محددات نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية

Eentrepreneurial Success Determinants in Aquaculture Field

غربي عمارفاروق*[1]، نشنش فتيحة[2]، محمد براق[3]
[1] المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، farouk.esc90@yahoo.com
[2] جامعة الجزائر، fatihanechnech@yahoo.com
[3] المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، esc16berrag@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/10/30 تاريخ القبول: 2022/12/10 تاريخ النشر: 2022/12/31

ملخص:

عرف موضوع النجاح المقاولاتي اهتماما كبيرا من قبل الباحثين، نتيجة لارتفاع معدلات فشل المؤسسات الناشئة على المستوى العالمي، وقد ارتبط مفهوم النجاح المقاولاتي بمجموعة من الأبعاد كالبقاء والنمو. يتمثل هدف هذا البحث في دراسة محددات نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

بينت نتائج التحليل القياسي باستخدام السلاسل الزمنية المقطعية لعينة مكونة من 25 مؤسسة ناشئة في مجال الزراعة المائية أن هناك تباين في طبيعة ومدى العلاقة بين مختلف المتغيرات المدروسة والنجاح المقاولاتي، حيث أن كل من السياسة الحكومية، برامج الدعم الحكومي، البحث والتطوير، المسؤولية الاجتماعية، جملة القوانين و ولوج الأسواق الجديدة هي متغيرات ذات تأثير موجب على نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية بالجزائر.

كلمات مفتاحية: مقاولاتية، نجاح مقاولاتي، زراعة مائية، بيانات مقطعية، مؤسسات ناشئة
تصنيفات JEL: M13، Q19، O30.

*المؤلف المرسل

Abstract:

The main objective of the study is to investigate the relationship between entrepreneurial determinants and entrepreneurial success in aquaculture field. Using a Panl Data technique of 25 startups.

This paper has studied the determinants of entrepreneurial success on the aquaculture field, The results showed that government policy and support, research and development, social responsibility, laws and market creation had affected the entrepreneurial success.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial success, Aquaculture, Panel Data, Startups.

Jel Classification Codes:M13,Q19,O30.

1. مقدمة:

لطالما كان نجاح المشاريع الجديدة من أهم اهتمامات الباحثين في المجال المقاولاتي دون مراعاة أن العديد من هاته الأخيرة تفشل خلال السنوات الأولى من وجودها. في هذا الصدد، لاحظ الكثير من الباحثين أن هذا الفراغ في الأدبيات يشير إلى تركيز أقوى على الفشل المقاولاتي. ومع ذلك، فقد كانت هناك مشكلة تتمثل في عدم وجود تمييز بين الفشل والخروج، أي الفرق بين محاولة إبقاء العمل قائما والإخفاق في القيام بذلك، والإغلاق المتعمد أو البيع الناجح لشركة من جهة أخرى.(Wiklund, 2006)

1.1 إشكالية الدراسة:

يهدف البحث إلى معالجة الإشكالية الموالية:

ماهي محددات نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية؟

يهدف البحث لتحقيق العناصر الآتية:

- أبعاد مفهوم النجاح المقاولاتي؛
- مؤشرات قياس أبعاد النجاح المقاولاتي؛
-دراسة قياسية لمحددات نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

2.1. فرضيات الدراسة

للإجابة على إشكالية البحث فإنه تم وضع الفرضيات الموالية:

- تعتبر المتغيرات المرتبطة بنظام المعلومات ذات تأثير موجب على نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

- لكل من متغيري المسؤولية الاجتماعية والحوكمة تأثير موجب على نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

- تعتبر المتغيرات المرتبطة بالفريق المؤسس ذات تأثير موجب على نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

- تعتبر كافة المتغيرات بالابتكار والتمويل ذات أثر موجب على نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

- تعتبر كافة المتغيرات بالتسويق المقاولاتي ذات أثر موجب على نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

- تعتبر كافة المتغيرات المرتبطة بالنظام البيئي المقاولاتي ذات أثر موجب على نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

3.1 أهداف الدراسة

بناء على ما تقدم، فإن هذا البحث يهدف إلى:

- تحديد أبعاد مفهوم النجاح المقاولاتي؛

- مؤشرات قياس أبعاد النجاح المقاولاتي؛

- دراسة محددات نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية لعينة مكونة من 25 مؤسسة ناشئة، في الفترة الممتدة من سنة 2017 الى غاية سنة 2019.

4.1 أهمية الدراسة

يعتبر الوضع الاقتصادي والبيئي الراهن الذي تفرضه المتغيرات الداخلية والخارجية، وفشل العديد من المشاريع في سنواتها الأولى وضعف أداء الكثير منها، يجعل الاهتمام والإحاطة أكثر بالمواضيع الذي تعنى بنجاح المؤسسات الناشئة بصفة عامة -وتلك التي تنشط في مجال الزراعة المائية بصفة خاصة -والبحث في الاليات والسبل الكفيلة بضمان استمراريتها وتحسين أدائها أمرا بالغ الأهمية.

5.1 الدراسات السابقة

توجد عدة دراسات سابقة أجريت تتعلق بدراسة أحد محددات نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أن قلة منها يهتم بتلك الناشئة منها، نجد من بين هذه الدراسات:

1.5.1 الدراسة التي قام بها ياسين سفياني، وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه بعنوان: محددات نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة : دراسة حالة مدينة طنجة

وقد بينت نتائج الدراسة أن محددات نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن تصنيفها إلى محددات كلية، تتمثل أساسا في عوامل اقتصادية، سياسية، تكنولوجية، سوسيو ثقافية ومحددات جزئية ممثلة أساسا في الزبائن، سياسة العرض والمنافسة. وبين درجة تأثير العوامل السالفة الذكر على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

4-2-الدراسة التي قام بها لزهر العابد، وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه بعنوان: إشكالية تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

تمثل هدف هده الدراسة في تحليل تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وقد توصلت الدراسة إلى أنه يمكن تحسين تنافسيتها بتوافق الجهود على ثلاث مستويات عن طريق التركيز على تنمية الكفاءات وترقية الابداع، والبداية يجب أن تنطلق من المؤسسة في حد داتها ثم على مستوى الصناعة في إطار التحالفات الاستراتيجية وسياسات العناقيد وأخيرا على مستوى الدولة بالاعتماد على برامج التأهيل ومختلف سياسات دعم قطاع الأعمال.

2. أبعاد مفهوم النجاح

يعتبر الأداء أحد مقاييس النجاح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مختلف مراحل تطورها، ويرى الكثير من الباحثين أن النمو والبقاء هو أحد أهم أبعاد الأداء، **(Boarn, 2019, p. 22)** كما شكل النجاح الشخصي للمقاول، أي تقييمه لمدى جودة أداء مؤسسته الناشئة مقابل أهدافه الخاصة، مجال هام للباحثين في مجال المقاولاتية وأداء المؤسسات.

كما أن قرارات المقاول لا يمكن تفسيرها فقط من خلال مؤشرات اقتصادية لقياس الأداء، حيث إن الكثير من الأدلة تشير إلى أن المقاولين قد يسعون لتحقيق معايير نجاح متعددة في وقت واحد. على سبيل المثال، قد يتخلى رواد الأعمال عن الشركات الناجحة عندما لا تتحقق أهدافهم الشخصية. في المقابل، قد يكافح رواد الأعمال مع مؤسساتهم ذات الأداء الضعيف إذا كانوا ملتزمين بشدة اتجاهها. **(Dominika Dej, 2018, p. 4)**

في سياق المؤسسات الناشئة، يرتبط مفهوم الأداء بمجموعة من الأبعاد، يمكن توضيحها في العناصر الموالية:**(Sefiani, 2013, pp. 35-45)**

1.2. البقاء كبعد للنجاح

تربط الكثير من الدراسات مفهوم النجاح بالبقاء، فكلما طالت مدة بقاء المشروع المقاولاتي ولم يحدث الخروج غير الطوعي، زاد نجاحه. فالنجاح يعني استمرار العمليات التجارية، والفشل هو الخروج من العمل. وهو ما تدعمه النماذج الديناميكية للتنظيم الصناعي. تثبت هذه الأخيرة أن المشاريع حديثة النشأة التي تحصل على الربح تقرر البقاء في السوق، في حين أن المؤسسات التي تتكبد خسائر ينتهي بها الأمر بالتخلي عن النشاط.

في المقابل، هناك دراسات أخرى ترى أن النجاح والبقاء هما مفاهيم ومتغيرات مختلفة للغاية، وبالتالي، هناك أبعاد أخرى للنجاح.

2.2. النمو كبعد للنجاح

يرى الكثير من الباحثين أن مفهوم النجاح المقاولاتي يرتبط بالنمو،حيث استعمل النمو كمقياس للنجاح في الأعمال التجارية، نظرا لأهميته بالنسبة للاقتصاد. في هذا الصدد، تم تقديم نظريات مختلفة لتفسير نمو المؤسسة، والتي يمكن تقسيمها لأربع مجموعات: النماذج الكلاسيكية، النماذج العشوائية، النماذج القائمة على الموارد ونماذج التعلم.

1.2.2. مراحل نمو المؤسسة الناشئة

يتفق المؤلفون عموما على أن المشاريع تمر بدورة حياة، على الرغم من أن عدد المراحل قد لا يتم الاتفاق عليه دائما. يوجد نموذج يتكون من خمس مراحل، كل واحدة منها لها خصوصيتها، وتتطلب كل منها مهارات واستراتيجيات محددة للتعامل مع تحديات العمل. **(Donald F. Kuratko, 2016, pp. 384-385)**

هذه المراحل الخمس يمكن عرضها كما يلي:

1.1.2.2. مرحلة تطوير المشروع الجديد

تتكون المرحلة الأولى لتطوير المشروع الجديد، من الأنشطة المرتبطة بالصياغة الأولية للمشروع. هذه المرحلة الأولية هي أساس العملية المقاولاتية، وتتطلب الإبداع والتقييم، بالإضافة إلى تراكم الموارد وتوسيعها، تعد هذه المرحلة جد هامة لصياغة الاستراتيجية المقاولاتية الأولية، ويتم فيها تحديد الفلسفة العامة للمؤسسة، رسالتها، نطاقها وتوجهاتها المستقبلية.

2.1.2.2. مرحلة بدء التشغيل

تشمل العمل التأسيسي الذي من شأنه أن يساهم في إنشاء خطة عمل رسمية، ويتم فيها البحث عن الموارد التمويلية، القيام بأنشطة تسويقية وتطوير فريق ريادي فعال. تتطلب هذه الأنشطة عادة إستراتيجية ريادية قوية مع بذل أقصى جهد لنجاح إطلاق المشروع. وتتميز بخطوات التخطيط الاستراتيجي والتشغيلي المصممة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة. كما أن للاعتبارات التسويقية والمالية أهمية قصوى لبقاء المؤسسة الناشئة.

3.1.2.2. مرحلة النمو

غالبا ما تتطلب مرحلة النمو تغييرات كبيرة في الإستراتيجية المقاولاتية، كما تتطلب المنافسة وقوى السوق الأخرى إعادة صياغة الاستراتيجيات. على سبيل المثال، تجد بعض المؤسسات نفسها تنبثق من أعمال تجارية أخرى لأنها غير قادرة على التعامل مع نمو مشاريعها. أحيانا يكون رواد الأعمال المبدعون للغاية غير قادرين أو غير راغبين في مواجهة التحديات الإدارية التي تصاحب مرحلة النمو هذه. نتيجة لذلك، يتركون المشروع وينتقلون إلى مشاريع أخرى.

4.1.2.2. مرحلة استقرار الأعمال

مرحلة الاستقرار هي نتيجة لظروف السوق وجهود صاحب المشروع. خلال هذه المرحلة، تحدث مجموعة من التطورات، بما في ذلك المنافسة المتزايدة، ولامبالاة المستهلك تجاه سلع أو خدمات صاحب المشروع، وتشبع السوق بمجموعة من المؤسسات المنافسة، غالبا ما تبدأ المبيعات في الاستقرار ويتعين على صاحب المشروع أن يبدأ في التفكير في مستقبل مؤسسته خلال السنوات القادمة.

5.1.2.2. مرحلة الابتكار أو التراجع

تختفي المؤسسات التي تفشل في الابتكار، ومن ثم فغالبا ما تحاول المؤسسات الناجحة ماليا الحصول على مؤسسات ابتكاريه أخرى، وبالتالي ضمان نموها. بالإضافة إلى ذلك، ستعمل العديد من المؤسسات على تطوير منتج أو خدمة جديدة من أجل استكمال العروض الحالية.

3.2. النجاح كنمو مرتفع

في سياق نمو المؤسسات، ركزت الكثير من البحوث الأكاديمية على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عالية النمو. لما لها من أهمية و تأثيرات كبيرة على الاقتصاد.

1.3.2. خصائص الشركات سريعة النمو

عادة ما تتمتع الشركات سريعة النمو، والتي يطلق عليها غالبا الغزلان، بالعديد من الخصائص، والتي يمكن إجمالها في العناصر الموالية:**(Hisrich, 2014, pp. 239-241)**

- قادة برؤية واضحة، هذه المؤسسات لديها قائد (عادة ما يكون المؤسس / الرئيس التنفيذي) لديه رؤية واضحة للمشروع. كما أنه يتصف بشغف كبير بهذه الرؤية ينقله إلى جميع أفراد المؤسسة، ويحفز الجميع على مشاركته هذه الرؤية؛

- الاحتفاظ بسمات المؤسسة الصغيرة، تحاول الشركات سريعة النمو الحفاظ على أكبر قدر ممكن من السمات المرغوبة في المشروع الجديد في مرحلة ما قبل البدء أو الإطلاق والمراحل المبكرة. وتشمل هذه السمات بيئة ملائمة، ثقافة قوية، استعداد كبير من جميع الفاعلين في المؤسسة على نجاحها. كما يصعب الحفاظ على بعض هذه السمات مع نمو المشروع بشكل أكبر، وهناك حاجة إلى أنظمة تحكم وتقارير قوية لدعم النمو؛

- السلوك الذي يحركه السوق، يعد السلوك الذي يحركه السوق أمرا ضروريا في جميع مراحل دورة حياة المؤسسة، ولكن ربما أكثر من أي وقت لتعزيز النمو وتحفيزه.كما يعد تطوير خطة تسويق تحث الزبون وتسمح له بفهم خصوصيات المنتج وشرائه بأقل جهد ممكن أحد جوانب تحقيق النمو السريع؛

- الإيمان بخدمة العملاء، تعتبر المؤسسات سريعة النمو والمدارة بشكل جيد أن العميل هو النقطة المحورية لجميع الأنشطة في المؤسسة وليس فقط الأنشطة التسويقية. وبالتالي، فاعتبار العميل هو الأساس الذي يسمح بتحسين سياسات البحث والتطوير الصحيحة، سياسات التوزيع الملائمة والرسالة التسويقية المناسبة؛

- التركيز المشترك، تفضل معظم المؤسسات سريعة النمو التعاون مع المؤسسات الأخرى، مما قد يوفر الموارد المختلفة التي تعزز نموها؛

-التحلي بالمرونة، تعتبر المرونة شرطا أساسيا للنمو، بغض النظر عن مدى حسن التخطيط والتنفيذ لاستراتيجيات الإطلاق والنمو، فمن الصعب إطلاق مشروع تجاري وتنميته بنجاح.

في حين أن العديد من النظريات تشير إلى أن النمو يقود الربحية، وجدت بعض الدراسات أن النمو لا يؤدي بالضرورة إلى زيادة ربحية المؤسسة. في هذا الصدد، وجدت دراسة على عينة من المؤسسات الأسترالية والسويدية، أن المؤسسات التي تبدي ربحية عالية بنمو منخفض من

المرجح أن تصل إلى حالة من النمو المرتفع والربحية العالية في الفترات اللاحقة أكثر من المؤسسات التي تظهر أولا نموا مرتفعا بربحية منخفضة.**(Davidsson, 2010, pp. 69-166)**

كما بينت الدراسة أنه من المرجح أن تصل المؤسسات التي تظهر نموا مرتفعا بربحية منخفضة إلى حالة من النمو المنخفض والربحية المنخفضة في الفترات اللاحقة أكثر من المؤسسات التي تظهر أولا ربحية عالية بنمو منخفض. أي أن على المؤسسات الناشئة لتحقيق أداء إجمالي عال أن تركز في بدياتها على الربحية، ومن ثم النمو.**(Davidsson, 2010)**

3.مؤشرات قياس أبعاد النجاح المقاولاتي

يرتبط نجاح المشاريع المقاولاتية الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير بأدائها، ويتم قياسه خاصة للمؤسسات الناشئة الجديدة التي تكافح من أجل البقاء من خلال مقاييس مرتبطة بالنمو أو البقاء، فهذه الأخيرة تعتبر أكثر المقاييس ملاءمة لنجاحها. في المقابل، يرى بعض الباحثين أنه لابد أن تتضمن مقاييس النجاح أبعادا أخرى تتعلق بالشعور بالإنجاز، تحقيق الذات، الاستقلالية، الرضا الوظيفي، التأثير الاجتماعي والبيئي.**(Boarn, 2019, pp. 38-40)**

1.3 مؤشرات النجاح المقاولاتي

توجد مجموعة من المؤشرات التي يمكن من خلالها تقييم النجاح المقاولاتي.

1.1.3. المتغيرات النوعية لتقييم نجاح المؤسسة

من الناحية النوعية، يمكن رؤية نجاح المؤسسات الناشئة من خلال: **(Kouame, 2012, pp. 83-86)**

- تقييم صاحب المشروع الخاص فيما يتعلق بمشروعه، وكذلك تقييم المستثمرين، بناء على الأهداف المحددة في البداية؛

- مقارنة المؤسسة الناشئة مع نظرائها من نفس الحجم أو في نفس الصناعة، يفضل بعض المقاولين مقارنة شركاتهم الناشئة بصناعتهم بأكملها للحكم على نجاحهم. لذلك، عندما تكون الشركة الناشئة رائدة في السوق، أو تكون من بين رواد السوق فإنها تكون ناجحة؛

- جودة المنتج، أي منفعته واستجابته لاحتياجات العميل؛

- رضا الموظفين، خاصة وأن أفضل المؤسسات هي تلك التي يفخر الموظفون بالعمل فيها والرجوع إليها؛

- بقاء المؤسسة الناشئة، اعتمادا على تاريخ الإنشاء، يمكن معرفة ما إذا كان المؤسسة الناشئة لا تزال موجودة عن طريق الاتصال بها أو زيارة موقع الويب الخاص بها؛

- انتظام عمل أنشطة المؤسسة، يمكن اعتبار المؤسسات التي ليس لديها عمليات متقطعة ناجحة، بمعنى أنها تضمن استمرارية أنشطتها من خلال صحتها المالية؛
- الدخول للبورصة، لا تعكس هذه المرحلة فقط إمكانات وأداء المؤسسة الناشئة ولكنها تعكس أيضا مدى ثقة السوق. ومع ذلك، لا تهدف جميع مؤسسات الناشئة إلى تحقيق هذا الهدف خوفا من فقدان استقلاليتها أو سيطرة المؤسسين خاصة في سياق المؤسسات العائلية؛
- تقديم براءة اختراع، وهي خطوة حاسمة بالنسبة للمؤسسات الناشئة لأنها تمثل مدى أهمية وجودة مشاريع البحث والتطوير التي تقوم بها؛
- التدويل، وهو دليل هام على مد القدرة التنافسية للمؤسسة.
- **الوصول إلى مرحلة التطوير**، وهي المرحلة التي تتجاوز المرحلة الأولية أو مرحلة النمو.
- **الاندماج أو الاستحواذ**، يمكن أيضا اعتبار عمليات الاندماج أو الاستحواذ نجاح تجاري. ومع ذلك، فإن هذا النجاح نسبي ويعتمد بشكل كبير على وجهات نظر مختلف الأطراف المشاركة في هذه العمليات.

4.الدراسة القياسية لمحددات نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية

يتم عرض نتائج الدراسة القياسية من خلال العناصر الموالية:

1.4.منهجية الدراسة

تتمثل منهجية الدراسة الإحصائية في تعريف متغيرات الدراسة ومصادر جمع البيانات.

1.1.4. تعريف المتغيرات

فيما يلي عرض للمتغيرات المستخدمة في الدراسة:

1.1.1.4 المتغير التابع

يتمثل المتغير التابع في الدراسة في النجاح المقاولاتي للمؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية، والذي تم قياسه من خلال بعدين أساسيين استخدما في العديد من الدراسات التجريبية الخاصة بالمؤسسات الناشئة، وهما استمرارية المؤسسة الناشئة في مزاولة نشاطها خلال الثلاث السنوات الأولى، ونمو المؤسسة الناشئة.

تم سؤال المقاول شخصيا السؤال الموالي:

هل مؤسستك الناشئة عرفت نموا خلال كل سنة من السنوات السابقة؟ وهل المؤسسة مازالت مستمرة في نشاطها خلال كل سنة؟ واستخدم سلم ليكرت الخماسي في الحصول على القيم الخاصة بالمتغير.

2.1.1.4. المتغيرات المستقلة

تم استخدام أهم المتغيرات المستخدمة في مجموعة من الدراسات التجريبية الخاصة بالمؤسسات الناشئة على وجه الخصوص إن وجدت في حدود اطلاعنا، استخدم سلم ليكرت الخماسي أيضا في تحديد قيمة المتغيرات على غرار مجموعة من الدراسات التجريبية التي استخدمت نفس الأداة. وفيما يلي عرض لهذه المتغيرات:

الجدول رقم (1): متغيرات الدراسة القياسية

المتغير	عدد الفقرات	رمز المتغير	مصدر الدراسة
متغير جودة النظام	6	**Task**	**الأمين (2018)**
متغير جودة المعلومات	6	**User**	**الأمين (2018)**
متغير جودة الخدمة	7	**Social**	**الأمين (2018)**
متغير المسؤولية الاجتماعية	8	**Csr**	**Zu and Song (2013)**
متغير الحوكمة	10	**Gov**	**Sibanda and all (2017)**
متغير خبرة الفريق المؤسس	4	**Teamexp**	**Zhao and all (2013)**
متغير مهارات وكفاءات الفريق المؤسس	7	**Teamcapa**	**Zhao and all (2013)**
متغير مصادر التمويل الداخلي	1	**Interfi**	قراش (2015)
متغير مصادر التمويل الخارجي	1	**Exterfi**	قراش (2015)
متغير شبكة العلاقات	4	**Netw**	**Chen (2019)**
متغير التسويق الشفهي	4	**Mouthmark**	**Chen (2019)**
متغير إنشاء الأسواق الجديدة	2	**Markcrea**	**Chen (2019)**
درجة الابتكار	9	**Innodensi**	**Arshi(2016)**
تردد الابتكار	8	**Innofre**	**Arshi(2016)**
متغير التمويل الحكومي	1	**Finance**	**Gem (2014)**

متغير السياسة الحكومية	2	**Govpol**	**Gem (2014)**
متغير برامج الدعم الحكومي	1	**Govsup**	**Gem (2014)**
متغير تعليم المقاولاتية	2	**Edu**	**Gem (2014)**
متغير البحث والتطوير	1	**Resedev**	**Gem (2014)**
متغير البنية التجارية والقانونية	1	**Comminfr**	**Gem (2014)**
متغير لوائح الدخول إلى السوق	2	**Laws**	**Gem (2014)**
متغير البنية التحتية المادية	1	**Infra**	**Gem (2014)**
متغير الأعراف الثقافية والاجتماعية	1	**Habits**	**Gem (2014)**

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات التجريبية السابقة.

2.1.4. مصادر البيانات

تم الحصول على البيانات الخاصة بالدراسة القياسية من خلال المقابلة المباشرة مع أصحاب هذه المؤسسات الناشئة أو من خلال التواصل معهم عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث تم تقديم استمارة لأسئلة الدراسة وفقا للنموذج المحدد مسبقا.

2.4. النماذج الطولية المستخدمة

يتم تطبيق نموذج لبيانات السلاسل الزمنية المقطعية لدراسة محددات نجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية، والمقصود ببيانات البانل، تلك المشاهدات المقطعية المرصودة خلال فترة زمنية معينة. (يحي، 2013، صفحة 120)

يوجد نهج يسمح بالمفاضلة بين النماذج الثلاثة المستخدمة في نماذج البانل، حيث يتم الاعتماد على اختبار فيشر للمفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي ونموذج التأثيرات الثابتة. كما يعتمد في المفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي ونموذج التأثيرات العشوائية على اختبار مضاعف لاغرانج(**LM**المقترح من طرف بروش وبقان **(1980)breusch and pagan** ، إضافة إلى اختبار هوشمان للمفاضلة بين نموذجي التأثيرات الثابتة والتأثيرات العشوائية.

5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالدراسة القياسية الخاصة بالمؤسسات الناشئة في قطاع الزراعة المائية

يتم عرض النتائج في العناصر الموالية:

1.5.تقدير المعلمات لنماذج البيانات الطولية

وفقا لتحليل النتائج، تم بناء ثلاثة نماذج والتي يوضحها الجدول الموالي:

الجدول 1: معلمات النماذج الثلاثة قبل الاختبارات للمتغير التابع.

المتغيرات	النموذج التجميعي	نموذج التأثيرات الثابتة	نموذج التأثيرات العشوائية
C		-10.77896	-4.130755
Task	-0.017671	1.991784	0.374995
User	-0.267919	-2.567960	-1.070313
Social	0.284932	2.200488	0.987374
Extfi	-0.147093	-0.100504	-0.217046
Intfi	-0.038119	0.366003	0.077399
Teamcapa	-0.515556	-0.476318	-0.548600
Teamexp	-0.088735	0.643445	-0.080403
Netwo	-0.598306	0.159431	-0.135150
Mouthmark	0.014587	0.168000	0.180050
Markecrea	0.519383	0.987517	0.535219
Gov	0.164261	-0.281967	0.113181
Innodens	-0.432931	-0.712972	-0.271862
Innofre	0.167601	0.695873	0.140216
Csr	1.168576	0.728491	1.282987
Finan	-0.006334	-0.408755	0.246444
Govpol	0.158640	-0.529439	0.173774
Guvsup	0.114713	-0.778077	0.068862
Edu	-0.063856	2.497521	0.195845
Reseadev	-0.144508	-0.930105	-0.116226
Cominfra	0.078605	1.189029	0.186606
Laws	0.130255	0.293513	-0.064552
Infra	0.121246	0.365676	0.197518
Habits	-0.022708	0.054673	-0.043787

المصدر: تم إعداد الجدول بناء على المعالجة الإحصائية لبرنامج **E views**.

بعد تحديد معلمات النماذج الثلاثة، لابد من تحديد النموذج الأمثل للدراسة.

2.5. اختيار النموذج الملائم للدراسة واختبار مدى صلاحيته

لاختيار النموذج الأمثل للدراسة، نعتمد على الاختبارات السالفة الذكر.

1.2.5. اختبار فيشر للمفاضلة بين نموذج الانحدار المجمع ونموذج التأثيرات الثابتة

يتم الاختيار بين نموذج الانحدار المجمع ونموذج التأثيرات الثابتة باستخدام اختبار فيشر **(F)**، حيث إنه وبعد إجراء اختبار**(F)**، نجد أن قيمة **F** المحسوبة بلغت:

$$\mathbf{F(24;27)} = \frac{(\mathbf{0.99-0.94})/\mathbf{24}}{(\mathbf{1-0.99})/\mathbf{27}} = 6.66$$

وهي قيمة أكبر من قيمة الإحصائية**(F)** المجدولة التي بلغت **1.93**عند درجة حرية **24** للبسط و**27** للمقام، وبالتالي نقبل الفرضية **H1**، أي أن نموذج التأثيرات الثابتة أفضل من نموذج الانحدار المجمع.

2.2.5. اختبار(LM) للمفاضلة بين نموذج الانحدار المجمع ونموذج التأثيرات العشوائية

للمفاضلة بين نموذج الانحدار المجمع ونموذج التأثيرات العشوائية، نستخدم اختبار مضاعف لاغرانج.

الجدول2: نتائج اختبار(LM)

Test Hypothesis			
Breusch-	**Statistic**	**D.f.**	Prob
Pagan	**546.70**	**300**	0.00

المصدر: تم إعداد الجدول بناء على المعالجة الإحصائية لبرنامج **E views**.

تشير قيم**P** لإحصائية اختبار**LM** إلى وجود قيمة معنوية تقدر ب**(0.00)**، مما يعني رفض الفرضية **H0**التي ترى أن النموذج الملائم هو نموذج الانحدار المجمع، وبالتالي يتم اختيار نموذج التأثيرات العشوائية.

حسب الاختبارين السابقين، يظهر أن النموذج الملائم هو نموذج التأثيرات العشوائية، وللتأكد من ذلك نقوم بإجراء اختبار هوشمان للمفاضلة بين نموذج التأثيرات الثابتة ونموذج التأثيرات العشوائية.

3.2.5. اختبار هوشمان للاختيار بين نموذجي التأثيرات الثابتة والتأثيرات العشوائية

يتبين من الجدول رقم(2) أن قيمة **P** الإحصائية اختبار هوشمان بلغت قيمتها 1 وهي قيمة أكبر من القيمة المعنوية 5%، وبالتالي نقبل الفرضية**H0** التي تشير إلى أن النموذج الأمثل هو نموذج التأثيرات العشوائية.

الجدول 2: اختبار هوشمان

Test Summary	Qi-Sq statistic	Qi-Sq	Prob
Cross Section Random	**0.00**	**23**	1.00

المصدر: تم إعداد الجدول بناء على المعالجة الإحصائية لبرنامج **Eviews**.

حسب الاختبارات الثلاثة السابقة، فالنموذج الملائم للدراسة هو نموذج التأثيرات العشوائية، وبغية اختبار صلاحية النموذج في اختبار فرضيات الدراسة، يتم القيام بإجراء اختبار الارتباط الذاتي للبواقي.

4.2.5. اختبار صلاحية النموذج من خلال اختبار الارتباط الذاتي للبواقي

لغرض دراسة الارتباط الذاتي للأخطاء، يتم الاعتماد على اختبار داربن واتسون، حيث بلغت قيمة الإحصائية **DW**في نموذج التأثيرات العشوائية **DW=1.84** وهي قيمة تقع في المجال **[du,4-du]** أي المجال**[1.685;2.315]**، وبالتالي يتم رفض الفرضية **H0** التي تشير إلى وجود ارتباط ذاتي بين البواقي ونقبل الفرضية**H1** ، وبالتالي لا يوجد ارتباط ذاتي بين البواقي.

3.5. تحليل نتائج تقدير معلمات نموذج التأثيرات العشوائية للمؤسسات الناشئة في قطاع الزراعة المائية

يوضح الجدول رقم 3 نتائج تقدير معلمات نموذج التأثيرات العشوائية:

الجدول 3: نتائج تقدير معلمات نموذج التأثيرات العشوائية للمتغيرات ذات دلالة إحصائية على النجاح

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 11/26/20 Time: 14:38
Sample: 2017 2019
Periods included: 3
Cross-sections included: 25
Total panel (balanced) observations: 75
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.321555	0.717896	0.447913	0.6558
TASK	-0.413539	0.187484	-2.205734	0.0311
INTERFI	-0.101270	0.030835	-3.284294	0.0017
TEAMEXP	-0.307515	0.056839	-5.410263	0.0000
MARKCREA	0.327456	0.063788	5.133522	0.0000
GOV	0.091183	0.045346	2.010818	0.0487
INNOFRE	-0.100956	0.044359	-2.275900	0.0263
CSR	0.404733	0.109677	3.690243	0.0005
GOVPOL	0.217424	0.084323	2.578463	0.0123
GOVSUP	0.945849	0.103475	9.140833	0.0000
EDU	-1.139259	0.140532	-8.106788	0.0000
RESEDEV	0.099679	0.043438	2.294751	0.0251
COMMINFRA	0.178868	0.047002	3.805523	0.0003

Effects Specification	S.D.	Rho
Cross-section random	0.000000	0.0000
Idiosyncratic random	0.190336	1.0000

Weighted Statistics

R-squared	0.762129	Mean dependent var	1.560000
Adjusted R-squared	0.716089	S.D. dependent var	0.499730
S.E. of regression	0.266272	Sum squared resid	4.395857
F-statistic	16.55378	Durbin-Watson stat	1.840189
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

المصدر: تم إعداد الجدول بناءا على المعالجة الإحصائية لبرنامج**Eviews**

يتضح من الجدول أعلاه، أن كل معلمات الجدول لها دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وأن المعنوية الكلية للنموذج مقبولة إحصائيا، وذلك من خلال إحصائية**(F)**، حيث إن:

Prob(F-statistic)=0.00

كما أن قيمة معامل تحديد نموذج التأثيرات العشوائية بلغت **0.76**، أي أن القدرة التقديرية للمتغيرات تفوق **76**%.

مما سبق، يمكن كتابة النموذج وفقا للمعادلة أدناه:

$$\mathbf{Success = 0.32 - 0.41\ Task - 010Interfi - 0.30Teamexp + 0.36Markcreation + 0.09Gov - 0.10Innofre + 0.40Csr + 0.21Govpol + 0.94Govsup - 0.13Edu + 0.09Resedev + 0.17comminfra}$$

يظهر من خلال المعادلة السابقة، أن المتغيرات المستقلة ذات أثر موجب على نجاح المؤسسة الناشئة في مجال الزراعة المائية، ويمكن ترتيبها من حيث الأثر على نجاح المؤسسات الناشئة وفقا للجدول الموالي.

الجدول رقم 4: ترتيب المتغيرات حسب الأثر الفردي المتصاعد على نجاح المؤسسات الناشئة في قطاع الزراعة المائية

المتغير	الأثر
البحث والتطوير	**0.09**
البنية التحتية التجارية	0.17
والقانونية	0.21
السياسة الحكومية	0.36
انشاء الأسواق	0.40
المسؤولية الاجتماعية	0.94
برامج الدعم الحكومي	

المصدر: تم إعداد الجدول بناء على المعالجة الإحصائية لبرنامج **Eviews**

بناء على النتائج الموضحة في الجداول السابقة، يمكن تفسير العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع للمؤسسات الناشئة الفلاحية كما يلي:

- متغير جودة النظام:

يلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عكسية بين متغير جودة النظام ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير جودة المعلومات

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جودة المعلومات ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير جودة الخدمة

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جودة الخدمة ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

يمكن تفسير عدم معنوية أو سلبية المتغيرات الممثلة لأبعاد نظام المعلومات الإداري بعدم وعي المقاولين أصحاب المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية بأهمية نظم المعلومات من جهة، أو الصعوبة التي يجدها المقاولون في استخدام النظام والتعلم منه، مما يجعله لا يوفر النتائج المرجوة، الأمر الذي يؤدي إلى أثر سلبي على نجاح المؤسسة الناشئة.

- متغير المسؤولية الاجتماعية

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين متغير المسؤولية الاجتماعية ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير الحوكمة

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين متغير الحوكمة ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير خبرة الفريق المؤسس

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عكسية بين متغير خبرة الفريق المؤسس ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير مهارات وكفاءات الفريق المؤسس

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير مهارات وكفاءات الفريق المؤسس ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

يمكن تفسير العلاقة العكسية بين خبرة الفريق المؤسس والنجاح المقاولاتي، بكون أن خبرة أعضاء الفريق المؤسس قد تكون غير كافية واحتياجات الابتكار في المؤسسة الناشئة في مجال الزراعة المائية، فأداء هاته الأخير قد يرتبط بالمعرف العلمية الحديثة أكثر. كما أن عدم التوازن في نوعية مهارات وكفاءات الفريق المؤسس قد يفسر عد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص مهارات وكفاءات الفريق المؤسس ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية.

- متغير مصادر التمويل الداخلي

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عكسية بين متغير مصادر التمويل الداخلي ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر. يمكن تفسير ذلك بعدم كفاية الموارد الداخلية للمؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية لمختلف احتياجاتها التمويلية، فالمؤسسات ذات النمو المرتفع تحتاج إلى موارد تمويلية كبيرة.

- متغير مصادر التمويل الخارجي:

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير مصادر التمويل الخارجي ونجاح المؤسسات الناشئة الفلاحية في الجزائر. يمكن تفسير هاته النتيجة بتجنب أصحاب المؤسسات

الناشئة في مجال الزراعة المائية اللجوء إلى مصادر التمويل الخارجية، نتيجة إلى المشاكل التي قد تنشا عن هذا النوع من التمويل.

- متغير شبكة العلاقات:

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير شبكة العلاقات ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير التسويق الشفهي

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التسويق الشفهي ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

يمكن تفسير عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بعدي التسويق المقاولاتي الممثلين في كل من شبكة العلاقات والتسويق الشفهي، إلى ارتفاع حجم الطلب المحلي والأجنبي على المنتجات التي تقدمها المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر، مع اعتمادها بشكل كبير على آليات تسويقية بديلة.

- متغير إنشاء الأسواق الجديدة

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين متغير إنشاء الأسواق الجديدة ونجاح المؤسسات الناشئة الفلاحية في في مجال الزراعة المائية. وهو ما يمكن إرجاعه إلى قدرة المؤسسات الناشئة الفلاحية على فتح أسواق جديدة محلية أو أجنبية، مما يكون له أثر ايجابي على تسويق منتجاتها، الأمر الذي يعزز من استدامة تنافسيتها.

- متغير درجة الابتكار

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير درجة الابتكار ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير تردد الابتكار

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عكسية بين متغير تردد الابتكار ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير التمويل الحكومي

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التمويل الحكومي ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.يمكن تفسير عدم معنوية متغير التمويل الحكومي، إلى عدم لجوء المؤسسات الناشئة الفلاحية الى هذا النوع من التمويل نظرا لحكم

الصعوبات التي قد تواجهها مثل ارتفاع تكلفته وصعوبة الحصول عليه لاعتبارات موضوعية وأخرى غير موضوعية في كثير من الأحيان.

- متغير السياسة الحكومية

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين متغير السياسة الحكومية ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير برامج الدعم الحكومي

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين متغير المسؤولية الاجتماعية ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير البحث والتطوير

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين متغير البحث والتطوير ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

- متغير البنية التحتية التجارية والقانونية

نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين متغير البنية التحتية التجارية والقانونية ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.

يمكن إرجاع الأثر الإيجابي لكل من السياسة الحكومية، الدعم الحكومي، البحث والتطوير والبنية التجارية والقانونية على النجاح المقاولاتي إلى الاهتمام الذي لقيه القطاع تاريخيا من مختلف الحكومات، والامتيازات التي تمنح للفلاحين عموما سواء من خلال التسهيلات الضريبية، تكوين الفلاحين، تعزيز التعاون بين المهندسين والفلاحين لتطبيق المعارف العلمية في القطاع أو مختلف الآليات التشجيعية الأخرى.

- متغير تعليم المقاولاتية

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير تعليم المقاولاتية ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر.يمكن تفسير ذلك بكون أن كثير من أصحاب المؤسسات الناشئة الفلاحية قد لا يكون مسارهم العلمي يتوافق وطبيعة العمل الحالي الذي يزاولونه، فالعوامل العائلية كطبيعة العمل السابق للوالدين أو الأجداد قد يكون له دور أهم.

- متغير لوائح الدخول الى السوق

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير لوائح الدخول إلى السوق ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر. يمكن إرجاع ذلك إلى عدم الديناميكية الكبيرة في الأسواق، الأمر الذي يجعل من تأثير هاته الأخيرة غير واضح خاصة في السياق الحالي.

- متغير البنية التحتية المادية

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير البنية التحتية المادية ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر. يمكن تفسير ذلك بنوعية البنية التحتية الغير ملائمة تماما على عدة مستويات بالجزائر، فباستثناء الطريق السيار شرق – غرب لم تساهم الأبعاد الأخرى في تسهيل طبيعة عمل المؤسسات الناشئة الفلاحية.

- متغير الأعراف الثقافية والاجتماعية

نلاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الأعراف الثقافية والاجتماعية ونجاح المؤسسات الناشئة في مجال الزراعة المائية في الجزائر. يمكن تفسير بكون أن العناصر الثقافية من عادات وتقاليد قد حلت مكانها ولو في جزئ بسيط عناصر الثقافة الصناعية مما يؤثر على الثقافة التسييرية للمقاولين الجزائريين في المجال الفلاحي.

6.خاتمة

لم تعرف المقاولاتية في الجزائر والمتمثلة أساسا في المؤسسات الناشئة لحد الآن ذلك الدور المنوط بها في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية وتقليص الاعتماد على قطاع المحروقات. ويتضح ذلك من خلال ضعف مساهمتها في الشغل، القيمة المضافة، الناتج الوطني الخام والتجارة الخارجية.

1.6. النتائج

تمر المؤسسة الناشئة بمجموعة من المراحل أثناء تطورها، منها مرحلة تطوير المشروع الجديد، مرحلة بدء التشغيل، مرحلة النمو، مرحلة استقرار الأعمال ومرحلة الابتكار أو التراجع. حيث تباينت آراء الباحثين حول مفهوم النجاح المقاولاتي، بين البقاء، النمو والنمو السريع.

كما توجد العديد من المتغيرات النوعية التي يمكن من خلالها قياس نجاح المؤسسات الناشئة، مثل تقييم صاحب المشروع لمدى نجاح مشروعه، البقاء، الدخول للبورصة، التدويل وغيرها.

من خلال النموذج القياسي المستخدم في الدراسة، يتضح أن هناك تباينا فيما يتعلق بطبيعة العلاقة بين مختلف المحددات المستخدمة ونجاح هذه المؤسسات.

2.6. التوصيات

إن الاقتراحات المقدمة ترتكز على معالجة هذه الإشكالية في العناصر الموالية:

- الحرص على نقل أفضل الممارسات المتعلقة بمختلف المحددات المدروسة وغيرها، وتكييفها حسب مدى وملاءمتها للسياق الوطني؛
- الاهتمام بالكفاءات المقاولاتية وتشجيعها على الإبداع؛
- التركيز على تطوير نوعية التعليم على كافة المستويات؛
- إيجاد اليات كفيلة بنقل المعارف العلمية وجعلها في متناول المؤسسات الناشئة؛
- التركيز على اقتصاد المعرفة؛
- تعزيز السلوك الأخلاقي على كافة المستويات؛
- تطوير مؤسسات التكوين في الذكاء الاصطناعي وكل ما حملته الثورة الصناعية الرابعة من تقدم تقني.

7. قائمة المراجع:

- ابتسام بن يحي. (2013). محددات التدفق التجاري الدولي في ظل البيئة الدولية الجديدة للتجارة العالمية. الجزائر: مذكرة ماجستير، قسم علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف.

- Boarn, L. (2019). Exploring the Factors Influencing the Success of UK Service Sector SMEs: An Owner/Manager ,Perspective. The University of Edinburgh.
- Davidsson, P. (2010). Small Firm Growth. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship, Vol. 6, No. 2* , 69-166.
- Dominika Dej, M. G. (2018). 'Subjective Entrepreneurial Success – Development of a Multi Dimensional Measurement Instrument. *Academy of Management* , 4.
- DonaldF.Kuratko,A.O.(2016). *Entrepreneurship: Theory/Process/Practice.*
- Hisrich, R. D. (2014). *Advanced Introduction to Entrepreneurship.* Cheltenham: Edward Elga.
- Kouame, D. S. (2012). Les Facteurs de Succès ou d'échec des Jeunes Entreprises Innovantes Françaises, selon leurs Modes de Financement et de Gouvernance.
- Sefiani, Y. (2013). Factors for Success in SMEs: A Perspective from Tangier.
- Wiklund, D. A. (2006). Successes and Failures at Research on Business Failure and Learning from It. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship* , 2-3.