بدل التركيز عليها وحدها.
- ان أغلب المؤسسات الناشئة لازال تركيزها على قطاع التجارة الالكترونية باستعمال التطبيقات مهما كان مجالها سواء تعليم، صحة، تمويل أو خدمات إلا أنه من المهم التوجه الى مجالات أخرى كما يشهده قطاع الفلاحة حاليا من تطورات.

7. الخاتمة

تعتبر الجزائر سوق واعد في مجال الأعمال وليس فقط بالنسبة المؤسسات الناشئة، ولكن العامل الأساسي للنجاح هو تهيئة مناخ أعمال من خلال تكاثف جميع الميادين لخلق نظام بيئي صحي منظم يسهل عملية الاتصال وهو العامل المهم لمرور المعلومة والاستفادة منها لأن جميع الميادين متصلة ببعضها ويؤثر كل منها على الآخر، ومن المهم الإشارة أننا بصدد تثبيت وتجسيد عادة النسخ والنقل في الأفكار، في المشاريع و السياسات، فمن جهة هي طريقة للاتصال مع العالم الخارجي لفهمه مما يعبر عن وعي لفهم لغة الأعمال الدولية، لكن من جهة أخرى النقل من هاته البيئات التي نحن بصدد البحث عن أسباب نجاحها للأخذ بهذه العوامل ومحاولة التركيز عليها لإنجاح المؤسسات الناشئة في بلادنا أمر يصعب تحقيقه لأنه غير مدروس، باعتبار أننا تغاضينا النظر الى الكيفية أو الطريقة التي وصلت اليها هاته البيئات لخلق هاته التركيبة والتي هي في الأصل نتيجة لتاريخ مليء بالمحولات بين الفشل والنجاح، وتختلف هاته العوامل على حسب كل بيئة ورغم أن الأساسية منها مثل التمويل، المرافقة والدعم، التشريعات والسياسات تتشابه

في الظاهر لكن في الباطن تختلف على حسب الخصوصية التي تميزها، فنحن في بداية العمل على إيجاد المعادلة المناسبة والتي تتماشى مع خصوصية وتاريخ بيئتنا.

قائمة المراجع

- GRANGE, B. (2019). plus de 25 ans de start-up: l'age de maturité". *Forbes Magasin*.
- البار, م. و. (2020). آليات دعم المؤسسات الناشئة Startups كأحد الحلول لمحاربة البطالة: دراسة حالة الجزائر. *حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية*, ص 373-387.
- الجريدة الرسمية, (2020). سبتمبر 21. (العدد 55).
- أمين, أ. م. & أ. د. دهان محمد. (2020). نحو تدوير أدق لمفهوم المؤسسات الناشئة وخصائصها. *revue des reformes economique et integration en economie Mondiale*, ص 1-21.
- آيت عكاش, س. & ب. داوي, م. (2022). المؤسسات الناشئة ومصادر بناء الأفكار لاستحداثها مجلة *الاقتصاد الجديد*, ص 123-145.
- ديناوي, أ. & زرواطي, ف. (2020). المؤسسات الناشئة قاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني. *حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية*.
- صولي وبورنان, م. و. (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم و تمويل المؤسسات الناشئة. مجلة *دفاتر الاقتصادية*, ص 131-148.
- علي, ب. & بوعينة, س. (2020). المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات دراسة وأبحاث المجلة العربية للأبحاث و الدراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية, مجلد 12 عدد 04.
- فاطمي, م. (2024). فيفري 06. (عوامل البنية المؤثرة على ريادة الأعمال في الجزائر رسالة دكتوراه. جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان, تلمسان الجزائر).
- مشعلي, ب. (2023). نحو نظام بيئي كفو لريادة الأعمال من أجل تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر. مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال. 83,