مساهمة المعارف في نجاح المؤسسات الناشئة: دراسة إستكشافية في السياق الجزائري

The Contribution of Knowledge to the Success of Startups: An Exploratory Study in the Algerian Contexts

سعد الله بلواضح*[1]، بوجمعة عمرون[2]

[1]طالب دكتوراه، جامعة البويرة (الجزائر)، s.belouadah@univ-bouira.dz

[2] أستاذ محاضر أ، جامعة المسيلة (الجزائر)، Boudjemaa.amroune@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام: 2024/04/07 تاريخ القبول: 2024/06/27 تاريخ النشر: 2024/06/30

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إستكشاف المساهمة المعرفية في تحقيق نجاح المؤسسات الناشئة في السياق الجزائري، من خلال مدى إكتساب الدعائم المادية والدعائم غير المادية. تمت الدراسة الميدانية على المؤسسات الناشئة التي تحصلت على "وسم لابل". اتبعت دراستنا المنهج الكيفي الإستكشافي، تعتمد على الملاحظة المباشرة والمقابلات نصف الموجهة؛ حيث تم اختيار عينة بطريقة قصدية ومباشرة، تم التوجه إلى أربع مؤسسات ناشئة ناشطة في مختلف القطاعات (الإنتاج، الخدمات والتكنولوجيا). وتم تحليل المقابلات باستخدام تحليل بالطريقة التقليدية، وبالطريقة الحديثة بواسطة برنامج التحليل الكيفي NVIVO للتحقق من صحة مقترح الدراسة. أظهرت النتائج بأنه من الضروري إكتساب المعارف بأنواعها المختلفة وتطويرها باستمرار من أجل التمكن من إنشاء منتجات وخدمات إبتكارية تساهم في إكتساب الدعائم المادية وغير المادية التي تحقق النجاح للمؤسسات الناشئة الجزائرية محل الدراسة.

الكلمات الدالة: مساهمة، معارف؛ نجاح المؤسسات الناشئة؛ الدعائم المادية، الدعائم غير المادية.

تصنيفات JEL: D830؛ M130.

Abstract :

This study aims to explore knowledge contribution in achieving success of startups in the Algerian context, Through the extent of acquisition of material and non-material support. The field study was conducted on startups that have obtained the "Label badge". Our study adopted the qualitative exploratory approach, based on indirect observation and semi-oriented interviews. A purposive and direct sampling method, and oriented four startups active in various sectors (production, services and technology). The interviews were analyzed using the traditional method and the modern method using the NVIVO qualitative analysis program to verify the validity of the study proposal. The results showed that it is necessary to acquire knowledge of different types and develop it constantly in order to be able to create innovative products and services that contribute to acquiring the material and non-material support that achieve success for the Algerian startups under study.

Keywords: Contribution, Knowledge, Success, Startups, Material Support, Non-Material Support.

JEL Classification Codes: D830 ;M130.

* المؤلف المرسل.

مقدمة

في العقود الأخيرة شهدت المعرفة نموا ملحوظا، بحيث تم إنشاء أكثر من 90% من المعرفة العالمية في القرن العشرين، وحاليا يتضاعف حجم المعرفة كل خمس سنوات ونصف (Afrazeh, 2008)، وقد أدى هذا التطور الكبير في سياق الاقتصاد العالمي اليوم إلى قلب القواعد الاستراتيجية القديمة، وتحول المنافسة من البحث عن الموارد الطبيعية إلى الأصول الفكرية، نتيجة لذلك أصبح العصر الحالي يسمى بعصر المعرفة (Grant, 1996)، والذي يعد العامل الأبرز في الإنتاج، والمصدر الرئيسي للإنتاجية، والأساس لتوليد الريع الاقتصادي.

وعلى صعيد المؤسسات، تعتبر المعرفة موردا إستراتيجيا في السباق نحو تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في اقتصاد ديناميكي، نظرا لطبيعتها غير الملموسة، ومساهمتها غير المرئية في جميع عمليات صنع القرار والعمليات التنظيمية (Bratianu & Ruxandra, 2019)، ولذلك ترى العديد من الدراسات السابقة أن أنشطة الحصول على أصول المعرفة واستخدامها أمر بالغ الأهمية من أجل استدامة الأعمال؛ حيث يصبح هذا التصور أكثر أهمية في المؤسسات الناشئة التي تعتمد على المعرفة المكثفة في سبيل تحقيقها البقاء والنمو والاستمرارية، إضافة إلى الدور الحيوي في تحسين الأداء، والمحافظة على قدراتها التنافسية (Ritala, et al. 2018).

يعتقد العديد من الباحثين ورواد الأعمال أن المؤسسات الناشئة هي إحدى المحركات الاقتصادية المهمة في تحقيق النمو الاقتصادي المستدام، وتعد مساهماتهم الاقتصادية دافع نحو التغيير والابتكار (Foss & Nils, 2015) كونها تبحث عن نماذج أعمال مستدامة وقابلة للتوسيع، في حين تفتقر بشدة إلى الموارد مقارنة بالمؤسسات الأخرى (Blank & Dorf, 2012)؛ إضافة إلى ذلك، فهي تعمل على تعزيز التغيير الهيكلي في الاقتصاد، مما يساهم في إنشاء وتقديم منتجات وخدمات جديدة كثيفة المعرفة (Santamria & Gidumal, 2021).

وصل عدد المؤسسات الناشئة التي يتم إنشاؤها كل عام إلى رقم قياسي جديد، ومع ذلك، فإن متوسط بقاء هذه المؤسسات لا يزيد في المتوسط عن خمس سنوات (Seo & Yoo, 2019)، ويتم فقدان التأثير المحتمل للمؤسسات الناشئة بسبب قصر فترة بقائها، ولمواجهة ذلك يجب أن تكون المؤسسة قادرة على العمل في مجالات أو ظروف تتسم بدرجة عالية من عدم اليقين؛ ولذلك، فمن الأهمية أن تستخدم المؤسسات الناشئة جميع الموارد المتاحة، على الرغم من ندرتها في كثير من الأحيان، لضمان ميزة تنافسية قوية (Bergshem & Gustafsson, 2023)، وللتعامل مع فرص السوق المتغيرة، من المهم أن يكون لدى المؤسسة الناشئة معرفة كافية أو استراتيجية للحصول على المعرفة.

تعتبر المعرفة أكثر أهمية بالنسبة للمؤسسات الناشئة ذات الموارد المحدودة، وعادة ما تنشأ المعرفة التي تستند إليها المؤسسات الناشئة المبتكرة في سياق محدد، من خلال البحث والتطوير، التدريب، التعلم التجريبي والاعتماد على الذاكرة التنظيمية (Roberta, et al. 2023) والتي من خلالها يكتسب رواد الأعمال

المعلومات الهامة والخبرة السابقة والمهارات لمشروعهم الجديد (Minola, el al. 2019) بهدف تحقيق النجاح والتطور.

وفي هذا السياق، تعد المعرفة الأكثر أهمية في تحقيق نجاح للمؤسسات الناشئة، وغالبا ما ينظر إلى عملية تطوير المؤسسات الناشئة على أنها نمو المبيعات، زيادة الإيرادات، الربح والعائد على الاستثمار (Steffens, el al. 2009; Brandstätter, 2011)، والمؤسسة الناشئة الأكثر تطورا هي تلك التي تتمتع بأعلى درجة في إستخدام المعرفة (Oliva & Kotabe, 2019)؛ حيث إذا أرادت المؤسسة زيادة قيمتها، فعليها بإنشاء المعارف الجديدة باستمرار يتجسد في مهارات وكفاءات موظفيها (Martinsons, el al. 2017).

ويعد فهم العوامل التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة هو موضع إهتمام المجتمع العلمي والممارسين على حد السواء؛ ومع ذلك، لا يوجد حاليا إجماع في الأدبيات حول كيفية تحديد نجاح المؤسسة الناشئة، إلى أن كثيرا من الدراسات في الآونة الأخيرة توصلت إلى وجود إرتباط قوي وإيجابي بين المعارف ونجاح المؤسسات الناشئة على سبيل المثال أنظر (Al Sahaf, 2021; Battisti, el al. 2022).

إستنادا إلى مراجعة الأدبيات تبين أن هناك قصورا في الدراسات الخاصة بالمعارف ونجاح المؤسسات الناشئة خاصة في البيئة العربية، ومن هنا تأتي هذه الدراسة لمعالجة بعض الفجوات في بحوث المعارف ونجاح المؤسسات الناشئة؛ حيث بناءً على هذه الاعتبارات، تعمل هذه الدراسة على سد هذه الفجوة، وعلى وجه التحديد، إستنادا إلى افتراض أن المعرفة تمثل عنصرا رئيسيا في تحقيق نجاح للمؤسسات الناشئة على سبيل المثال أنظر (بلواضح، 2021). وعلى ضوء ما تقدم، تطرح هذه الدراسة سؤال البحث التالي:

كيف تساهم المعارف في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال بعدي الدعم المادي والدعم غير المادي؟

ومن أجل الإجابة على إشكالية الدراسة، وفي سياق المناقشة أعلاه، تهدف هذه الدراسة إلى مراجعة الأدبيات السابقة للموضوع المعارف ونجاح المؤسسات الناشئة من أجل توفير المزيد من الفهم والمعرفة للقارئ بالنظريات الموجودة في هذا المجال، كما تشمل الدراسة أيضا عرض الأبحاث التجريبية التي تناولت العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات الناشئة، وأخيرا الوقوف على مدى مساهمة المعارف في نجاح المؤسسات الناشئة محل الدراسة، وتقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات، وكذا فتح آفاق للباحثين لتغطية قصور الدراسة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة من خلال أنها تعالج أحد المواضيع الهامة التي اهتمت بها الحكومة الجزائرية خلال أربع سنوات الأخيرة، وذلك من خلال التطرق إلى أهمية المعارف ذات الطبيعة المتنوعة، ومدى مساهمتها في تحقيق نجاح المؤسسات الناشئة من خلال إكتسابها الدعائم المادية والدعائم غير المادية.

المحور الأول: مراجعة أدبيات الدراسة

يستكشف المحور الأول من الدراسة الأطر النظرية الخاصة بالمعارف ونجاح المؤسسات الناشئة، يتم ذلك من خلال مسح الأدبيات من أجل صياغة مقترحات الدراسة، إعداد النموذج النظري والخريطة الذهنية.

الفرع الأول: الطبيعة المتنوعة لمفهوم المعارف

قدمت مراجعة الأدبيات العديد من التعريفات المختلفة ووجهات النظر حول "المعارف" بسبب طبيعتها الفلسفية والغامضة؛ حيث يرى الباحث (Kornblith, 2002) أن المعارف تقسم إلى جانبين فلسفيين مختلفين، إحداهما المعارف الطبيعية، ويقصد بأنها معرفة غريزية تتألف من مزيج من البيئة والخبرات السابقة للفرد بدون أي تفكير أو فهم شخصي، والأخرى المعارف البشرية، التي تعتمد على المعرفة العاكسة التي تتيح القدرة على فهم الصورة الأوسع وجمع جميع المعلومات المكتسبة (Sosa, 1991)؛ أي بمعنى آخر، تتضمن الخبرات الشخصية للأفراد، وتأثير العوامل البيئية، والفهم التفاعلي لتلك الخبرات (Koskinen & Pihlanto, 2008).

وعند التكلم عن النوع الآخر من المعارف، خاصة في جانبها المؤسسي، فيمكن وصفها بأنها تلك المعارف المؤسسية التي تتضمن المزيج المرن من الخبرات التأطيرية، القيم، المعلومات السياقية ورؤية الخبراء، والتي توفر إطارا لتقييم ودمج الخبرات والمعلومات الجديدة، ويتم تكوينها وتطبيقها في عقول الأشخاص المطلعين في المؤسسات، وغالبا ما تتضمن ليس فقط المستندات ومستودعات المعرفة، ولكن أيضا الروتين التنظيمي والعمليات والممارسات والمعايير، وبالتالي، تمثل المعارف في المؤسسات موردا ديناميكيا يتراكم ويتحسن مع مرور الوقت (Davenport & Prusak, 1998).

تكتسب المعارف أهمية استراتيجية للمؤسسات مثل أي أصول أخرى ذات قيمة مضافة، ويجب أن تدار بعناية، وفي هذه المرحلة، يجب تحديد نطاق المعرفة بوضوح من قبل المؤسسات لإدارتها بشكل أكثر فعالية، هذا لأن أفضل طريقة لإدارة المعرفة تعتمد على ما تعنيه المعرفة للمؤسسة (Nickols, 2000; McIver, et al. 2013). كما يعد (Polanyi, 1958) الباحث الأول الذي تميز بفهمه لطبيعة المتنوعة لمعارف البشرية، وميزها عن بعضها البعض (ضمنيا مقابل ضمني) في تاريخ تسيير المعارف، والتي فتحت حججه أبوابا جديدة للأفكار حول أنواع المعارف، والذي يرى أن المعارف الضمنية التي يكتسبها الفرد تكون بشكل غير واع وغير مباشر من خلال الخبرات والحواس، ولا يمكن التعبير عنها بوضوح بالكلمات أو القواعد المعرفية.

اتبع بعض العلماء مقاربة تكاملية تجاه الطبيعة المتنوعة للمعارف، على سبيل المثال، يدعي (Tsoukas, 1996) أن المعارف الضمنية هي العنصر الأساسي لجميع أنواع المعرفة، في حين يجادل بعض الباحثين الآخرين، بما في ذلك (Brown & Duguid, 1998) بأن هناك خطأ بين المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة لأن المعرفة تتعلق أكثر بالقدرة أثناء الممارسة؛ حيث ومع ذلك، فقد اتفقوا جميعا على أهمية جميع أنواع المعرفة والانتقال من المعرفة الضمنية إلى المعرفة الواضحة لأنها إحدى العمليات الرئيسية لإدارة المعرفة في المؤسسات (Lindner & Wald, 2011).

يصف (Nickols, 2000) في مقالته المعرفة بطريقة أكثر تفصيلا ويقسمها إلى ست مجموعات فرعية مختلفة: معرفة ضمنية، معرفة صريحة، معرفة ضمنية متضمنة، معرفة تصريحية، معرفة إجرائية ومعرفة استراتيجية. وأما (Alberti & Pizzurno, 2017) يرى أن المعرفة مفهوم واسع يشمل أنواعا مختلفة مثل:

المعرفة التكنولوجية، معرفة السوق، المعرفة الإدارية، المعرفة الخاصة بالصناعة، المعرفة المالية والمعرفة المؤسسية.

الفرع الثاني: مفهوم المؤسسات الناشئة

تتميز المؤسسة الناشئة عن غيرها من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في درجة ابتكاراتها العالية (بالنسبة للتكنولوجيا، العمليات الداخلية، نماذج الأعمال وغيرها)، وقدرتها على اختراق الأسواق العالمية عبر الإنترنت، والوصول إلى مصادر التمويل الجديدة؛ حيث تسمح لها بالنمو بشكل أسرع من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (Aulet, 2013).

في البداية، تواجه العديد من المؤسسات الناشئة ما يسمى بمرحلة "وادي الموت" (Hudson & Hanan, 2013)، وهي مرحلة البدء التي يجب على المؤسسات خلالها إطلاق منتجاتها وتكييفها مع السوق والحصول على دخل وأرباح منتظمة للحفاظ على إستمراريتها، مما يؤدي في كثير من الأحيان إلى انخفاض معدل "النجاح" أو البقاء على قيد الحياة للمؤسسات الناشئة (Hyytinen, el al. 2015). ومع ذلك، عندما تتجاوز المؤسسة الناشئة تلك المرحلة، ينبغي أن تشهد نموا متسارعا في الأرباح والحجم، على عكس الأداء الخطي الذي يميز عادة تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل عام؛ بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الخاصية المميزة للنمو المتسارع هي التي تشير إلى نجاح المؤسسات الناشئة.

يرى (Ault, 2013) إلى أن النمو يرتبط بالربح، التدفق النقدي وعدد الموظفين، ومع مرور الوقت يصبح وظيفة أسية للمؤسسات الناشئة مقابل وظيفة خطية للمؤسسات الأخرى. ومع ذلك، لماذا تنجو بعض المؤسسات الناشئة وتحقق النجاح في حين تفشل الأخرى؟ إذ يجب التعامل مع كيفية تحديد النجاح التي تفهم في كل من البقاء والنمو.

الفرع الثالث: نجاح المؤسسات الناشئة

توجد في الأدبيات العديد من الدراسات التي تتناول مفهوم نجاح المؤسسات الناشئة، ومن الأمور التي يجب مراعاتها في هذا السياق، أن للنجاح أبعادا متعددة ومقاربات نظرية وسياقات تجريبية مختلفة، ومع ذلك لا يوجد قاسم مشترك أو ما يفهم على أنه نجاح لهذه المؤسسات الناشئة؛ حيث يختلف مفهوم النجاح وتفسيره بين الباحثين، بالإضافة إلى ذلك، لا توجد نماذج شاملة تأخذ جميع العوامل التي تجعل المؤسسة الناشئة ناجحة، وإن وجدت فهي تميل إلى أن تكون مراجعة للأدبيات دون التحقق التجريبي (Santisteban & Mauricio, 2017).

ينظر (Gelderen, et al. 2005) بأن ولادة المؤسسة الناشئة هو أولا نجاح لها، ولكن غالبا ما يرتبط النجاح بمفاهيم مثل: النمو، الإيرادات، الربح، العائد على الاستثمار، الإنتاجية وعدد الموظفين (Brandstätter, 2011). ومن الجوانب الشائعة الأخرى للنجاح نمو المبيعات وعمر المؤسسة (Steffens, et al. 2009).

في كثير من الحالات، فإن النظر في العوامل الكمية أو المالية فقط يعطي قليلا عن الواقع الاقتصادي للمؤسسة، ولا يمكن اعتبارها مقياسا لنجاح المؤسسة (Kiviluoto, 2013)؛ إذ يجب التعامل مع تعقيد

النجاح من خلال نظرة أكثر شمولية، مع الأخذ في الاعتبار المؤسسة ككل معقدة ومترابطة، مما أدى بالأدبيات الأكاديمية إلى تحليل أوسع يهدف إلى تحديد عوامل نجاح المؤسسات الناشئة.

يمثل الفهم الأفضل للعوامل التي تساهم في نجاح المؤسسات الناشئة بملاحظة ثلاثة جوانب: الأول، وهو الأكثر كلاسيكية، يركز على شخصية رائد الأعمال ويحلل ملف تعريفه، وأما الجانب الثاني، يركز على استراتيجية المؤسسة وخصائصها، من خلال تحليل الاستراتيجية التي يختارها رائد الأعمال للمؤسسة ونوعها على وجه التحديد، وكذا بشكل أقل على سمات رائد الأعمال (كيف يكون رائد الأعمال) وأكثر على سلوكياتهم (كيف يفعلون الأشياء)، لذلك تتم دراسة مواقفهم وقدراتهم، بالإضافة إلى خبرتهم بعناية، لأنها تؤثر بشكل مباشر على سير تنفيذ إستراتيجية المؤسسة. وأما بالنسبة للجانب الثالث والأخير فإنه يتعلق بالتأثير الذي قد يكون للبيئة على تطور المؤسسة، والذي يتكون من عوامل رئيسية مثل: توافر رأس المال، الموارد البشرية المؤهلة والبنية التحتية (Santamria & Gidumal, 2021).

قام (بلواضح، 2021) بمراجعة ممنهجة لأدبيات الذي ذكرت العديد من العوامل التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة في مختلف السياقات الأكاديمية والتجريبية، على سبيل مثال: الاستراتيجيات والسوق (Kakati, 2003) قدرات الفريق الأساسي (Chorev & Anderson, 2006) البيئة، الموارد (Kessler, 2007) الدعم (Song, et al. 2008) الابتكار (Groenewegen & de Langen, 2012) التمويل، الشبكات (Pohlen, 2019)النظام البيئي (Godoi, et al. 2019) ثقافة ريادة الأعمال، الدعم الحكومي (Mantero & Cardoso, 2020) المعرفة والمهارات (Rivera-Kempis et al. 2021).

وفي الأخير، نقول إنه لا يوجد حاليا إجماع في الأدبيات حول كيفية تحديد عوامل التي تساهم في نجاح المؤسسات الناشئة، نظرا لأن فهم العوامل التي تؤثر على نجاحها هو موضع إهتمام المجتمع العلمي والممارسين على حد السواء.

الفرع الرابع: العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة

تم ذكر العديد من العوامل في الدراسات التجريبية التي تشرح عوامل نجاح المؤسسات الناشئة، حيث يرى (Lussier & Corman, 1996) أن الاستعانة بالمستشارين، والقيام بالتخطيط والتعليم له تأثير كبير على نجاح المؤسسة الناشئة؛ وأما (Kakati, 2003) يشير إلى أن جودة رواد الأعمال، والقدرة القائمة على الموارد والإستراتيجيات التنافسية هي المحددات الحاسمة لنجاح المؤسسة الناشئة مقارنة بخصائص المنتج، السوق والمعايير المالية.

توصل (Gelderen, et al. 2005) إلى أن التركيبة السكانية الفردية، رأس المال البشري، التحفيز، العملية، البيئة المالية، الشبكات، البيئية والتنظيم المقصود هي عوامل النجاح في مرحلة ما قبل إنشاء المؤسسة الناشئة؛ كما يؤكد (Chorev & Anderson, 2006) بأن إتجاهات وقدرات الفريق الأساسي لها أهمية قصوى في نجاح المؤسسات الناشئة.

خلص (Kessler, 2007) بأن مزيج من خصائص المؤسس، البيئة، الموارد، عملية التطوير واتخاذ القرار هي عوامل نجاح المؤسسات الناشئة في النمسا والجمهورية التشيك؛ كما (Song, et al. 2008) يصف بأن

السوق والفرص، فريق ريادة الأعمال، الموارد والدعم هي عوامل النجاح في المشاريع الجديدة؛ في حين توصل (Groenewegen & de Langen, 2012) إلى أن العوامل الأكثر أهمية لنجاح المؤسسات الناشئة هي الابتكار، خصائص المؤسسات الناشئة وخصائص رائد الأعمال.

يتجه (Silva, 2016) في بحثه عن العوامل المحددة التي تؤثر على المؤسسات البرتغالية الناشئة بأنها موجودة في خصائص المؤسسين والمؤسسات الناشئة، رأس المال والأسواق الخارجية؛ ويتطرق (Silva Jorge, 2016) في تحديد أهم العوامل الحرجة التي أثرت في نجاح المؤسسات الناشئة في سريلانكا متمثلة في فريق المؤسس، الإبتكار، البحث والتطوير، الصناعة والسوق، الموارد والحكومة.

يدل (Sara, 2017) البحث عن عوامل نجاح المؤسسات الناشئة في ثلاث عوامل: المتعلقة بالمؤسس، الاستراتيجية والموارد؛ بينما قسم (Reis Carolina, 2017) عوامل النجاح ومؤشرات الأداء لمؤسسات الرعاية الصحية الناشئة إلى عوامل المرتبطة بخصائص السياق، رائد الأعمال وخصائص العمل؛ كما تظهر الدراسة أن هناك خمسة عوامل نجاح حاسمة للمؤسسات الناشئة التايلاندية متمثلة في شريك الدعم، نموذج العمل، فرصة السوق، منظور العميل وإمكانات المؤسسة الناشئة (Nalintippayawong, et al. 2018).

اعتمدت دراسة (Kim, et al. 2018) على إجراء تحليل لعوامل نجاح المؤسسات الناشئة الطلابية في كوريا، وتتلخص في نموذج العمل، سمات المؤسسين، الموارد، وأنظمة الدعم المختلفة لدعم مؤسسي المؤسسات الناشئة؛ وبينما استكشفت دراسة (Chen, et al. 2019) عوامل النجاح الرئيسية للمؤسسات الناشئة عالية التقنية متمثلة في كفاءات الإنتاج، كفاءات الابتكار، البحث والتطوير، الكفاءات التنظيمية وبيئة الصناعة.

درست (Pohlen, 2019) ديناميكيات المؤسسات الناشئة في أوروبا، وخاصة في بلجيكا، واستندت الإجابة على أن قدرة التمويل، الجوانب الإدارية، النظام الضريبي، الموقع - البنية التحتية، التوظيف، الشبكات، احتياجات السوق - الابتكار - القطاعات هي عوامل متعلقة بالعوامل الحاسمة لنجاح المؤسسات الناشئة؛ في حين تبرز دراسة (Godoi, et al. 2019) تحليل عوامل نجاح المؤسسات الناشئة في مجال البرمجيات من منظور ريادة الأعمال، ومتمثلة في: المؤسسة، رائد الأعمال، النظام البيئي.

هدفت دراسة (Luc, et al. 2020) في بناء نموذج لتقييم نجاح المؤسسات الناشئة في مقاطعة كوانغ بينه بفيتنام، ووجدت أن هناك ستة عوامل تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة: خبرة المؤسس، البيئة الخارجية، بيئة الأعمال، شبكات المؤسس، المنتجات والموارد؛ كما حددت دراسة (Pasayat, et al. 2020) عشر فئات النجاح في نهجها التحليلي التلوي: السوق وفرصة المؤسسة الناشئة، تجربة فريق المشروع، الموارد المالية، عوامل رأس المال الاستثماري، البيئة الخارجية، العوامل المتعلقة بالمشروع، خصائص رائد الأعمال، قدرات الموارد البشرية، مقاييس الأداء (وسائل التواصل الاجتماعي التحليلات والأرباح)، وأخيرا عوامل التمويل أو الاقتصادية. وتركز العوامل التي تؤدي إلى نجاح المؤسسات الناشئة في مجموعة Visegrad على الاستثمار، مهارات إدارة الأعمال، التعليم، روح ريادة الأعمال والدعم الحكومي (Mantero & Cardoso, 2020).

تم ربط عوامل النجاح بمبالغ معينة من حجم الأعمال (أكثر من 100.000 يورو)، وكذلك بتفاني المؤسسين، قدرتهم التجارية، عمر المؤسسة، عدد الموظفين، ووجود شركاء مروجون في المؤسسة، والمهارات التكنولوجية للشركاء المروجين وقدرة المؤسسة الناشئة على تجاوز نقطة التعادل (Díaz-Santamaría & Jacques, 2021)؛ كما أوضحت دراسة (Santamria & Gidumal, 2021) التقدير الإقتصادي القياسي للعوامل التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة متمثلة في: خصائص رواد الأعمال، إستراتيجيات المؤسسات الناشئة، وتأثير البيئة على المؤسسات الناشئة.

يذهب (Rivera-Kempis et al. 2021) أبعد من ذلك من خلال سرد 20 سمة مهمة للنجاح، والتي يتم دمجها أيضا في ثلاثة أبعاد: المعرفة، المهارات، المواقف والقيم؛ ويظهر (Javier, et al. 2022) أن أهم متغير للتنبؤ بنجاح أي مؤسسة ناشئة هو الفكرة، تليها قيادة الرئيس التنفيذي، نموذج العمل، نهج التسويق وفريق ريادة الأعمال. وفي هذه الورقة، نأخذ الدعم المادي والدعم غير المادي كنقطة انطلاق لتحديد عوامل نجاح المؤسسات الناشئة في ظل السياق الجزائري من أجل صياغة مقترحات الدراسة.

الفرع الخامس: صياغة مقترح الدراسة

ساهمت الدراسات التي أجراها (Grant, 1996; Spender, 1996) في صياغة المقاربة المستندة على المعرفة التي تؤكد أن المعارف أهم مورد إستراتيجي متجدد للمؤسسة (Grant, 1996)، ومصدر هام لتحقيق الثروة، ومفتاح نجاح المؤسسة في الحفاظ على قدراتها التنافسية في بيئة الأعمال سريعة التغير (طرفة، 2019).

يجادل بعض الباحثين بأن المقاربة المستندة على المعارف (KBV) هي ثمرة المقاربة المستندة على الموارد (RBV)، حيث يتم توسيع مفهوم الموارد ليشمل الأصول غير الملموسة، وخاصة الموارد المعرفية (Barney, 1991; Grant, 1996)؛ ومع ذلك، يجادل آخرون في أنه يجب التعامل مع المعرفة على أنها عملية بناء اجتماعي مستمر وليس كمورد (Spender, 1996)، في حين تعتبر موارد معرفية هامة ومحورية لضمان استدامة المزايا التنافسية، إذ يجب أن تكون قيمتها عالية، نادرة، غير قابلة للتبديل أو تقليد (Barney, 1991)؛ وهذا نظرا لتحول المنافسة من البحث عن الموارد الطبيعية إلى الموارد المعرفية وفق المقاربة المستندة على المعرفة للمؤسسة (Spender, 1996)، التي تعتبر المعرفة أساسية للبقاء وكانت دائما رصيدا مهما للأفراد (Davenport & Prusak, 1998)، وبالتالي للمؤسسات الناشئة.

يشير (Martinsons, et al. 2017) إلى أن المعارف تعتبر موردا حاسما للمؤسسات، وأن إدارتها بفعالية هي مفتاح نجاح المؤسسات التي ترغب في تعزيز إنتاجية موظفيها؛ حيث إذا أرادت المؤسسة زيادة قيمتها، فعليها إنشاء معرفة تنظيمية جديدة تتجسد في مهارات وكفاءات الموظفين، كما هو الحال في البيئة المتغيرة والسريعة النمو، فإن المؤسسات الناجحة هي تلك التي تخلق باستمرار معرفة جديدة وتنشرها من خلال التنظيم وتتجسد بسرعة في شكل منتجات مبتكرة (Rađenović & Krstić, 2017).

تعتمد المؤسسات الناشئة على مصادر المعرفة المختلفة، وتستخدم آليات مختلفة عند الإستفادة منها في تحقيق الإبتكار (Guckenbiehl, et al. 2021)، حيث يعد إكتساب المعرفة فرصة جديدة للأعمال ويعزز

قدرة المؤسسات الناشئة على استغلال هذه الفرص بسبب الغموض وصعوبة تقليد مصادرها (Grant, 1996)، كما يشكل تراكم المعرفة قوة دافعة في تطوير المؤسسات الناشئة (Manuela, et al. 2011)؛ حيث عند زيادة رصيدها بشكل متراكم بمثابة آلية تساعد على تحقيق نجاح للمؤسسات الناشئة وزيادة معدلات بقائها (Centobelli, et al. 2017).

توصلت دراسة (Dirk De & Pia, 2006) إلى أن العوامل القائمة على المعرفة لدى الأفراد الموجودين في بلجيكا وفنلندا لها بالفعل تأثير قوي على إنخراط في نشاط المؤسسات الناشئة؛ بينما يدعم المؤلفون (Acs, et al. 2008) الأطروحة القائلة بأن المؤسسات الناشئة تبني أنشطتها الريادية على تطبيق المعرفة من أجل تحقيق الابتكار الإضافي وتحسين المنتجات؛ حيث أثبتوا أن المؤسسات الناشئة القائمة على المعرفة الأكثر كفاءة وفعالية، هي التي تمتلك عمليات إنشاء المعرفة المستمرة تسمح للمؤسسات الناشئة باغتنام الفرص التكنولوجية الجديدة.

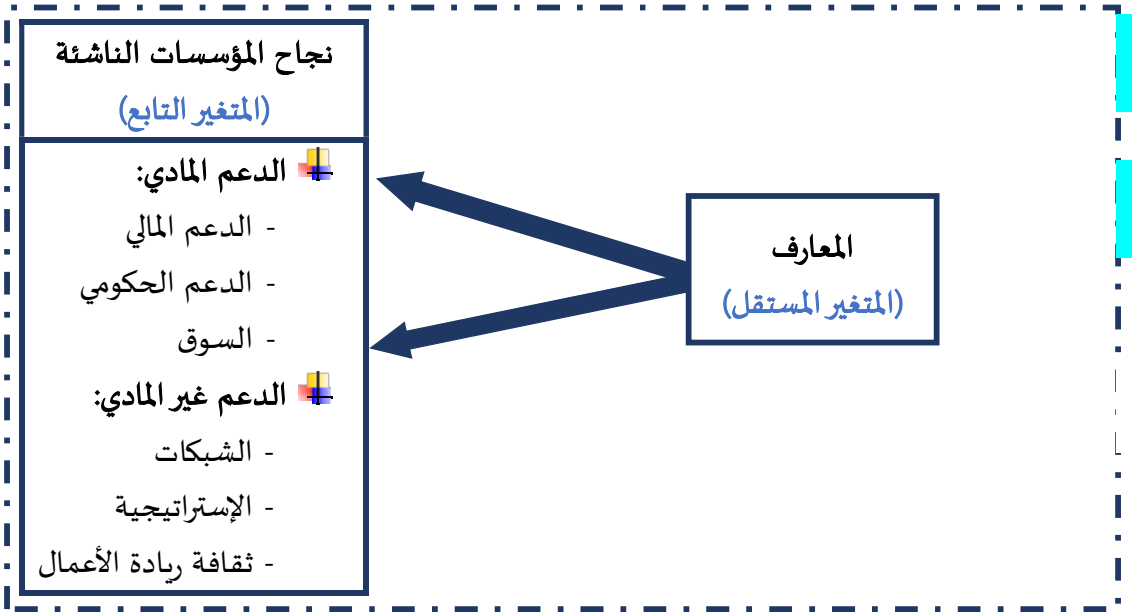
يرى (Oliva & Kotabe, 2019) أن المعرفة في المؤسسات الناشئة أداة إدارية قوية، والمؤسسة الناشئة الأكثر تطورا هي تلك التي تتمتع بأعلى درجة في إستخدام المعرفة؛ بينما تؤكد نتائج البحث التي أجراها (Al Sahaf, 2021) على أن المعرفة تؤثر إيجابا في نجاح المؤسسات الناشئة البحرينية، وهذا ما يتوافق مع نتائج دراسة (Battisti, et al. 2022) التي تثبت أن المؤسسات الناشئة الإيطالية تتطلب ممارسات معرفية مختلفة، إذ يجب عليها إستخدام المعرفة المتاحة بشكل فعال لتحسين أدائها وإكتساب ميزة تنافسية.

وعليه تم اعتماد على مجموعة من الدراسات السابقة لإستخراج أو لصياغة المقترح (Proposition) الأول، تم إكتشاف ثغرة ميزت بحثنا عن هذه الدراسات السابقة، وتتمثل في أن ندرج المعارف له مساهمة في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الدعم المادي وغير المادي، ولهذا بالاعتماد على مقاربة المستندة على المعارف تم صياغة لصياغة المقترح (Proposition) الأول، في هذا السياق، فإننا نطور فرضيتنا التالية حول حالة المؤسسات الناشئة الجزائرية على نحو التالي:

المقترح: توجد مساهمة معتبرة للمعارف في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال بعدي الدعم المادي والدعم غير المادي: حالة المؤسسات الناشئة الجزائرية.

للتحقق من مقترح الدراسة، نود معرفة العلاقة الإرتباطية بين متغير المعارف مقابل متغيرات نجاح المؤسسات الناشئة الذي يقاس خلال الدعم المادي والدعم غير المادي، وما إذا كانت هناك مساهمة معتبرة للمعارف في نجاح المؤسسات الناشئة: حالة الجزائر. لذلك، يتم تقديم تفاصيل أكثر في التمثيل البياني لنموذج النظري لهذه الدراسة (أنظر الشكل رقم 01)، والخريطة الذهنية للدراسة النظرية (أنظر الشكل رقم 02).

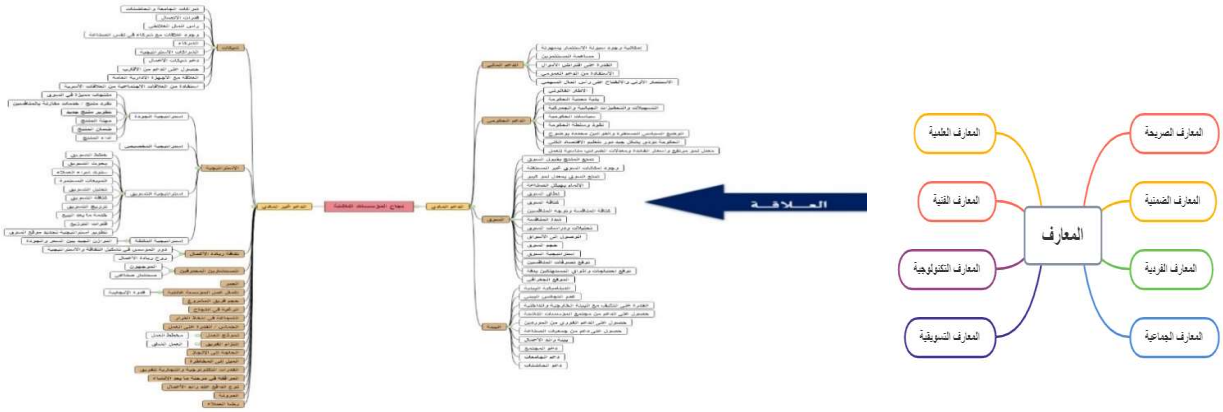
الشكل رقم (01): يمثل نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين إستنادا إلى دراسة **(بلواضح، 2021)**.

يتضح من نموذج الدراسة أعلاه، أنه يتشكل من بنيتين أساسيتين وهما: **المعارف** كمتغير مستقل، **نجاح المؤسسات الناشئة** كمتغير تابع؛ حيث لقياس هذه الأخيرة، تم تحديد الدعم المادي والدعم غير المادي كمؤشرين لذلك، من خلال الأبعاد التالية: الدعم المالي، الدعم الحكومي، السوق، الشبكات، الإستراتيجيات وثقافة ريادة الأعمال، والتي ستكون في الإطار الميداني للدراسة، على غير أبعاد أخرى موضحة في الشكل الخريطة الذهنية للدراسة النظرية (أنظر الشكل الرقم 02)؛ حيث دفع الإفتقار إلى مثل هذه الدراسات في الجزائر، إلى محاولة توضيح مساهمة المعارف في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الدعم المادي والدعم غير المادي وتبيان العلاقة بينهما: حالة المؤسسات الناشئة الجزائرية.

الشكل رقم (02): تمثل الخريطة الذهنية للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على برنامج X- Mind.

يوضح الشكل أعلاه، الخريطة الذهنية للدراسة التي تتناول مختلف الأبعاد النظرية والعملية الشاملة لمتغيرات الدراسة المستقلة ممثلة في: **المعارف**، ومتغيرات الدراسة التابعة ممثلة في: **نجاح المؤسسات الناشئة**. ولقد تم تكوينه بناءً على الخلفية النظرية ومراجعة الأدبيات السابقة.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية

في المحور الثاني من الدراسة الميدانية سيتم شرح طرق البحث وأدوات التحليل، وكذا تحليل علاقة المعارف مع نجاح المؤسسات الناشئة الجزائرية من خلال تقنية التحليل التقليدي للمقابلات والإستعانة ببرنامج التحليل الكيفي NVIVO، وأخيرا، سيتم تقديم تفسير النتائج ومناقشتها.

الفرع الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يندرج تحت الإطار المنهجي للدراسة، التطرق في البداية إلى المنهج والأسلوب التي اتبعته الدراسة، وإلى المجتمع المستهدف، مع عرض العينة التي تم اختيارها في شكل جدول، وأيضا تحديد ماهي الأدوات التي ستخدم من أجل جمع وتحليل البيانات الميدانية بهدف التأكد من صحة أو نفي مقترحات الدراسة.

1- منهج الدراسة:

في كل دراسة يتم اعتماد على مسار علمي ممنهج في مواضع مختلفة من البحث، ودراستنا هذه انتهجت المنهج الكيفي الإستكشافي بهدف معرفة كافة الجوانب بشكل عميق لإشكالية الدراسة، والمتمثلة في إمكانية نجاح المؤسسات الناشئة بمساهمة معارف رأسمالها البشري، كما تم الإستخدام أسلوب دراسة حالة كيفية الذي يتناسب مع طبيعة الدراسة.

2- المجتمع والعينة:

اختارت دراستنا استهداف المؤسسات الناشئة في الجزائر، والتي تمتلك شهادة "وسم لابل" كمجتمع قابل للدراسة، ومنه نختار عينة التي نريد دراستها؛ حيث بطريقة قصدية ومباشرة تم التوجه إلى أربع مؤسسات ناشئة كل منها ناشطة في قطاع مختلف (الإنتاج، الخدمات، التكنولوجيا)، وذلك من أجل الغوص في تجاربهم الميدانية بخصوص خلق مؤسسات ناشئة، والسيرورة العملية التي تم مرور منها، وأخيرا مدى مساهمة المعارف التي يمتلكونها في تحقيق النجاح. والجدول الموالي يمثل عرض عينة المؤسسات الناشئة الجزائرية ميدان الدراسة:

الجدول رقم (01): يوضح عدد العينة المختارة للدراسة

المؤسسة	سنة تأسيس	الشكل القانوني	مجال النشاط
Sarl Vision Intek	تأسست سنة 2020	SPA	تركيبات كهربائية صناعية
Golden Corp	تأسست سنة 2017	SARL	تطبيق دروس الدعم للتلاميذ
Otleb Tech	تأسست سنة 2020	SARL	منصة التجارة الإلكترونية
Fatoura	تأسست سنة 2019	SARL	تطبيق فوترة المعاملات

المصدر: من إعداد الباحثين.

3- أدوات جمع البيانات:

في دراستنا تم اعتماد على مجموعة من أدوات جمع كافة البيانات والمعلومات الضرورية من ميدان الدراسة وفق ما يتوافق مع طبيعة البحوث الكيفية، وذلك بهدف إثبات أو نفي مقترح الدراسة، ونذكر هذه الأدوات كالتالي: أولا، تم إستخدام الملاحظة المباشرة، وذلك من خلال تنقل إلى عين المكان وتحادث مع خبراء الدراسة، وأخذ ورد في تفاصيل مؤسساتهم الناشئة؛ وثانيا، ركزت الدراسة كذلك من أجل التعمق في فهم كيفية مساهمة المعارف في تحقيق نجاح كل مؤسسة ناشئة على حدا، وذلك من خلال إجراء مقابلات نصف موجهة سواء أثناء مكان تواجد الخبير أو بالهاتف أو تطبيق زوم، وفق دليل المقابلة الذي تم تحديد فيه أسئلة مسبقا.

4- أدوات تحليل البيانات:

بهدف تحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها من ميدان الدراسة، استخدمت دراستنا مجموعة من الأدوات التحليلية التي تتوافق مع البحوث الكيفية، منها التقليدية ومنها الحديثة، وذلك من أجل اختبار مقترح الدراسة والتوصل إلى مساهمات أكاديمية وميدانية؛ حيث في البداية تم اعتماد على طريقة تحليل المقابلات في شكلها التقليدي، من أجل عرض أجوبة الخبراء في جدول، واستخراج أوجه التشابه واختلاف حسب إجابة عن كل سؤال يتعلق بمساهمة المعارف في نجاح المؤسسات الناشئة، وهذا ما يعطي رؤية كاملة الجوانب حول إشكالية الدراسة، وأما لاحقا، من أجل إعطاء أقاويل الخبراء أرقاما ورموزا واشكالا وصورا ومخططات بيانية يمكن من خلالها التقييم، تم إستخدام أحداث البرامج التي تختص بالبحوث الكيفية وتساعد على التحليل، برنامج NVIVO، الذي يعمل على معرفة درجة ارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع باستخدام معامل بيرسون، وكذا تكوين عقد بين هذه المغيرات مع إدراج مختف أبعاد ضمن العقد، ومنه ربطها بمقترح الدراسة. ويستخدم في هذه العملية أربع مقاربات: المقاربة المعجمية، المقاربة اللغوية، المقاربة الموضوعية ومقاربة الخرائط المعرفية. كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (02): ربط بمقترح الدراسة بالعقد

المقترح	العقد
توجد مساهمة معتبرة للمعارف في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال بعدي الدعم المادي والدعم غير المادي: حالة المؤسسات الناشئة الجزائرية.	عقدة المعارف مع عقدة نجاح المؤسسات الناشئة (الدعم المادي، الدعم غير المادي).

المصدر: من إعداد الباحثين.

الفرع الثاني: النتائج ومناقشتها

بهدف مناقشة النتائج المتوصل إليها، تقوم دراستنا أولا بتبيان استنتاجات المتعلقة بمقارنة بين أجوبة الخبراء وفق حصيلة إستخدام الطريقة التقليدية لعملية التحليل الكيفي للمقابلات كل على حدا، ومنه يتم جمع أجوبة مع بعضها من أجل اختبار مقترح الدراسة؛ وثانيا، نستعين بنتائج السابقة الذكر، في إدراجها ضمن برنامج NVIVO، وفق المقاربة المعجمية، المقاربة اللغوية، المقاربة الموضوعية ومقاربة الخرائط

المعرفية. وأخيرا، تجميع كافة النتائج والبدء في مناقشتها وفق ما توصلت إليه الدراسات السابقة، ومعرفة النقاط ودرجة ارتباط ما بينهم، والذي يساعد على دحض المقاربة المعتمدة في تدعيم مقترح الدراسة أو تأكد على صحة وجاهتها، ومنه قبول مقترح الدراسة؛ كما أيضا تساعد على تقديم حلول وتوصيات لأصحاب المؤسسات الناشئة محل الدراسة، وكذا فتح آفاقا للباحثين في تغطية قصور الدراسة.

1- عرض نتائج التحليل التقليدي للمقابلات:

من خلال القيام بالعديد من المقابلات شبه الموجهة مع أصحاب المؤسسات الناشئة محل الدراسة، بغرض إعطاء صورة شاملة حول وجهات نظرهم وتوجهاتهم بخصوص المساهمة المعرفية لمؤسساتهم الناشئة في سبيل الحصول على الدعم المادي والدعم غير المادي؛ حيث أثبتت النتائج الدراسة بأن تنوع المعارف التي تم إكتسابها عبر مختلف المصادر ساهمت إيجابا وبشكل معتبر في تطوير الأداء التنظيمي، والوصول إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية (البقاء، النمو والإستمرارية). علاوة على ذلك، يؤكد الخبراء بأن الجوانب المتعلقة بالتسيير بالغة أهمية لأنها تمثل أكثر من 80% من المشاكل التي تواجهها المؤسسات الناشئة في الروتين اليومي، مقارنة بالجوانب التقنية؛ وعليه يتطلب تعزيز من المعارف الإدارية من أجل تعزيز النجاح على المدى الطويل.

ومن النتائج المتفق عليها بين مختلف خبراء محل المقابلة، بأن تملك المعرفة والعمل على تطويرها يتم من خلال مجموعة من الآليات، منها: التعليم في الدراسات العليا، التعلم بالممارسة، الخبرات والتجارب الواقعية، التكوين النظري، التدريب الميداني، بناء وتطوير العلاقات والشراكات، التحالفات الإستراتيجية، وما إلى ذلك. ولذلك فان هذه المعارف لدى مساهمة في الحصول على مختلف الدعائم المادية (التمويل، الحكومة، السوق) وغير المادية (الشبكات، الإستراتيجيات، الثقافة الريادية)، مما ينعكس إيجابا على المؤسسات الناشئة محل الدراسة في عملية تحقيق النجاح.

ويشير أصحاب المؤسسات الناشئة إلى أن المعارف الذي يمتلكونها ساهمت في الحصول على مختلف أنواع الدعائم المادية، من خلال: المنتجات والخدمات ذات جاذبية مبتكرة، الخلفية التكوينية للفريق المؤسس ذات جودة عالية، الدراسات والأبحاث التسويقية فعالة؛ وكذلك تؤكد أقاويلهم حول المساهمة المعارفية في الحصول أيضا على مختلف أنواع الدائم عير المادية، من خلال: التواصل الجيد، الإتصال الفعال، القدرة على إلهام وتأثير، إمتلاك الشجاعة الأدبية والخطابية، تنوع إستراتيجيات، التدريب المستمر، الحضور الدوري في مختلف التظاهرات الوطنية والدولية، الإطلاع على تجارب النجاح أو الفشل في مختلف الميادين ومحاولة الاستفادة منها.

2- عرض نتائج التحليل الكيفي NVIVO:

بعد أن تم إجراء المقابلات مع الخبراء محل الدراسة، وتحليل البيانات الميدانية باستخدام الطرق التقليدية للتحليل المقابلات، استخراج مختلف الجوانب المتفق عليها، والفوارق ما بين أجوبة على أسئلة دليل المقابلات، التي هدفت إلى التعرف على كيفية المساهمة المعرفية بطبيعتها المتنوعة في دعم المؤسسات

الناشئة، والحصول على مختلف الدعائم المادية (التمويل، الحكومة، السوق) وغير المادية (الشبكات، الإستراتيجيات، الثقافة الريادية)، ومنه تحقيق النجاح على المدى الطويل.

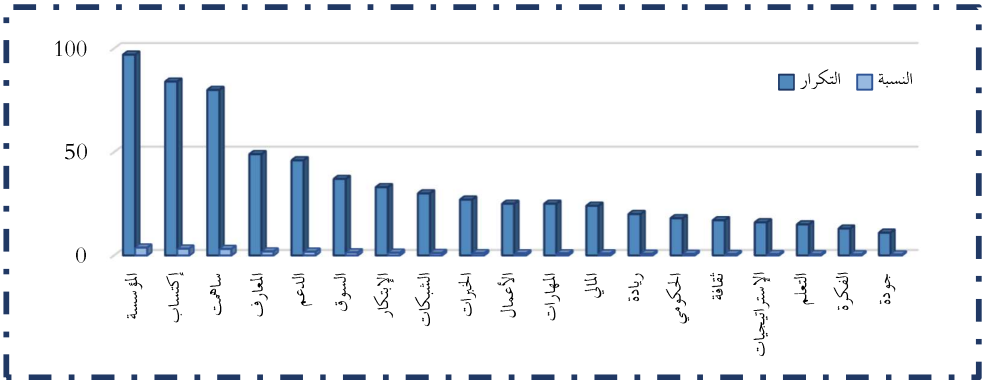
سيتم كذلك الاعتماد على أحدث الطرق استخداما في تحليل نتائج البحوث الكيفية، وذلك بتلخيص إجابات وأقاويل خبراء الذي تمت مقابلتهم، وإدخال هذه البيانات ضمن برنامج NVIVO، الذي يعتمد على أربع مقاربات، وهي: المقاربة المعجمية في إطار ذكر تكرارات المفردية وترتيبها بشكل تسلسلي، وذكر النسب كل مفردة؛ المقاربة الموضوعية التي تحاول تفسير مختلف العقد وتغطية كل عقد بنسبة التي تقابلها؛ المقاربة اللغوية التي تقوم بعرفة درجة ارتباطات الموجودة بين مختلف عقد الدراسة؛ مقاربة الخرائط المعرفة التي تطرح تصور الجذور ما بين علاقات الموجودة بين العقد.

هدف هذه المقاربات الأربعة إعطاء أقاويل الخبراء أرقاما، من أجل المساعدة على التأكد من صحة مقترح الدراسة، وذلك من خلال الجمع بين عقد المعارف والعقد المؤسسات الناشئة الناجحة، التي تتكون من بعدين: الدعم المادي والدعم غير المادي، ومنه يتشكل مقترح الدراسة كما يلي: توجد مساهمة معتبرة للمعارف في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال بعدي الدعم المادي والدعم غير المادي: حالة المؤسسات الناشئة الجزائرية.

1-2 نتائج المقاربة المعجمية:

تشير نتائج هذه المقاربة إلى حساب عدد الكلمات التي تكررت بشكل ترددي، ودرجة تشابه بين مختلف المفردات المستعملة. وتوضح نتائج المقابلات النصف الموجهة، أنه توجد 20 مفردة ترتبط بمقترح الدراسة، بنسب تتراوح بين 0,43 إلى 3,80؛ حيث يتمثل تكرار كلمتي المعرفة ونجاح المؤسسات الناشئة في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03): عدد تكرار الكلمات لعقدة المعارف وعقدة نجاح المؤسسات الناشئة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (NVIVO).

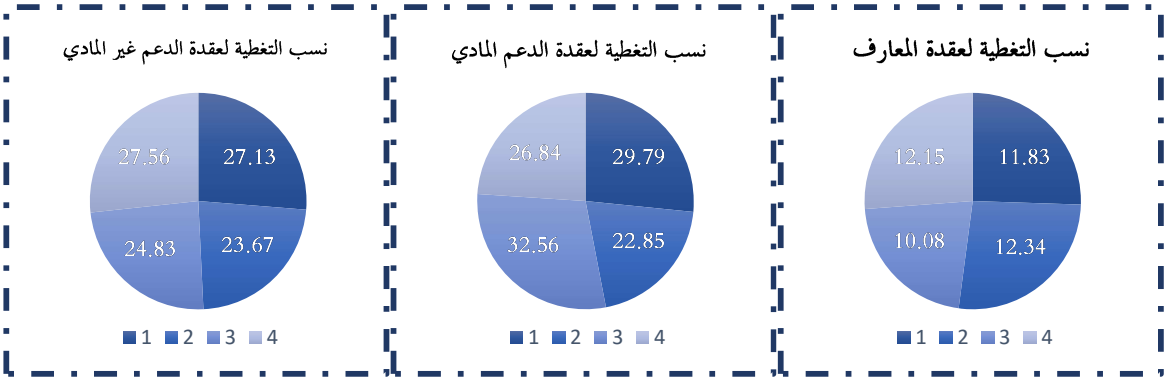
يتبين من الشكل أعلاه، أن أثر التكرار المعجمي للمتغيرات عقد المعرفة مع عقد نجاح المؤسسات الناشئة، تدلل على أن كلمت المؤسسة تحتل المركز الأول، بتعداد 97 تكرار، وبنسبة 3,80%، وسبب تصدرها القائمة هو أن دراستنا تركزت على المؤسسات؛ ومن بعدها في الترتيب، تأتي كلمتي اكتساب وساهمت على التوالي، بـ 84 تكرار و80 تكرار، وبنسبة تكرار 3,29%، 3,14%، وذلك بأن اكتساب المعرفة له مساهمة كبيرة

لدى المؤسسات الناشئة ميدان الدراسة؛ وتليها كلمتي المعارف والدعم، اللذان يشكلان محور الدراسة، وانخفضت عدد مرات التكرار إلى 49، و46، بنسب تكرارية 1,92%، 1,80%، وذلك لأسباب أن تنوع المعارف التي تمتلكها المؤسسات الناشئة محل الدراسة لها مساهمة معتبرة في إكتساب الدعائم المادية (السوق، الابتكار، الأعمال، المالي) وغير المادية (الشبكات، الخبرات، المهارات، الريادة، ثقافة، الإستراتيجيات، التعلم)؛ وأما بخصوص كلمة الفكرة والجودة، فقد جاءتا في المركز الأخيرين، نظرا لانخفاض عدد التكرار إلى 13 مرة ثم 11 مرة، كذلك أيضا النسب إلى 0,51% ثم 0,43%، وهذا ما يشير إلى أن فعاليتهما منخفضة للغاية لدى خبراء المستجوبين.

2-2 نتائج المقاربة الموضوعية:

تعتمد هذه المقاربة على تفسير وترميز مضمون إجابات كل خبير، وذلك من أجل إستخراج نسبة تغطية العقد المعارف، الدعم المادي والدعم غير المادي. والشكل الموالي يوضح نسبة تغطية كل العقد لكل الخبراء:

الشكل رقم (04): يوضح نسبة التغطية لمتغيرات عقد الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (NVIVO).

توضح البيانات المعروضة أعلاه نسبة تغطية عقدة المعارف وفقا لتصريحات كل خبير في عينة الدراسة. يتصدر الخبير الثاني قائمة النسبة الأعلى بنسبة تغطية تبلغ حوالي 12,34%، مما يشير إلى دور المعارف واستخداماتها في المؤسسة الناشئة التي يعمل فيها؛ ثم يأتي بعده الخبير الرابع بنسبة تغطية تقدر بحوالي 12,15%، في حين يتراجع الخبير الأول والخبير الثالث بنسب تغطية تبلغ على التوالي حوالي 11,83% و10,08%؛ وتبين أن نسبة تغطية عقدة الدعم المالي، بالمقارنة مع أقاويل الخبراء، يتصدرها الخبير الثالث بنسبة 32,56%، مما يعكس حجم الدعم المالي والحكومي والسوق في المؤسسة الناشئة التي يعمل فيها، وتأثيره على تحقيق النجاح. يأتي بعده الخبير الأول بنسبة 29,79%.

ومن الناحية الأخرى، تنخفض نسبة التغطية لدى الخبير الثالث والثاني بسبب الصعوبات التي يواجهونها في الحصول على الدعم المالي لمؤسساتهم الناشئة؛ وفيما يتعلق بعقدة الدعم غير المادي، تتصدر تصريحات الخبير الرابع قائمة الترتيب بنسبة تغطية تبلغ حوالي 27,56%، وفقا لمحاور دليل المقابلة، ويرجع ذلك إلى حصوله على الدعم من العوامل المحيطة به، مما أتاح له فرصة اكتساب الدعم غير المادي وتحقيق

النجاح؛ كما يلاحظ أيضا انخفاض اكتساب الدعم غير المادي لدى الخبير الثاني بنسبة 23,67%، نتيجة لضعف في المهارات وخبرات السابقة لفريق العمل.

2-3 نتائج المقاربة اللغوية:

تتميز هذه المقاربة بأنها أكثر مقاربة معتمد عليها في تكميم النتائج؛ حيث تهدف هذه المقاربة إلى تحديد درجة الارتباط بين عقدة المعرفة، وعقدة نجاح المؤسسات الناشئة (الدعم المادي والدعم غير المادي)، وذلك من أجل تحديد مدى التشابه في الآراء والتصريحات بين الخبراء؛ حيث يتم ذلك من خلال تحليل النصوص الكتابية المقدمة من الخبراء ومقارنتها، وهذا يساعد على التأكد من صحة مقترح الدراسة، كما هو موضح في الجدول التالي.

الجدول رقم (03): يمثل معامل الارتباط بين المعارف وعقد الدعم المادي والدعم غير المادي

العقدة "أ"	العقدة "ب"	معامل الارتباط بيرسون
المعارف	الدعم المادي	0,566128
	الدعم غير المادي	

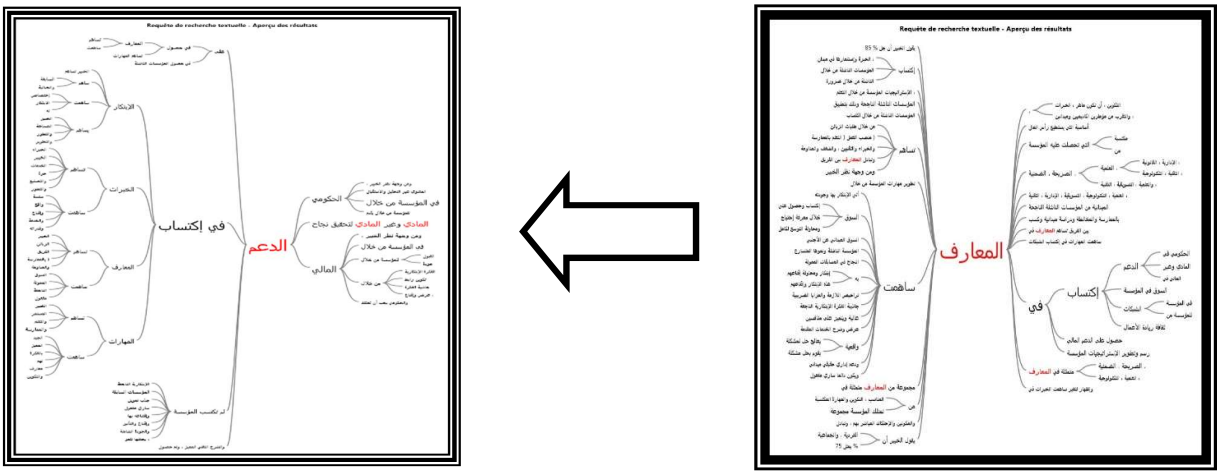
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (NVIVO).

ما يمكن ملاحظته من الجدول أعلاه، هو أنه يوضح معامل الارتباط بيرسون الموجود بين عقدة المعارف وعقدي الدعم المادي والدعم غير المادي، والذي يمثل (0,566128) أي أنه محصور ما بين (0,5 و0,6)، ويدلل هذا على وجود درجة ارتباط متوسطة بين العقد، وللتأكد من صحة مقترح الدراسة، يمكن القول بأنها محققة بدرجة جيد (C).

2-4 نتائج مقاربة الخرائط المعرفية:

تمثل هذه المقاربة عرض التصور الفكري في شكل خرائط المعرفية للأجوبة الخبراء حول المعارف ونجاح المؤسسات الناشئة، وتوضيح العلاقات فيما بينهما عن طريق الأشكال والرسوم البيانية. ويعتمد على البناء الفكري في اختبار مقترح الدراسة كما هو موضح في الشكل:

الشكل رقم (05): يمثل الخريطة المعرفية لمصطلح المعارف والدعم المادي والدعم غير المادي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (NVIVO).

توضح الشكل أعلاه هيكلية المعارف وعلاقتها بنجاح المؤسسات الناشئة، وفقا لتصريحات خبراء الدراسة. يظهر أن المعارف تنقسم إلى أنواع مختلفة، وأن المعارف الإدارية لها أكبر تأثير، نظرا لتعقيد إدارة الموارد البشرية مقارنة بإدارة التقنيات والابتكارات؛ ويتبين أن النجاح في هذا الجانب يمكن أن يسهم في اكتساب الدعم، سواء كان ذلك بشكل مادي أو غير مادي، وبالتالي يسهم في نجاح المؤسسة الناشئة.

3- مناقشة النتائج:

تهدف هذه الدراسة الكيفية إلى فهم كيفية المساهمة المعرفية التي يمتلكها رأس المال البشري في تحقيق نجاح مؤسساتهم الناشئة، من خلال إكتساب الدعم المادي وغير المادي؛ حيث تم استخدام أداة المقابلة نصف الموجهة في هذا البحث، حيث تمت مقابلة أربعة خبراء أسسوا مؤسسات ناشئة تحصلوا على "وسم مؤسسة ناشئة"، كما تم استخدام تحليل المقابلات بطريقة التقليدية لإستخلاص التشابهات والاختلافات المهمة، ومن ثم استخدام الطريقة الحديثة من أجل تكميم نتائج بواسطة برنامج التحليل الكيفي NVIVO لتحليل البيانات وتوفير أرقام تمكن من اختبار اقتراح الدراسة، كما هو موضح في الجدول المرفق.

الجدول رقم (04): يمثل درجة تحقق مقترح الدراسة

مقترح الدراسة	درجة التحقق
المقترح: توجد مساهمة معتبرة للمعارف في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال بعدي الدعم المادي والدعم غير المادي: حالة المؤسسات الناشئة الجزائرية.	جيد (C)

المصدر: من إعداد الباحثين وفق نموذج التنقيط والتقييم الخاص بدرجة تحقق المقترحات بجامعة مونتريال.

من خلال الجدول أعلاه، يمكننا ملاحظة أنه بعد استخدام تحليل مقابلات بالطريقة التقليدية، وبالطريقة الحديثة لتحليل المقابلات بواسطة برنامج التحليل الكيفي NVIVO، وتم مقارنة النظريات المعتمدة مع إجابات الخبراء لتقييم مدى صحة مقترح الدراسة؛ حيث تم استخدام أيضا نموذج التقييم الذي تم تطويره في جامعة مونتريال في كندا، وتبين أن مقترح الدراسة تحقق **بدرجة جيدة (C)**، وهذا يشير إلى أن المقاربة المستندة على المعارف لها وجاهة.

تشير نتائج تحليل مقابلات بالطريقة التقليدية إلى أن جزء من المؤسسات الناشئة في مجال الدراسة قد استفادت بشكل معتبر من المعارف في الحصول على الدعم المادي بمختلف أشكاله، بينما اعتمدت المؤسسات الأخرى على الإمكانات الذاتية وبناء العلاقات في الاستفادة من التمويل، ومن الجدير الذكر بأن المؤسسات الناشئة تتفق في أن المعارف تساهم في الحصول على الدعم غير المادي، وأما بالنسبة لنتائج الطريقة الحديثة للتحليل المقابلات بواسطة ببرنامج التحليل الكيفي NVIVO، توصلنا إلى ما يلي:

تشير تكرار مفردات معينة لدى الخبراء فيما يتعلق بعقدة المعارف وعقدة نجاح المؤسسات الناشئة (الدعم المادي والدعم غير المادي)، أنه تم ذكر 20 كلمة ذات صلة مباشرة بمقترح الدراسة، وتتراوح نسب تكرار تلك الكلمات بين 0.43 و3.80. على سبيل المثال، تكررت كلمة "المؤسسة" 97 مرة، كلمة "إكتساب" 84 مرة، كلمة "ساهمت" 80 مرة، كلمة "المعارف" 49 مرة، كلمة "الدعم" 46 مرة، وهكذا.

تستخدم لتحديد نسب تغطية العقدة المعارف وعقدة نجاح المؤسسات الناشئة (الدعم المادي والدعم غير المادي)، وقد بلغت أعلى نسب التغطية 12.34%، 32.56%، و27.56% على التوالي، وذلك يشير إلى النسبة المئوية للمعرفة والدعم الموجودة في العقدة.

تهدف إلى تحديد معامل الارتباط بين العقد، ولقد بلغ معامل 0.566128، وهذا يشير إلى وجود درجة ارتباط متوسطة بين العقد، أي أنه محصور بين (0,5 و0,6). كما بلغ معامل الارتباط بين عقدة المعارف وعقدة الدعم المادي 0.452082، وبين عقدة المعارف وعقدة الدعم غير المادي 0.45638. وبالنسبة لمعامل الارتباط بين عقدة الدعم المادي وعقدة الدعم غير المادي، بلغ 0.789922.

تركز الخرائط المعرفية على توضيح الآراء والمفاهيم المشتركة بين عقدة المعارف وعقدة نجاح المؤسسات الناشئة (الدعم المادي والدعم غير المادي)، وتهدف إلى فهم جذور العلاقات والأفكار المتبادلة بين تلك العقد.

بعد تحليل الدراسة باستخدام تحليل بالطريقة التقليدية، وبالطريقة الحديثة لتحليل المقابلات بواسطة برنامج التحليل الكيفي NVIVO، ومناقشة النتائج من أجل اختبار مقترح الدراسة؛ حيث توصلت النتائج إلى أن مقترح الدراسة قد **تحقق بدرجة جيدة (C)**، مما يدل على أن مقاربة المستندة على المعارف وجيهة.

وبهدف تقديم المبررات العلمية للنتائج المتوصل إليها، يتضح بأن أصحاب المؤسسات الناشئة الذين شملتهم الدراسة يمتلكون العديد من المعارف المتنوعة، وأنهم يعملون على تطويرها من خلال مجموعة من الآليات، منها: التعليم في الدراسات العليا، التعلم بالممارسة، الخبرات والتجارب الواقعية، التكوين النظري، التدريب الميداني، بناء وتطوير العلاقات والشراكات، التحالفات الإستراتيجية؛ حيث تعتبر هذه المعارف موردا استراتيجيا ومفتاحا لتحقيق النجاح والاستمرارية في عالم الأعمال الديناميكي المتغير باستمرار، وتتفق النتائج مع دراسات (Martinsons, et al. 2017؛ طرفة 2019؛ بلواضح 2021؛ Wu, et al. 2021) مما يعزز صحة النتائج.

أشار بعض أصحاب المؤسسات الناشئة الذين شملتهم الدراسة وتم إجراء معهم المقابلة، أن المعارف التي تحصلوا عليها تساهم بصفة معتبرة وإيجابية في مختلف الدعائم المادية، تجسد في الحصول على التمويل من السياسات الحكومية المدعومة، وقد ساعد ذلك في دخول السوق بسرعة؛ حيث تتوافق هذه النتائج مع دراسة (Manuela, et al. 2011; Centobelli, et al. 2017; Radenović & Krstić, 2017) التي ذكرت أن المعارف لها دور في تعزيز تطور المؤسسات الناشئة والحصول على الدعم، بينما اعتمد الآخرين على العلاقات الشخصية التي يمتلكونها في سبيل تطوير المشروع وإكتساب الدعم.

وأثبتت النتائج أن الدعائم المادية إكتسبتها المؤسسات الناشئة من خلال: المنتجات والخدمات ذات جاذبية مبتكرة، الخلفية التكوينية للفريق المؤسس ذات جودة عالية، الدراسات والأبحاث التسويقية فعالة؛ وكذلك تؤكد أقاويلهم حول المساهمة المعارفية في الحصول أيضا على مختلف أنواع الدعائم غير المادية، من خلال: التواصل الجيد، الإتصال الفعال، القدرة على إلهام وتأثير، إمتلاك الشجاعة الأدبية والخطابية، تنوع

إستراتيجيات، التدريب المستمر، الحضور الدوري في مختلف التظاهرات الوطنية والدولية، الإطلاع على تجارب النجاح أو الفشل في مختلف الميادين ومحاولة الاستفادة منها.

واتفق جميع أصحاب المؤسسات الناشئة المشمولين في الدراسة على أن من يمتلك المعارف يمتلك الثروة، حيث تساعدهم في الحصول على الدعائم غير المادية من خلال تطوير شبكات خارجية وتصميم استراتيجيات متعددة الأبعاد وتوليد ثقافة ريادة الأعمال؛ حيث تؤكد هذه النتائج دراسة (Oliva & Kotabe, 2019) الذي أظهرت أن المعارف تلعب دورا قويا في دعم تطوير المؤسسات الناشئة؛ ودراسة التي أجراها (Al Sahaf, 2021)، التي تؤكد بأن المعارف لها أثار إيجابية من ناجية تحقيق نجاح المؤسسات الناشئة البحرينية؛ وتدعم هذه النتائج دراسة (Battisti, et al. 2022)، الذي أثبت أن استخدام المعارف المتاحة بفعالية من طرف المؤسسات الناشئة الإيطالية يمكن أن ينعكس ذلك في تحقيق النجاح على المدى التطويل، مما يكسبها ميزة تنافسية مستدامة؛ وتعزز النتائج المتحصل عليها صحة مقترح الدراسة المطروح وتوفر تبريرا علميا لهذه النتائج من خلال استنادها إلى الدراسات السابقة التي أكدت مساهمة المعارف في إكتساب الدعائم المادية وغير المادية للمؤسسات الناشئة وتحقيق النجاح.

خاتمة

تهدف هذه الدراسة الكيفية إلى استكشاف كيفية مساهمة المعارف في نجاح المؤسسات الناشئة المشمولين في الدراسة، من خلال الدعائم المادية وغير المادية. تم إجراء مقابلات شبه الموجهة مع مؤسسات ناشئة جزائرية متحصلة على "وسم مؤسسة ناشئة"، تم تحليل المقابلات باستخدام تحليل بالطريقة التقليدية، وبالطريقة الحديثة لتحليل المقابلات بواسطة برنامج التحليل الكيفي NVIVO للتحقق من صحة مقترح الدراسة. تمت مناقشة النتائج وتقديم مساهمات أكاديمية وعملية، بالإضافة إلى توصيات للبحوث المستقبلية.

المساهمة الأكاديمية والنظرية لهذه الدراسة تكمن في تناول أحد أبعاد رأس المال البشري وهو بعد المعارف وتشكيل فهمنا للواقع الميداني عن طريق ربطه بنجاح المؤسسات الناشئة؛ حيث تم استعراض الأدبيات السابقة وتوضيح العلاقة بين المتغيرات، واستخدام المقاربة المستندة على المعارف المستمدة من الأبحاث السابقة لتطوير النموذج النظري للدراسة وصياغة اقتراح الدراسة، كما أظهرت الدراسة أن المعارف متنوعة، بما في ذلك المعارف الصريحة والضمنية، الفردية والجماعية، العلمية والتسويقية، الفنية والتكنولوجية، وتوصلت الدراسة إلى أن المعارف الإدارية لها أكبر تأثير، نظرا لتعقيد إدارة الموارد البشرية مقارنة بإدارة التقنيات والابتكارات؛ كما تبين أن النجاح في هذا الجانب يمكن أن يسهم في اكتساب الدعم، سواء كان ذلك بشكل مادي أو غير مادي، وبالتالي يسهم في نجاح المؤسسة الناشئة، ويمكن تطوير المعارف من خلال مجموعة من الآليات، منها: التعليم في الدراسات العليا، التعلم بالممارسة، الخبرات والتجارب الواقعية، التكوين النظري، التدريب الميداني، بناء وتطوير العلاقات والشراكات، التحالفات الإستراتيجية. وبالتالي تساهم في تحسين الأداء وتحقيق الأهداف الإستراتيجية (البقاء، النمو، الاستمرارية). علاوة على

ذلك، تعد المعارف مفتاحًا لنجاح المؤسسات الناشئة في الحصول على مختلف الدعائم المادية (الدعم المالي، الدعم الحكومي والسوق) من خلال: المنتجات والخدمات ذات جاذبية مبتكرة، الخلفية التكوينية للفريق المؤسس ذات جودة عالية، الدراسات والأبحاث التسويقية فعالة. وأيضا الحصول أيضا على مختلف أنواع الدعائم عير المادية المادي (الشبكات، الإستراتيجية وثقافة ريادة الأعمال)، من خلال: التواصل الجيد، الإتصال الفعال، القدرة على إلهام وتأثير، إمتلاك الشجاعة الأدبية والخطابية، تنوع إستراتيجيات، التدريب المستمر، الحضور الدوري في مختلف التظاهرات الوطنية والدولية، الإطلاع على تجارب النجاح أو الفشل في مختلف الميادين ومحاولة الاستفادة منها.

تمتلك مساهمتنا الميدانية أهمية كبيرة، حيث أثبتت النتائج التي تم الحصول عليها أن المقاربة المستندة إلى المعارف المعتمدة في الدراسة هي محققة ووجيهة؛ فقد توصلت الدراسة إلى مقترح دراسة قد تحقق بدرجة (C)، وأن نتيجة تشير إلى أن هناك علاقة ذات دلالة ارتباطية بين المعارف ونجاح المؤسسات الناشئة فيما يتعلق بالدعائم المادية والدعائم غير المادية بالنسبة لخبراء مشمولين للاستجواب؛ علاوة على ذلك، تشير النتائج إلى أن نسبة الارتباط وفقا لمعامل بيرسون تقدر بـ 0.566128، مما يشير إلى وجود علاقة متوسطة بين المتغيرين، وأي أنه محصور بين (0,5 و0,6). هذا يؤكد أن المعارف تلعب دورا في اكتساب الدعم المالي لبعض المؤسسات الناشئة في مجال الدراسة، بينما تعتمد المؤسسات الأخرى بشكل أكبر على جهودها الذاتية.

ويمكن القول أيضا أن المعارف لها دور في اكتساب الدعائم غير المادية، هذا يشير إلى أن هناك تشابها في تأثير المعارف على كلا أنواع الدعم؛ كما أظهرت الدراسة أيضا أن المعارف لها أنواع متعددة، ومن بينها المعارف الإدارية التي تعتبر أكثر تأثيرا، حيث إن إدارة الموارد البشرية أكثر تعقيدا من إدارة التقنيات والابتكارات، وكلما نجحت المؤسسات في اكتساب هذه المعارف، زادت فرصها في تحقيق النجاح (الدعم المادي وغير المادي).

بناءً على النتائج التي تم الحصول عليها، نقدم مجموعة من التوصيات لأصحاب المؤسسات الناشئة المشمولين للدراسة؛ تركز هذه التوصيات على أهمية اكتساب المعارف بأنواعها المختلفة واستخدامها بشكل فعال في الأعمال العملية لتوليد أفكار مبتكرة وإبداعية في المنتجات والخدمات التي يقدمونها للعملاء؛ وأيضا يوصى بتنويع مصادر الحصول على المعارف، كما يمكن لأصحاب المؤسسات الناشئة البحث عن شراكات واتفاقيات مع مراكز التدريب والجامعات والمعاهد والمؤسسات الخاصة، وهذا ما يساعد على إنشاء قنوات جديدة لاكتساب المعارف وتطويرها بين موظفي المؤسسة في مختلف المجالات ذات الصلة؛ كما يمكن استخدام التوظيف كوسيلة لجذب الكفاءات البشرية الجديدة إلى المؤسسة الناشئة، وينبغي لأصحاب المؤسسات أن يتبنوا سياسة توظيف تستهدف الأفراد الذين يمتلكون خبرات ومعارف قيمة في مجالات ذات صلة، مما سيساهم وجود هذه الكفاءات الجديدة في تجديد الأفكار وتحفيز التطوير داخل المؤسسة.

كما نوصي بالتركيز على إنشاء بيئة تعلم داخلية قوية في المؤسسة الناشئة؛ إذ يجب تعزيز التواصل والتعاون بين الموظفين، وتشجيعهم على مشاركة المعارف والخبرات، وخاصة في مجالات التكنولوجيا الحديثة

والإدارة والتسويق؛ بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمؤسسات الناشئة أن تستفيد من قصص النجاح والفشل في المؤسسات الأخرى كدروس قيمة للتعلم. يمكنهم استخلاص الدروس من تجارب المنافسين أو حتى المؤسسات غير المنافسة، واستخدام هذه الدروس لتحسين استراتيجياتهم وعملياتهم؛ وبهذه الطرق، يمكن لأصحاب المؤسسات الناشئة تعزيز المعارف الداخلية وتطوير قدراتهم بشكل مستمر، مما يساهم في نمو المؤسسة وتحقيق النجاح.

تتمثل حدود الدراسة في قطاع المؤسسات الناشئة في الجزائر، الذي أصبح في مرحلة النمو بعدما كان بداية ظهوره لأول مرة خلال سنة ،2020 مقارنة بالدول شمال إفريقيا أو المشرق العربي، ونظرا لطبيعة الدراسة الكيفية، اقتصرت عينة الدراسة على اختيار بشكل قصدي أربع مؤسسات ناشئة ناشطة في السوق الجزائري، ومتحصلة على "وسم مؤسسة ناشئة"، وذلك لصعوبة الوصول إلى هذه المؤسسات الناجحة ميدانيا من جهة، وعدم وجود أرقام رسمية تدل على كم يوجد مؤسسة ناشئة ناجحة في الجزائر.

قائمة المراجع

سعد الله بلواضح. (2021). مساهمة رأس المال بشري في نجاح المؤسسات الناشئة - دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الناشئة الجزائرية - (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف - المسيلة: الجزائر.

محمد طرفة. (2019). المقاربة المستندة على المعرفة كدعامة للممارسات المناجيرية للموارد البشرية. المجلة الجزائرية للموارد البشرية، 4(2)، 38-57.

Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2008). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. Small business economics, 32, 15–30.

Afrazeh, A. (2008). Knowledge Management; Concepts, Measurement and Implement. Tehran, Iran: In Persian.

Al Sahaf, M. A. (2021). Ex amining the Key Success Factors for Startups in the Kingdom of Bahrain. International Journal of Business Ethics and Governance, 4(2), 9-49.

Alberti, F. G., & Pizzurno, E. (2017). Oops, I did it again! Knowledge leaks in open innovation networks with start-ups. European Journal of Innovation Management, 20(1), 50 -79.

Aulet, B. (2013). Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup. Hoboken: John Wiley & Sons.

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.

Battisti, E., Alfiero, S., Quaglia, R., & Yahiaoui, D. (2022). Financial performance and global start-ups: the impact of knowledge management practices. Journal of International Management, 28(4), 1-18.

Bergshem, R., & Gustafsson, D. (2023). Unlocking dynamic capabilities through knowledge management strategies in a start-up context A case

study on a knowledge-intensive start-up company (Master's Thesis). Master's Programme in Industrial Management and Innovation, Faculty of Technology: Uppsala Univesitet.

Blank, S., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. Canada: John Wiley & Sons.

Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. Personality and Individual Differences, 51(3), 222-130.

Bratianu, C., & Ruxandra, B. (2019). The theory of knowledge fields: a thermodynamics approach. Systems, 7(20), 1-12.

Brown, S. J., & Duguid, P. (1998). Organizing Knowledge. California Management Review, 40(3), 90-111.

Centobelli, P., Cerchione, R., & Esposito, E. (2017). Knowledge Management in Startups: Systematic Literature Review and Future Research Agenda. Sustainability, 9(3), 1-19.

Chen, Y.-F., Tsai, C.-W., & Liy, H.-J. (2019). Applying the AHP Model to Explore Key Success Factors for High-Tech Startups Entering International Markets. International Journal of E-Adoption, 11(1), 45-63.

Chorev, S., & Anderson, R. A. (2006). Success in Israeli high-tech Startups; Critical factors and process. Technovation, 26(2), 162-174.

Davenport, H. T., & Prusak, L. (1998). Working Knowledge: How organizations manage what they know (Vol. 1st edition). Boston: Harvard Business School Press.

Díaz-Santamaría, C., & Jacques, B.-G. (2021). Econometric estimation of the factors that influence startup success. Sustainability 13. Sustainability, 13(4), 1-14.

Dirk De, C., & Pia, A. (2006). The Role of Knowledge in Business Start-up Activity. International Small Business Journal, 24(4), 339-358.

Foss, N. J., & Nils, S. (2015). Business Model Innovation: The Role of Leadership. In: Business Model Innovation: The Organizational Dimension, pp. 104-122.

Gelderen, v. M., Thurik, R., & Bosma, N. (2005). Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase. Small Business Economics, 24(4), 65–380.

Godoi, T., Menoli, A. L., & Dionisio, G. (2019). Software Startups Success Factors Study under the Entrepreneurial Perspective. In SBSI19: proceedings of the XV Brazilian Symposium on Information Systems. Brazil: Aracaju.

Grant, M. R. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. Strategic Management Journal, 17, 109-122.

Groenewegen, J. G., & de Langen, F. (2012). Critical Success Factors of the Survival of Startups with a Radical Innovation. Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR, 2(3), 155-171.

Guckenbiehl, P., Zubielqui, G., & Lindsay, N. (2021). Knowledge and innovation in start-up ventures: A systematic literature review and research agenda. Technological Forecasting & Social Change, 172(1), 1-22.

Hudson, J., & Hanan, F. K. (2013). Into the valley of death: Research to innovation. Drug Discovery Today, 18(13-14), 610-613.

Hyytinen, A., Mika, P., & Petri, R. (2015). Does innovativeness reduce startup survival rates? Journal of Business Venturing, 30(4), 564- 581.

Javier, S.-B., Blanca, S.-R., & Teresa, C. H.-A. (2022). Success Factors of Startups in Research Literature within the Entrepreneurial Ecosystem. administrative sciences, 12(102), 1-24.

Kakati, m. (2003). Success criteria in high-tech new ventures. Technovation, 23(5), 447-457.

Kessler, A. (2007). Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic. Entrepreneurship & Regional Development, 19(5), 381-403.

Kim, B., Kim, H., & Joen Youngok, Y. (2018). Critical Success Factors of a Design Business. Journal Sustainability, 10(9), 1-15.

Kiviluoto, N. (2013). Growth as evidence of firm success: Myth or reality? Entrepreneurship & Regional Development, 25(7-8), 569-586.

Kornblith, H. (2002). Knowledge and Its Place in Nature (Vol. 1st edition). New York: Oxford.

Koskinen, U. K., & Pihlanto, P. (2008). Why Knowledge Management in Project-Based Companies: An Organic Perspective (Vol. 1st edition). New York: Palgrave Macmillan.

Lindner, F., & Wald, A. (2011). Success factors of knowledge management in temporary organizations. International Journal of Project Management, 29(7), 877-888.

Luc, T. T., Thanh, L. K., & Phung, N. T. (2020). Studying the Successor Startup Enterprises - A Case Study of Quang Binh Province, Vietnam. Open Journal of Business and Management, 8(4), 1426-1438.

Lussier, N. R., & Corman, J. (1996). A business success versus failure prediction model for service industries. Journal of Business and Entrepreneurship, 8(2), 23-37.

Mantero, D. M., & Cardoso, M. G. (2020). Startups Success: The critical factors for Startups Success in Visegrad Group. Portuguesa: Master in Business & Economics, Universidade Católica Lisbon.

Manuela, P., Cristina, B., & Antonio, M. (2011). The Importance of Proximity for the Start-Ups' Knowledge Acquisition and Exploitation. Journal of Small Business Management, 49(3), 361–389.

Martinsons, M. G., Davison, R. M., & Huang, Q. (2017). Strategic knowledge management failures in small professional service firms in China. International Journal of Information Management, 37(4), 327-338.

McIver, D., Lengnick-Hall, A. C., Lengnick-Hall, L. M., & Ramachandran, I. (2013). Understanding work and knowledge management from a knowledge-in-practice perspective. Academy of Management Review, 38(4), 597-620.

Minola, T., Hahn, D., & Cassia, L. (2019). The relationship between origin and performance of innovative start-ups: the role of technological knowledge at founding. Small Bussiness Economic, 56, 553–569.

Nalintippayawong, s., Waiyawatpattarakul, N., & Chotipant, S. (2018). Chotipant Supannada Examinig The Critical Success Factors Of Startup In Thailand Using Structural Equation Model. in 7th National Conference on Information Technology, (pp. 222-227).

Nickols, W. F. (2000). The knowledge in knowledge management. In: J.A. Woods, J. Cortada ed. The Knowledge Management Yearbook 2000-2001. (Vol. 1st edition). Boston: Butterworth-Heinemann.

Oliva, F. L., & Kotabe, M. (2019). Barriers, practices, methods and knowledge management tools in startups. Journal of Knowledge Management, 23(9), 1838-1856.

Pasayat, A. K., Bhaskar, B., & Ritik, R. (2020). Factors Responsible for the Success of a Start-up: A Meta-Analytic Approach. In IEEE Transactions On Engineering Management, 70(1), 342-352.

Pohlen, J.-F. (2019). Dynamics of startups in Europe: What are the critical success factors to put in place to help startups grow into scale-ups, especially in Belgium? Louvain School of Management: Université catholique de Louvain.

Polanyi, M. (1958). Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy (Vol. 1st Edition). London: Routledge.

Rađenović, T., & Krstić, B. (2017). Intellectual capital as the source of competitive advantage: the resource-based view. Economics and Organization, 14(2), 127-137.

Reis Carolina, C. S. (2017). Success Factors and Performance Indicators for health-care Startups. Universidade do porto, Portuguesa.: Master in Management, Faculdade de Economia.

Ritala, P., Husted, K., Olander, H., & Michailova, S. (2018). External knowledge sharing and radical innovation: the downsides of uncontrolled openness. Journal of Knowledge Management, 22(5), 1104-1123.

Rivera-Kempis, C., Leobardo, V., & Miguel, A. S.-C. (2021). Entrepreneurial Competence: Using Machine Learning to Classify Entrepreneurs. Sustainability, 13(15), 1-24.

Roberta, D. d., Paulo, G. P., Matheus, D. M., & Thayanne, L. D. (2023). Unleashing Knowledge Sharing in Emerging Economy Startups: A Multilevel Analysis. Sustainability, 15(3), 1-17.

Santamria, c. d., & Gidumal, J. b. (2021). Econometric Estimation of the Factors that influence Startup Success. Sustainbility, 13(4), 1-14.

Santisteban, J., & Mauricio, D. (2017). Systematic Literature Review of Critical Success Factors of Information Technology Startups. Academy of Entrepreneurship Journal, 23(2), 1-23.

Sara, O. F. (2017). Participation in entrepreneurship competitions and the success factors of Startups. Universidade de Aveiro: Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo.

Seo, Y. W., & Yoo, H. L. (2019). Effects of internal and external factors on business performance of start-ups in South Korea: The engine of new market dynamics. International Journal of Engineering Business Management, 11 , 1-12.

Silva Jorge, L. N. (2016). critical success factors for tech Startups in sri lanka. c Technology, Department of Computer Science & Engineering,. (M. o. Information, Ed.) Sri Lanka: University of Moratuwa.

Silva, D. S. (2016). Portuguese Startups : a success prediction model. U. Porto.: University of Porto. Faculdade De Economia.

Song, M., Podoynitsyna, K., Bij Hans, v. d., & Halman, I. M. (2008). Success Factors in New Ventures. Ameta-Analzsis, 25(1), 7–27.

Sosa, E. (1991). Knowledge in Perspective: Selected Essays in Epistemology. (Vol. 1st edition). Cambridge: Cambridge University Press.

Spender, J. C. (1996). Making Knowledge the Basis of a Dynamic Theory of the Firm. Strategic Management, 17(52), 45-62.

Steffens, P., Per, D., & Jason, F. (2009). Performance configurations over time: Implications for growth–and profit–oriented strategies. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(1), 125-148.

Tsoukas, H. (1996). The firm as a distributed knowledge system: A constructionist approach. Strategic Management Journal, 17(52), 11-25.