



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

حاضنة الأعمال

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تسعة سادسة مثاركة

يشهد البروفيسور بلعجوز حسين عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف والمسيلة والدكتور مير

أحمد مدير حاضنة أعمال جامعة المسيلة، بأن: د.ميون نبيلة جامعة المسيلة قد شارك في فعاليات المؤتمر الدولي الافتراضي حول: " دور

المؤسسات الناشئة startups في تحقيق الإقلاع الاقتصادي الجز لري المنشود" يوم الأربعاء: 08 جولية 2020 باستخدام تطبيق Click

Meeting بمدخله موسومة ب: : الالبات والتوجهات اللازمة لنجاح المؤسسات الناشئة في زيادة الأعمال مدخل المسؤولية البيئية والتسويق

الابتكاري

مدير الحاضنة
مدير حاضنة الأعمال
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
الدكتور: مير أحمد

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
المؤتمر الدولي الافتراضي حول:
"دور المؤسسات الناشئة startups في تحقيق الإقلاع
الاقتصادي الجزائري المنشود"

رئيس المؤتمرات

عميد الكلية
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
المسيلة





University of Mohamed Boudiaf - M'sila
Business incubator of University of M'sila
Faculty of economics, commercial and management sciences
Department of Management

In partnership with the Algerian Youth and Entrepreneurship Forum



Under the supervision of Professor Kamel Baddari, Rector of the University of M'sila,
The honorary president of the International conference organized by the Business Incubator
of University of M'sila in partnership with the Faculty of economics, commercial and
management science and the Algerian Youth and Entrepreneurship Forum,

International virtual Conference on: "The role of startups in achieving the intended economic take-off"

On Wednesday July 08, 2020

Using ClickMeeting App

We, therefore call the university researchers , decision-makers, the different
institutions executives among managers and directors in Algeria and all the world to
participate with their researches and field experience in this conference in order to promote
and strengthen the culture of business leadership and startups in Algeria and the Arab
countries.

Honorary president of the conference: Pr. Kamel Baddari, Rector of the University of Mohamed Boudiaf -M'sila-.

President of the conference: Dr. Ahmed Mir, Director of the Business Incubator at University of Mohamed Boudiaf - M'sila -.

Chairman of the scientific committee of the international conference: Bissar Abd el-Mutalib.

Members of the scientific committee:

Professor	University	Professor	University
Pr. Rabeh Bouguerra	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	البروفيسور قاسمي كمال	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
Pr. Beladjouz Hocine	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	البروفيسور بسوح نظيرة	Preparatory school for PhD - Tlemcen
البروفيسور بدر العبيدي	University of Aden	الدكتور نظمي الميلادي	University of Sfax -Tunisia
البروفيسور شريط صلاح الدين	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور لقوق عبد الرزاق	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
البروفيسور	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور فرحات عباس	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور فايز بن ظفرة	King Khalid University Kingdom of Saudi Arabia	الدكتور وليد احمد السيد	Benha University - Arab Republic of Egypt
البروفيسور بوجلال محمد	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور القرني عبد الرحمان	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
البروفيسور لعرابة راجح	University Center of Tipaza	الدكتور عريوة محاد	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور خالد محي الدين	Osmania University/India	الدكتور عبد الله محمود محمد	Al-Azhar University, Faculty of Commerce - Arab Republic of Egypt
البروفيسور برحومة عبد الحميد	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور طلال زغبة	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
البروفيسور سعدي يحيى	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور اوكيل راجح	University of Bouira
أستاذ حمود ال عمر	King Khalid University Kingdom of Saudi Arabia	الدكتور حوحو مصطفى	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
البروفيسور كازي ثاني أمال	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور بركاتي حسين	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
البروفيسور شريف مراد	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور قروش عيسى	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
Dr. Ben Ouadah Hachemi	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور تاغرارتيازيد	University of Oum El Bouaghi
Dr. Khadri Hamza	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور والي عبد اللطيف	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور طويطي مصطفى	University of Ghardaia	الدكتور عنتر بوتيارة	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور شعبان بعطيش	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور خرخاش سامية	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور ولهي بوعلام	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور بويعلية حسان	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور حريزي فاروق	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتورة حاج سليمان هند	University of Abou Bekr Belkaid - Tlemcen
الدكتور بوقطاية سفيان	University Center of Relizane	الدكتور ميموني ياسين	University Center of Relizane
الدكتور براهيم عبد الرزاق	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتورة قراري يمينة	University of Abou Bekr Belkaid - Tlemcen
الدكتور عز الدين عبد الرؤوف	University of Mohamed	الدكتور غربي حمزة	University of Mohamed Boudiaf -

	Boudiaf - M'sila		M'sila
الدكتور لعقاب كمال	University of Algiers 03	الدكتور خير الهواري	University of Tiaret
الدكتور نوي نور الدين	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور واضح فواز	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
Dr. Mir Ahmed	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور فراحتية العيد	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور بوقناديل محمد	University of Abou Bekr Belkaid - Tlemcen	الدكتور غنية نذير	University of El Oued
الدكتور فرحي فيصل	University of Al-Aïn United Arab Emirates	الدكتور تمار توفيق	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
Dr. Kmel Eddine Heragmi	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور زميت عبد الرحيم	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور فلاق محمد	University of Hassiba Benbouali - Chlef	الدكتورة بتغة صونيا	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور زاوش رضا	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور بوجمعة عمرون	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور رضاني محمد	University of Mostaganem	الدكتور بدار عاشور	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتورة وقتوني باية	University of Bouira	الدكتور حفيط بوخرص	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور عماري زهير	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور بن سديرة عمر	University of Sétif
الدكتورة شنيبي صورية	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتورة رحمانى سناء	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور بن البار موسى	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور عقيصة عبد الرحمان	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتورة زاروخي صباح	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور محمودي مليك	University of Mohamed Boudiaf - M'sila

Chairman of the organizing committee: Dr. Mahmoudi Malik

Members of the organizing committee:

Professor	University	Professor	University
الدكتور عز الدين عبد الرؤوف	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور زريق عمر	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور عطا الله ياسين	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الأستاذ قراوي أحمد الصغير	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الأستاذة حطي شاكر السراج	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتورة بن تومي سارة	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتور لعشاش عبد الحليم	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتورة دغفل فاطمة	University of Setif
الدكتورة دخان حسينة	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتورة بن عثمان عائشة	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
لدكتورة نوي نبيلة	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	الدكتور عزوز منير	University of Mohamed Boudiaf - M'sila
الدكتورة تيطراوي أمانة	University of Mohamed Boudiaf - M'sila	LMD PhD محاذي عثمان(Student(University of Mohamed Boudiaf - M'sila

• Problematics of the international conference

The world of entrepreneurship is full of challenges, success, setbacks, innovations and pioneering experiences to establish a startup. Today, the world has changed and the concern of young people is no longer looking for a job that continues throughout his life, until retirement or the so-called pension, this idea has become permanently rejected by many of our students and researchers, who are no longer interested in the managerial or career position but rather their attention has moved to greater than that, to the world of entrepreneurship, to the world of value creation from nothing, out of nowhere, from limited capabilities ... etc.

Today, the young man looks at Mark Zuckerberg, Facebook founder, Steve Jobs, Bill Gates, Microsoft founder, and Robert Noyce, founder of Intel, who founded what is known as "Silicon Valley" in California, which is today considered as the technological Capital to the world. Also the founder of Tumblr company "David Carpe" who launched the creative microblogging platform that was acquired by the American company "Yahoo" for a huge sum of money. The Arab young men are inspired by all of them, and the word "startup" became the more wanted idea for them.

The world of entrepreneurship has radically changed and is not the same as in the beginning of the first industrial revolution, where the human being discovered the steam machine. Modern world has moved to the knowledge economy, where the information has a considerable material value; hence, it is the world of microtechnology, Nanotechnology, artificial intelligence, Social media, smart phones, 5th generation, digital platforms, remote control of various electronic devices, smart cities ... etc. In short, it is the 4th industrial revolution.

In this respect, the central theme of the international conference is: What role can startups play in achieving the intended Algerian economic take-off?

Goals of the conference:

This international conference aims to:

- Draw the attention of officials, researchers, technicians, professionals, and students to the importance of heading towards startups as a practical solution to achieve the economic take-off intended by the Algerian government.
- Set a concept for innovative entrepreneurship and startups, and differentiate them from small and medium enterprises.
- Define the basic elements of the ecosystem for startups in general, and startups in Algeria in particular.
- Have access to practical and field statistics of the reality of the Algerian and Arab startups and the importance to identify their strengths and weaknesses, and thus work to overcome obstacles to its success.

- Identify a number of financing mechanisms that would reduce the problems of financing this type of institution.
- Look for the reason of faltering of a large number of startups, and suggest practical solutions to these problems.
- Assess the legal and legislative framework that regulates the work of startups in Algeria and the Arab countries.

Target group:

- Professor-researchers at universities and various research centers.
- Managers and directors of private and public economic institutions.
- Employers and businessmen.
- Managers of startups, small and medium enterprises sector in Algeria and the Arab countries.

To reach these goals, we have established five main themes, as follows:

The main themes of the conference: The conference will focus on:

Theme 01: the conceptual framework for startups activity components

- Knowledge economy.
- To lead innovative business.
- and Startups.
- Business Incubators.
- Business accelerators.
- Co-working spaces, etc.

Theme 02: Ecosystem for entrepreneurship and Startups in Algeria and the Arab countries.

- Concept of an ecosystem for startups.
- Elements of the ecosystem for startups.
- Reality of the ecosystem elements in Algeria and the Arab countries.
- Field statistics.

Theme 03: Mechanisms of financing startups in light of crises (Recent Corona pandemic for example).

- Financing mechanisms for small and medium enterprises.
- Funding mechanisms for startups.
- The most important obstacles to financing startups.
- Field statistics.

Theme 04: Reality of Algerian and Arab business incubators and their role in creating and support startups.

- Public business incubators (university incubators and startups centres)
- Business incubators and co-working space in the private sector.
- Field statistics

Theme 05: Legal framework for establishing startups, organizing its work and its financing ways.

- Legal texts to establish startups in Algeria.
- Legal texts related to the organization of the Algerian startups work.
- Practical suggestions.

Important date:

All participants to the international conference must send the abstract of their conference paper in English and Arabic within the limits of two pages. (Whose abstract is accepted, can participate in the virtual conference) and must be attached to the participation form - at the bottom of this brochure - to the email below before: July 02, 2020.

- **Conference paper shall be virtual and oral, tackling the field reality of the international conference themes and topics within 10 minutes (Written presentation will be sent, approved and signed later).**

– Date of the conference: July 08, 2020

Chairman of the organizing committee: Dr. Mahmoudi Malik

Phone No: 00213670329406

Email: incubateur28@gmail.com

NB: The participation certificate will be delivered by email after receiving the full conference paper.



University of Mohamed Boudiaf - M'sila
Business incubator of University of M'sila
Faculty of economics, commercial and management sciences
Department of Management
In partnership with the Algerian Youth and Entrepreneurship Forum



Application form

Name:

Scientific rank.....

Employer.....

Country.....

Phone No:.....

Email:.....

Address:

.....
.....

Theme of the conference paper.....

جامعة محمد بوضياف / المسيلة

بالشراكة مع المنتدى الجزائري للشباب والمقاوالاتية

المؤتمر الدولي الافتراضي حول

دور المؤسسات الناشئة Startups في تحقيق الإقلاع الاقتصادي الجزائري المنشود

المحور الاول: الإطار المفاهيمي لمكونات نشاط المؤسسات الناشئة

مداخلة بعنوان

الآليات والتوجهات اللازمة لنجاح المؤسسات الناشئة في زيادة الأعمال (مدخل الابتكار التسويقي والمسؤولية البيئية)

أ. حياة سعيد

جامعة محمد بوضياف / المسيلة

Hayat.said@univ-msila.dz

د. محمد الأمين كروش

جامعة أكلي محمد أولحاج/البويرة

Mohamed.lamino50@gmail.com

أ. نبيلة ميمون

جامعة محمد بوضياف / المسيلة

nabila.mimoune@univ-msila.dz

Abstract:

Among the topics that have received great attention from the Algerian stakeholders, researchers and authorities recently is the issue of emerging institutions and entrepreneurship, this type of emerging institution (startups) (faces many challenges, difficulties and obstacles, due in particular to the recent events in Algeria. This type of institution is based on innovative ideas and technology and thus on high risk. In order to overcome the risks and obstacles faced by these institutions, and thus to achieve success in entrepreneurship, owners must adopt, learn and try to apply some of the ideas, mechanisms and orientations necessary for successful

الملخص:

من المواضيع التي لاقى الاهتمام الكبير من طرف المهتمين والباحثين والسلطات في الجزائر في الفترة الأخيرة موضوع المؤسسات الناشئة وريادة الأعمال، فهذا النوع من المؤسسات الناشئة (startups) يواجه العديد من التحديات والصعوبات والعراقيل ويرجع ذلك لعدة أسباب منها على وجه الخصوص حداثة عهده في الجزائر، خاصة وأن هذا النوع من المؤسسات يقوم على أساس الأفكار المستحدثة الإبداعية والتكنولوجيا وبالتالي ارتفاع درجة المخاطرة. ومن أجل تجاوز المخاطر والعوائق التي تواجهها هذه المؤسسات ومن ثم بلوغ النجاح في ريادة الأعمال يجب على أصحابها تبني وتعلم ومحاولة تطبيق بعض الأفكار والآليات

entrepreneurship, including environmental and innovative marketing responsibility.

Through this paper we aim to guide organizations Based on the interest and work of some mechanisms and approaches to achieve their objectives, we are specifically concerned with two important topics: Environmental responsibility and innovative marketing as important and modern entities, which can inform the emerging institution of excellence at present and entrepreneurship, if they are well understood and applied in practice.

Keywords: Emerging institutions, business leadership mechanisms and direction of success.

والتوجهات اللازمة لتحقيق النجاح في ريادة الأعمال ومنها على وجه الخصوص الابتكار التسويقي والمسؤولية البيئية.

تهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى توجيه المؤسسات الناشئة إلى الاهتمام والعمل ببعض الآليات والتوجهات لبلوغ أهدافها، ونخص تحديدا موضوعين مهمين ألا وهما الابتكار التسويقي والمسؤولية البيئية كتوجهين مهمين وحديثين يمكن أن تبلغ المؤسسة الناشئة بهما التميز في الوقت الراهن وريادة الأعمال، وذلك إذا أحسنت فهم وتطبيق ذلك على أرض الواقع.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة، ريادة الأعمال آليات وتوجهات النجاح، الابتكار التسويقي، المسؤولية البيئية.

مقدمة

في ظل التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم، اتجهت الجزائر إلى التغيير التدريجي في سياستها الاقتصادية معتمدة في ذلك على قوى السوق، مما أدى إلى زياد الاهتمام بالمؤسسات الخاصة وكنتيجة لذلك برز قطاع حيوي يدعى بالمؤسسات الناشئة (startups) والتي بينت أنها تؤدي دورا مهما في مجال تنويع الهيكل الصناعي، كونها تضع الريادة كأولوية نظرا لما يعرفه هذا القطاع من تنافسية أي أن الهدف الأول للمؤسسات الناشئة هو الريادة في عالم الأعمال. وانطلاقا من هذا الهدف بعيد الأفق عرفت المؤسسات الناشئة اهتمام كبيرا من أصحاب رؤوس الأموال، لاسيما مع تزايد وسائل الابتكار التسويقي والقدرة على التعلم في سياق مفاهيم العولمة الشاملة، وبقدر ما ساهم التقدم التكنولوجي في تطور هذا القطاع خلق تحديات جديدة خاصة في الدول النامية ولعل التحدي المقصود هنا هو التزام المؤسسة بالمحافظة على البيئية وفق التصور الحديث المسمى بالمسؤولية البيئية التي من شأنها أن تساعد المؤسسة الناشئة كلما تحلت بها. وبالتالي فإن كلا من الابتكار التسويقي والمسؤولية البيئية يعدان بمثابة ضرورة للمؤسسة الناشئة وتحدي لها في نفس الوقت.

ومنه سنحاول من خلال هذه الدراسة الاجابة على السؤال التالي: كيف يساهم الابتكار التسويقي والمسؤولية البيئية

في تحقيق الريادة للمؤسسات الناشئة؟

أهمية الدراسة

تتأني أهمية هذه الدراسة في جانبين أولهما كون الابتكار التسويقي أصبح أداة مهمة في قطاع المؤسسات الناشئة لدوره في تحقيق الريادة، أما الثاني فيتمثل في مساهمة المسؤولية البيئية في الرفع من تنافسية المؤسسات الناشئة.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم المؤسسات الناشئة؛ وتوضيح مفهوم الابتكار والمسؤولية البيئية، وصولاً إلى إبراز دور كل منهما في إيصال المؤسسات الناشئة إلى ريادة الأعمال.

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليل نظراً لملاءمته لطبيعة الموضوع.

تقسيمات الدراسة

- 1- مفاهيم أساسية
- 2- أهمية توجه الابتكار التسويقي للمؤسسات الناشئة
- 3- تطبيق الابتكار التسويقي من قبل المؤسسات الناشئة
- 4- المسؤولية البيئية للمؤسسات الناشئة

1- مفاهيم أساسية

1-1 المؤسسات الناشئة:

المؤسسات الناشئة هي مجموع الموارد البشرية والمالية والمادية التي ترصد لأجل ترقية فكرة إبداعية وابتكارية قد تكون جديدة أو موجودة في أسواق خارج نطاقها الذي تستهدفه، عادة ما يكون تمويلها من متعاملين اقتصاديين كالبنوك والمؤسسات الرائدة والهيئات الحكومية الداعمة. والملاحظ في الجزائر أن أكثر من 500 ألف مؤسسة ناشئة أنشئت بتمويل من الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (ansej) والصندوق الوطني للتأمين على البطالة (cnac)¹

2-1 دورة حياة المؤسسة الناشئة:

من خلال التعريف المقدم أعلاه قد يخيّل إلينا أن ما يميز المؤسسات الناشئة (Startup) هو النمو المستمر، إلا أن الواقع غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيراً ما تتعثّر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبل²:

الشكل رقم (01): دورة حياة المؤسسة الناشئة



المصدر: بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: Startups، دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة بشار، بشار، الجزائر، المجلد:04، العدد: 02، 2018، ص421

■ المرحلة الأولى: وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج أولي لفكرة ابداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، وخلال هاته المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من امكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل. والبحث عن ممولها، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع امكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.

■ المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق، في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجه المقاول في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها ماديا، وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف بـ (Friends, Family, Fools) فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الحمقى وهم الأشخاص المستعدين للمغامرة بأموالهم اذا صح القول خاصة عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية. في هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر، ويبدأ الاعلام بالدعاية للمنتج

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

■ 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 الاعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ المؤسسة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.

■ المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع، في هاته المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار، وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ المؤسسة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحني بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى 30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة

3-1 العلاقة بين التسويق بالابتكار والمؤسسات الناشئة:

يرتبط التسويق بالابتكار أكثر من أي نشاط مؤسسي آخر. فقد قال بيتر دراكر: هدف أي مشروع هي إيجاد عملاء. والنشاطان الأساسيان لأي مشروع هما: الابتكار والتسويق، فإذا كان مجلس الإدارة يخطط لتعيين موظفين فعليه أن

يضع أكثره ابتكارا وخروجاً عن المؤلف في قصة التسويق وأكثره التزاماً واستقامة في الحسابات وأكثرهم جهداً وجودة في قسم الإنتاج.³

يحمل مصطلح Start up معاني عديدة يقصد به الصاعد أو الذي ينطلق ويشق طريقه، ويثابر لتحقيق هدف معين مبتدئاً من مجرد فكرة في رأسه، كما أن هذا المصطلح أصبح يطلق أيضاً على جيل جديد من المؤسسات تختلف عن المؤسسات التقليدية في كونها تعتمد على الابتكار وأسست بناءً على أفكار إبداعية جديدة.⁴

4-1 مفهوم ريادة الأعمال والعلاقة بينها وبين الابتكار

قدم Schumpeter مفهومه للريادة على أنها التفكيك الخلاق * حيث يمثل التفكيك الخلاق المحرك والدافع الذي يحفظ رأس المال، ويساعد الريادي للتقدم من خلال الأفكار الخلاقة والمبدعة، والتي قد تبدو قوية ومربحة، باعتبار أن الرياديين لا يقتصر عملهم فقط على تجميع وتراكم أي نوع من السلع بل يحملون ويوظفون توافقات جديدة تحتوي على أشياء جديدة، أو أعمال سابقة ولكن بطريقة جديدة، ويميز شومبيتر، بين خمسة أنواع من التوافقات الجديدة هي:⁵

- تقديم منتج جديد
- تقديم طريقة أو أسلوب إنتاجي جديد
- افتتاح أو دخول سوق جديد
- الحصول على مصدر توريد للمواد الخام أو أي سلعة صناعية أخرى مشابهة
- تنفيذ وإنشاء منظمة جديدة أو صناعة جديدة

5-1 مدخل المسؤولية البيئية للمؤسسات (CER)

هناك اتفاق بين الباحثين على وجود صعوبة في تحديد تعريف المسؤولية البيئية نظراً لتعدد الأنشطة ذات البعد والمضمون البيئي والاجتماعي للفرد⁶، حيث اعتبر الجانب البيئي في إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات "واجباً لتغطية الآثار البيئية لعمليات المؤسسة ومنتجاتها ومرافقها، والقضاء على التلوثات والانبعاثات، وتعظيم كفاءة وإنتاجية مواردها، وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلباً على تمتع الأجيال القادمة بموارد البلد"⁷. والمؤسسة المسؤولة بيئياً هي "التي تُسَطَّر أنشطتها على أساس مبادئ بيئية، أي أنّ عملها هو مساعدة المجتمع على بلوغ الاستدامة"⁸. وتمثل المسؤولية البيئية للمؤسسات (CER) "الالتزام المستمر من قبل الصناعة في العمل بطريقة صديقة للبيئة والمساهمة في تحسين البيئة بشكل عام أثناء أداء أعمالها"⁹. ويضم موضوع المسؤولية البيئية للمؤسسات ثلاث مواضيع كبرى هي:

- الالتزام البيئي والذي يقوم بشكل كامل على تضمين مبادئ الاستدامة من خلال التأثير إيجابي على البيئة.
- إدارة الطاقة والموارد وتعد أساس قيام واستمرارية المؤسسة ما يستدعي التنبيه لتأثير أنشطتها على النظام البيئي.
- الارتباط الوثيق والفعال مع المساهمين والذي من خلاله تتعامل المؤسسة بشفافية ومساءلة عالية، بحيث تصرح المؤسسة بشفافية عن أنشطتها ومعلوماتها غير السرية وتكون سهلة الوصول¹⁰

* يشير مصطلح التفكيك الخلاق إلى كسر حالة التوازن الموجودة في السوق (الطلب والعرض على السلع) من خلال قيام الرياديين بابتكار منتج جديد أو خدمة جديدة، مما يؤدي إلى خلق طلب وعرض جديدين على المنتج، ويحقق الرياديون أرباحاً وثروات طائلة من وراء هذا الابتكار ويحتكرون السوق لفترة طويلة.

2- أهمية توجه الابتكار التسويقي للمؤسسات الناشئة

1-2 الابتكار ونجاح المشروعات الناشئة

إن الابتكار هو الأساس والمحرك الأول لتأسيس المشاريع الريادية، سواء كان هذا الابتكار في بناء نموذج عمل مختلف قابل للنمو بشكل سريع مثلما عملت شركة Uber أو شركة (AirBnB) واللذان نجح مؤسسوهما في ابتكار نموذج عمل مختلف ومميز، قائم على مبدأ المشاركة. وقد يكون الابتكار في حل مشكلة حقيقية قائمة يؤدي إلى قيمة حقيقية للسوق، أو بتطوير شيء قائم، ولكنه يُقدم بشكل مختلف، ذلك ما يميز المشاريع الريادية عن مثلتها التقليدية، فالأولى تركز على حل مشكلة بشكل مبتكر أو إعادة تقديم ما هو قائم، ولكن بشكل مختلف، مثلما فعلت NetFlix شركة الترفيه الأمريكية التي أسسها ريد هاستينغز ومارك راندولف عام 1997 بكاليفورنيا، والمتخصصة في إنتاج البرامج وأفلام الفيديو من خلال الطلب على الإنترنت، وتقديم محتوى بالمشاركة في أي مكان في العالم. وقد نجحت خلال فترة وجيزة في تحقيق نمو سريع، وبناء قيمة كبيرة في السوق. ولكن لدينا لبس كبير في المنطقة بخصوص الابتكار كمفهوم، والخلط بينه وبين الاختراع! وهو ما يتكرر أيضاً بالخلط بين مفهوم المشاريع الريادية ومفهوم مثلتها التقليدية الصغيرة.

يلعب الابتكار دوراً حيوياً في إنجاح المشروعات الناشئة؛ لكونه ميزة تنافسية حقيقية للمشروع في حد ذاته؛ مميزه عن غيره، ويجعل الكل يتساءل عن السر وراء التميز، وجني الملايين، بل المليارات في بعض الأحيان.

وللقارئ أن يسأل: ما الذي يميز موقع (AirBnB) عن مواقع الحجز الأخرى؟ والإجابة ببساطة شديدة: لأنه ابتكر نموذجاً مختلفاً، استطاع به التوسع، والانطلاق، والنمو، وتوفير فرص عمل كبيرة، وتحقيق انتشار عريض. كذلك مشروع مثل (WhatsApp)؛ كيف وصل إلى هذه المرتبة العالية؟ والإجابة: لأنه ابتكر طرقاً غير مسبوقة لتسهيل التواصل بين البشر، واستطاع أن يغير شكل سوق التواصل في العالم، فصار أسرع وأكثر سهولة وأقل ثمناً؛ إذ يتيح لك التواصل من خلال الكتابة أو ملفات الصوت أو الصور أو الفيديوهات، وكافة الملفات بأنواعها، علاوة على إجراء محادثات فورية مع الآخرين؛ ما دفع موقع التواصل الأشهر؛ فيس بوك للاستحواد عليه في صفقة ضخمة، يمكن تسميتها بصفقة القرن.

يمكننا أن نستخلص، أن المشاريع التي لا تعتمد على الابتكار بشكل رئيس، لا تستطيع النمو والمنافسة في سوق متغير يبحث عن التميز والتفرد، فقد اختفت شركات كبيرة؛ لأنها لم تستطع التحسين والابتكار في خدماتها، بينما قادت شركات أخرى السوق؛ لأنها ابتكرت في نموذج عملها وخدماتها وطريقة تقديم هذه الخدمات.

2-2 ريادة الأعمال وأهمية تنمية ملكة الابتكار

إنَّ أهم ما يميز رائد الأعمال الحقيقي؛ هو القدرة على توفير حلول للمشاكل الموجودة، سواء كانت اجتماعية، أو تقنية، أو حتى اقتصادية، وهنا أساس الابتكار. على رائد الأعمال أن يتعلم القدرة على البحث عن المشاكل الموجودة في السوق، القدرة على التحليل النقدي لهذه المشاكل، وتعلم تطوير نماذج حلول لها دون تعقيد، وتقديمها بشكل بسيط، حتى لو كانت مشاكل بسيطة جداً.

وهناك نموذج سعودي، تم تأسيسه لحل مشكلة ربما لم يظن إليها أحد؛ وهي صعوبة عملية الإهداء، فكلنا نختار في اختيار هدية لمن نحب، ونختار أحياناً في كيفية توصيلها؛ لذا تأسست منصة "رسال"؛ وهي شركة ناشئة بدأت كمنصة رقمية مخصصة للإهداء تملكها مؤسسة رسائل الورد للزهور؛ حيث وتوفر منصة "رسال" تجربة إهداء وإرسال باقات الورد

والهدايا من خلال موقعها الإلكتروني وتطبيقاتها على الهواتف الذكية بشكل مبتكر، وبروح جميلة؛ وذلك من خلال تسهيل تجربة الإهداء وتبسيطها لتكون متاحة للجميع¹¹

3-2 المؤسسات الناشئة كنماذج ابتكار جديدة

حتى وقت قريب، كانت العديد من المؤسسات الناشئة تتبنى نفس أساليب الابتكار التي تستخدمها المؤسسات الكبرى حول العالم. ومع ذلك، فإن طبيعة المؤسسات الناشئة ليست تنفيذ نموذج عمل معروف، فهي تغامر في مناطق جديدة كلياً، وبالتالي فإن طرق المؤسسات الكبيرة غير مناسبة ونادراً ما تصل إلى النتائج المرجوة أو المتوقعة.¹² ولذلك يحتاج (المسوقون المبتدئون) أو رواد الأعمال الذين يطمحون لإنشاء مؤسساتهم إلى تمييز أنفسهم عن (المسوقين التقليديين) المؤسسات الكبيرة أو (الشركات الراسخة) كما عبر عنها "Michael Chen"، والتي كانت موجودة منذ عقود عديدة. إنهم بحاجة إلى مجموعة مختلفة من الأدوات مدعومة بموهبة الابتكار. وقد أدى هذا إلى طريقة جديدة للتسويق تسمى اختراق النمو، وهو المعنى الحرفي للستارت أب.¹³

يعرف إريك ريس المؤسسة الناشئة بأنها: مؤسسة بشرية مصممة لإنشاء منتجات وخدمات جديدة في ظل ظروف من عدم اليقين الشديد.¹⁴ وبالتالي يمثل اتخاذ القرارات الصحيحة تحدياً حقيقياً للمؤسسات الناشئة نظراً لنقص الخبرة وقلة المعلومات. فقد قال الرأسمالي المغامر شون كارولان: "إن المؤسسات الناشئة لا تجوع بل تغرق"، ويقصد بقوله إن هذا النوع من المؤسسات لا يمرض بل يموت مباشرة. فإما أن يكون القرار صحيحاً منذ البداية وبالتالي النمو والاستمرار، أو أن تزول المؤسسة في وقت مبكر من دورة حياتها.¹⁵

4-2 المؤسسات الناشئة كمصدر للابتكار التسويقي

إن مقولة "الكبير هو الأفضل" ظلت سائدة لفترة طويلة حتى منتصف القرن العشرين، حيث أن اقتصاديات الحجم تعتبر أن المؤسسة الأكبر تنتج كمية أكبر من منتج واحد دون تنويع بهدف خفض تكلفة الوحدة إلى أدنى حد ممكن، ولكن مع ظهور المنافسة الشديدة التي تجاوزت الاعتماد على التكلفة الأدنى إلى الجودة والمرونة والتنوع والتميز والاستجابة لحاجات الزبون، وبالتالي تم الانتقال إلى اقتصاديات الحجم أو بعبارة أخرى اقتصاديات النطاق (Economies of Scope). وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن المؤسسات الناشئة تعتبر مصدر معظم الابتكارات التسويقية، كما أن الدولار الواحد المنفق في مجال البحث في المؤسسات الناشئة يقدم عدداً أكبر من الابتكارات مقارنة بالمؤسسات الكبيرة، ومن أهم الأسباب التي تجعل هذا النوع من المؤسسات الأكثر ابتكاراً ما يلي:¹⁶

- عادة ما تكون المؤسسات الناشئة أقرب إلى السوق وأكثر استجابة لمتطلبات وحاجات الزبون، وهو ما يجعلها تركز على الابتكار التحسيني من خلال إدخال تغييرات سريعة ومتتالية على المنتج.
- يتم تسيير المؤسسة الناشئة من طرف مدير المشروع أو المقاول الذي يتمتع عادة بروح المبادرة والقدرة على دراسة البيئة الخارجية للمؤسسة، ومنه العمل على انتهاز الفرصة التجارية المتاحة في السوق.
- المؤسسات الناشئة تكون بسيطة في تنظيمها، وهي توجه اهتمامها الأساسي إلى إنتاج سلع وخدمات جديدة أو تحسينها وهو ما من شأنه أن يقوي ويجمع التركيز للموارد المواهب والقدرات.

- المؤسسات الناشئة تتميز بالسرعة والمرونة والخفة في التغيير، كما أن استثماراتها المحدودة تجعل الانتقال إلى كل ما هو جديد أقل مخاطرة بكثير من المؤسسات الكبيرة.
- في المؤسسات الناشئة يكون المقاتل جاهزا لتطبيق أفكاره الجديدة (دون معارضة)، وبالتالي هو بعيد من النقاشات والاجتماعات والمعارضات التي قد تؤدي إلى إطفاء وميض الفكرة الجديدة وتحويل دون تجسيدها.

3- تطبيق الابتكار التسويقي من قبل المؤسسات الناشئة

1-3 الابتكار التسويقي في المؤسسات الناشئة

يعتمد الابتكار التسويقي في المؤسسات الناشئة على ما يلي: ¹⁷

- اعتماد استراتيجية تسويق طموحة، تشمل جوانب مختلفة من تقنيات التسويق، حيث من شأن هذه الاستراتيجية تحقيق النجاح للمؤسسة ومساعدتها على مواجهة المخاطر والتحديات سواء على المستوى المحلي أو الدولي.
- اعتماد منهج علمي للحصول على معلومات حول الأسواق، وذلك من خلال استشارة الخبراء والاستعانة بمصادر متخصصة للحصول على المعلومات الكافية حول السوق، وكذا إجراء أبحاث ودراسات حول وضعها، وهذا حتى تتمكن المؤسسة من الابتكار وبالتالي استحداث طلب إضافة لمنتجاتها وتوسيع حصتها السوقية.
- مواكبة تطورات السوق والبقاء على اطلاع حول الأفكار الجديدة، وهذا قصد الإلمام بأذواق واحتياجات الزبائن وتطورها، مع العمل على التكيف والاستجابة السريعة لظروف السوق واتجاهاتها المتغيرة باستمرار.
- اعتماد استراتيجية متخصصة، وذلك من خلال التركيز على أسواق متخصصة سواء على المستوى المحلي أو الدولي، حيث أن المنافسة محدودة في هذه الأسواق، وهذا ما يمكن المؤسسات الناشئة من تحقيق ميزة تنافسية غير سريعة، لذلك تميل هذه المؤسسات إلى التركيز على منافذ في سوق أو منتج متخصص يتطلب شكلا من أشكال الخبرة التقنية، مع ضرورة تركيز جهودها على المحافظة على حصصها في السوق والعمل على توسيعها.
- اعتماد التكنولوجيا الحديثة المناسبة والعمل على تحديث الوسائل، مما يساعد المؤسسة الناشئة على الابتكار.

2-3 سبل دعم الابتكار التسويقي في المؤسسات الناشئة

يرجع خبراء الابتكار أسباب تفوق المؤسسات الناشئة على الكبيرة في الابتكار الجذري إلى اعتماد الأولى على المبادرات الذاتية والأفكار الفردية، واعتماد الثانية أي المؤسسات الكبيرة على نظم وعمليات تشغيل معيارية ومقننة تصل في ذروتها إلى مرتبة البيروقراطية، ففي حين أن الابتكار يمكن أن يبدأ في أي مكان في المؤسسة، فإن نجاحه يبقى مرهونا بوجود فئة من التنفيذيين المباشرين والمتحمسين الذين يتبنون تلك الأفكار ويدخلونها حيز التنفيذ، وهناك أربعة مستويات للدعم الإداري يمكن أن يمارسها المدبرون لدفع جهود الابتكار إلى الأمام دائما: ¹⁸

- مديرون مطورون: لا يكتفي هؤلاء المدبرون بدعم مشروعات التطوير بل يشاركون فيه بالخبرة والممارسة، ويتحولون إلى أعضاء في فريق الابتكار والتطوير.
- مديرون مناصرون: أنصار الابتكار يؤمنون بشخص أو بفكرة أو يلمسون بعض التجارب الناجحة، فيبادرون إلى دعم مشروع الابتكار بسبب ذكاء وجاذبية شخصية صاحب الفكرة أو مدير. وهم هنا يشبهون من يشترون اللوحات الفنية ويدعمون الأعمال الثقافية من أجل القيمة الكامنة في العمل نفسه.

- مديرون مثيرون: لا يكتفي المدير هنا بدور المناصرة والمؤازرة، بل يأخذ الحماس ليضع المعايير ويرفع التوقعات لإثارة وتنشيط الدورة الابتكارية، فينتقل دوره من تأييد الابتكار إلى طلبه والحث عليه.
- مديرون صائغون: في هذا المستوى يتجاوز المدير دوره التقليدي إلى صياغة الرؤية المستقبلية وتشكيل الابتكارية فيحول المنظمة إلى خلية ابتكارية متكاملة، دون أن يتدخل هو شخصيا في تفاصيل المشروعات الجارية، في هذه البيئة المثالية يصبح الابتكار فعلا طبيعيا وتلقائيا ومقدرا من الجميع، بل إنه يبدو للمنافسين والمراقبين سهلا وكأنه يتم بدون جهد وتكاليف.

3-3 آليات لنقل المؤسسات الناشئة من الابداع (النظرية) إلى الابتكار (التطبيق)

- كثيرة هي المؤسسات التي تملك كثيرا من الأفكار والتجارب والمحاولات الابتكارية. الأفكار الحقيقية التي يعرفها العالم ويعيرها انتباهه، هي فقط التي تتحول من النظرية إلى التطبيق، أو التي تنتقل من المعامل إلى المنازل. أي تتحول من ابتكارات إلى سلع وخدمات، وهناك عدة مفاتيح ضرورية لإحداث هذه النقلة الجوهرية، أهمها:¹⁹
- تشكيل فريق التحول: هذا الفريق يسد الفجوة بين النظرية والتطبيق، وهو في الغالب مزيج من الفنيين ومهندسي الإنتاج وخبراء التشغيل والتسويق.
 - تشكيل فريق الوصاية: تمر المؤسسات الناشئة في ظروف عدم تأكد وغموض ومشكلات مالية وإدارية، فريق الوصاية مزيج من الإداريين وأصحاب المصالح والمبتكرين والموظفين العاديين. مهمة الأساسية رعاية الابتكار وحمايته والدفاع عنه في حالة تغيير الإدارة أو تعرض المؤسسة للاحتواء من قبل شركات أو مستثمرين جدد.
 - قياس الاستعداد والجاهزية: أحيانا يكون توقيت إطلاق الابتكار من المعمل إلى السوق أخطر من الابتكار نفسه. تقييم الجاهزية يعني تحديد مدى استعداد المؤسسة لإطلاق المنتج وجاهزية السوق لاستقباله مقارنة بالمنتجات المنافسة داخل المؤسسة وخارجها.
 - تطوير خطة التحول: وهي ال تختلف عن أي خطة عمل، فتشمل تحديد الأهداف وتوفير الموارد البشرية والمالية وتحديد المسؤوليات والصلاحيات، فضلا عن جداول التنفيذ الزمنية ومعايير قياس الأداء.

4- المسؤولية البيئية للمؤسسات الناشئة

لطالما شكلت البيئة تحديا هاما للأعمال القائمة ولأقوى المؤسسات التنافسية والكبرى منذ بدء الاهتمام بالمسألة البيئية، وتتيح المؤسسات الناشئة اليوم فرصا كبيرة في إيجاد حلول للمشكلة البيئية ولحماية والحفاظ على النظام البيئي - الايكولوجي وفق النهج الحديث المعزز للنهج القائم على البيئة، رغم تلك الصعوبات والتحديات التي تعيق بقاءها قيد الحياة واستمراريتها وفي ظل تعقيدات وضآلة فرص نجاحها. غير أنّ العمل الجاد على إيجاد منتجات ونماذج أعمال وخدمات ذات استدامة بيئية كان ولازال يشكل تحدياً عميقاً لمعايير عمل المؤسسات الموجودة حالياً والناشئة على وجه الخصوص.

1-3 مسؤولية المؤسسات الناشئة في إيجاد حلول للمشكلات البيئية

وتتميّز المؤسسات الناشئة بسمات ابتكارية أكثر من المؤسسات الكبرى للأسباب التالية:²⁰

- سرعة اتخاذ القرارات: ممّا يسرّع عملية تطوير الأفكار الجديدة إلى منتجات أو مشاريع يكون للمؤسسة السبق في إيصالها إلى الأسواق. على سبيل المثال بفعل جائحة كورونا تم استحداث مؤسسات ناشئة من قبل الشباب الجزائري

تسهّر على تزويد السوق بمختلف أدوات ووسائل الوقاية من انتقال وتفشي المرض بين الناس من كمادات ذات مواصفات صحية وبيئية، وأجهزة تعقيم وغيرها).

■ **المرونة التلقائية:** وتشير إلى القدرة على إنتاج استجابات تتسم بالتنوع في الاتجاهات مع استخدام مجموعة متعددة من الإستراتيجيات ومراعاة الحلول غير التقليدية النادرة.

■ **الاستعداد للمخاطرة:** تتميز المؤسسات الناشئة بقبول أكبر على المخاطرة وتقبّل الفشل، ولطالما ارتبط تعريف الابتكار بمدى قبول المخاطرة لتقديم أفكار أو منتجات بعيدة عن المألوف تقدّم لأول مرة للمستهلك أو المجتمع. وهو ما شجع نمو ظاهرة استحواذ المؤسسات العملاقة على المؤسسات الناشئة المبتكرة وحادثة أسلوبها الابتكاري السهل التطبيق. فأصبحت معظم المؤسسات العملاقة تفضّل الاستثمار في مؤسسات ناشئة كطريقة أقل مخاطرة من الاستثمار داخلياً في الابتكار المؤسسي، ولعل أكبر مثال على ذلك شركة جوجل التي استحوذت على 180 شركة حتى تاريخ أبريل 2015 معظمها شركات ناشئة أحدثت ثورات رقمية وتكنولوجية.

■ **روح الفريق:** تتسم العلاقات الشخصية في المؤسسات الناشئة والصغيرة بيئة تسودها روح الفريق وأسلوب تشاركي وحماسي بين الجميع. ومرونة الإجراءات والعلاقات الشخصية تكون أكثر تحفيزاً لتشجيع التفكير الابتكاري بين كل الأفراد.

وفي الحقيقة هذا ما جسده جائحة كورونا من تعاون وتآزر وتضامن في تقديم المنتجات من خدمات وسلع بين مختلف أفراد المؤسسات الناشئة في ظل الجائحة وتظافر الجهود في التصدي لها.

2-3 تطور نموذج أعمال المؤسسات الناشئة في الجزائر رغم حداثة التوجه في ظل تفاقم أزمة جائحة كورونا

بالنسبة لتطور نموذج عمل المؤسسات الناشئة startups بالجزائر؛ بالرغم من المبادرات المحدودة في لإنشاء مؤسسات ناشئة، إلا أنه ولحد الآن لا توجد تجربة رائدة، كما يلاحظ أن أغلب المؤسسات الناشئة تنشط في مجال التسويق الإلكتروني وهي مجرد محاكاة لتجارب سابقة في العالم، كما هو الحال بالنسبة للمؤسسة الناشئة على المستوى الوطني "واد كنيس" (ouedkniss.com) وهو موقع الكتروني مخصص للإعلانات أطلق سنة 2006 والذي يعيد تجسيد فكرة تم تطبيقها (leboncoin.fr) في فرنسا²¹.

المؤسسات الناشئة الرائدة في الجزائر هي بالترتيب Yassir (المواصلات) TemTem (البرمجيات والبيانات)، DZdoctors (الصحة)، Immovy (تجارة وتجزئة)، Goutra (الطاقة والبيئة). وقد تراجعت مرتبة الجزائر من حيث عدد المؤسسات الناشئة إلى الترتيب 103 عالمياً من بين 202 بلداً وفق تصنيف موقع startupblink لعام 2020 بعد أن كانت في المرتبة 99 سابقاً²²، استند الترتيب إلى قوة النظام البيئي لبدأ التشغيل. وتصدرت مدينة الجزائر المرتبة الأولى وطنياً كأفضل المدن التي تتمتع بأكثر الأنظمة البيئية حيوية في الجزائر. كما تصدرت البرمجيات والبيانات المرتبة الأولى في ترتيب المؤسسات الناشئة في الجزائر حسب نوع الصناعة تلتها التجارة الإلكترونية والبيع بالتجزئة ثم الصحة ثم الطاقة والبيئة، وأخيراً النقل والمواصلات²³.

جدول رقم (01): ترتيب المؤسسات الناشئة حسب الصناعة في الجزائر

الرقم	نوع الصناعة	العدد
-------	-------------	-------

18090	البرمجيات والبيانات	01
6050	تجارة وتجزئة	02
2930	الصحة	03
951	الطاقة والبيئة	04
822	النقل والمواصلات	05

المصدر: <https://www.startupblink.com/startups/algeria>

خاتمة:

ما يمكن الخروج به من خلال هذه الدراسة هو أن المؤسسات الناشئة أصبحت تحتل مكانة بارزة سواء في الدول المتقدمة أو النامية على حد سواء، وهذا راجع للدور الكبير الذي تؤديه في تفعيل استراتيجيات النمو الاقتصادي المصاحب لزيادة فرص العمل، في الوقت ذاته يمثل الابتكار التسويقي ضرورة حتمية لإدارة هذه المؤسسات وذلك لضمان بقائها واستمرارها، لكن هذا غير كافي في ظل التوجهات البيئية التي يشهدها عالم الأعمال والتنافس في هذا المجال إذ أصبحت المسؤولية البيئية إحدى الآليات الداعم لريادة المؤسسات الناشئة.

قائمة المراجع والهوامش:

- 1 هشام بروال، جهاد خلوط، التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، المجلد: 20، العدد: 03، 2017، ص21.
- 2 بوالشعور شريفة، دور حاضرات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: Startups، دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة بشار، بشار، الجزائر، المجلد: 04، العدد: 02، 2018، ص421.
- 3 Kirk Cheyfitz, thinking inside the box: the 12 timeless rules for managing a successful business, Publisher: Free Press, 2004, p: 7.
- 4 دان سينور، ساول سنجر، أمة المؤسسات الناشئة، ترجمة عماد المسعودي، ص 09.
- 5 فتيحة عبيدي، هواري معراج، إمكانية تبني مهارات الابتكار التسويقي لتعزيز ريادة منظمة الأعمال، دراسة ميدانية في شركة (Sweetlé) بمدينة الجلفة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد: 08، العدد: 02، جامعة غرداية، غرداية، الجزائر، 2015 ص 762.
- 6 ساسي سفيان: المسؤولية البيئية في المؤسسات الصناعية (حالة الجزائر)، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي الثاني "الحق في بيئة سليمة" العدد 2، مجلة جيل حقوق الإنسان، بيروت، لبنان، ديسمبر 2013، ص 14.
- 7 Piotr Mazurkiewicz: Corporate environmental responsibility: Is a common CSR farmework possible? DevComm-SDO, World bank, 2004, P07.
- 8 Alison Jamison, MarloRaynolds, Peggy Holroyd, Erik Veldman, KristaTremblett: Defining Corporate Environmental Responsibility. Canadian ENGO Perspectives, October 2005, p07.
- 9 Kyla Fisher, Erin Bishop, Glynn Davis, Ed Whittingham: Corporate Environmental Responsibility and ENGOs: Is the Company Door Open, Shut, or Ajar? Trident Exploration and The Pembina Institute, Canada, 2007, p8.
- 10 <http://kawngroup.com/corporate-social-and-environmental-responsibility>

<https://www.rowadalaamal.com/?p=16190>

- 12 Torben midtgaard poulsen, innovation management in startups building a sustainable tech startup, a thesis M.A of science, department of architecture, aalborg university copenhagen, 2015, p:14.
- 13 Michael Chen, The Art of Marketing: Innovative Strategies for Entrepreneurs Startups and eCommerce, 2016, (Michaelche.biz) p:14.
- 14 Torben Midtgaard Poulsen, op. Cit, p:14.
- 15 Johan bath, jakob kohler, innovation management in business-tobusiness software as a service startup, m.a of master of science thesis, kth industrial engineering and management, stockholm, 2017, p:18.
- 16 مباني محمد، دور الابتكار التسويقي في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، دراسات اقتصادية، المجلد: 06، العدد: 16، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2012، ص 409.
- 17 نفس المرجع، ص 410.
- 18 Richard Leifer & others, Radical Innovation: How Mature Companies Can Outsmart Upstarts, Publisher: Harvard, Business School Press, 2001, p:3.
- 19 Richard Leifer & others, op. Cit, p:5.
- 20 <https://lusailnews.net/article/knowledgegate/success/12/04/2016/>
- 21 بوالشعور شريفة، مرجع سابق، ص 427.
- 22 Global Ecosystem Report 2020: Startup Ecosystem Rankings 2020, StartupBlink Global Startup Map Ecosystem Development Services, 2020, p16.
- 23 Startup Ecosystem Rankings 2020: available on web site:
<https://www.startupblink.com/startups/algeria>