

المؤسسات الناشئة بين مشروع التأسيس و تحديات الواقع
**Emerging enterprises between the establishment project and the
 challenges of reality**

بن زاير مبارك¹، مختاري فتيحة²، سعداوي مراد مسعود³

Benzair Mebarak¹, Mokhtari Fatiha², Saadaoui Mourad Masoud³

¹ جامعة طاهري محمد بشار (الجزائر)، Benzair mebarek@yahoo.fr

² جامعة طاهري محمد بشار (الجزائر)، fatihamokhtare@gmail.com

³ جامعة فارس يحيى المدية (الجزائر)، saadaoui.mourad@univ-medea.dz

تاريخ النشر: 2021/12/31

تاريخ القبول: 2021/12/25

تاريخ الاستلام: 2021/01/12

ملخص:

عالجت هذه الورقة البحثية موضوع الشركات الناشئة Startup باعتماد على المنهج الوصفي في معالجة الجانب النظري و ابراز الهدف من هذه الدراسة وهي التعرض لأهم التحديات و العوائق التي تواجهها الشركات الناشئة سواء على المستوى العربي و المحلي.

كلمات مفتاحية: شركات ناشئة **startup**، منهج وصفي، تحديات وعوائق، مستوى عربي و محلي.

تصنيفات JEL : G20، G02

Abstract:

This research paper has dealt with the topic of startups, relying on a descriptive approach in addressing the theoretical aspect and highlighting the goal of this study, which is to address the most important challenges and obstacles that startups face, both at the Arab and local levels.

Keywords: startups, descriptive approach, challenges and obstacles, Arab and local level..

JEL Classification: G02,G20

المؤلف المرسل: الاسم الكامل، الإيميل: fatihamokhtare@gmail.com

1. مقدمة:

كثيرا ما يتردد سماع الحديث عن : شركة ناشئة - شركة ستارت أب *Startup...* - في ظروف عصر يتصف بالتكنولوجيا بات أغلب الشباب في العالم يحلم بفكرة ريادة الأعمال ودخول أسواق عالمية فتطور العصر أدى بالفعل إلى وجود رغبة في سباق الزمن وإقامة مشروع تجاري خاص يدر الأرباح ويحقق نوع من استقلال والاكتفاء المالي للفرد لكن اتباع موضة العصر كما يقال وإقامة شركة *Startup* هو تحد وخطوة كبيرة تتطلب من رائد الأعمال أن يكون لديه فكرة أو نظرة رائدة حول كيفية تمويل هذه الشركة، خطة أو برنامج عمل محكم كذلك فريق عمل يساعده على التنفيذ والعنصر الأهم في انجاح هذا النوع من الشركات هو الانتباه إلى طريقة تنفيذ الخطة والرقابة على معايير الأداء لضمان استغلال الوقت كما يجب، لكن وكما هو معروف لا يعتبر مشروع انجاح مثل هذا النوع من المؤسسات عاملا متاحا لجميع الشباب الراغبين في الاستثمار في فكرة رائعة كحلّم وتحويلها إلى واقع، من هنا يمكننا القول أن تألق الشركات الناشئة في سوق الأعمال يستدعي ضرورة استمرارية والنمو والتطور وأهم شيء هو مواجهة أغلب التحديات والصعوبات التي يفرضها العصر .

لمعالجة فكرة الشركات الناشئة أعلاه أردنا الإحاطة بهذا الموضوع وطرح الإشكالية التالية: ماهي

التحديات والعوائق التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

ولدراسة الاشكالية سابقة الذكر تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى محورين هما:

- المحور الأول: المؤسسات الناشئة ومشروع التأسيس (التأصيل النظري).

- المحور الثاني: أبرز وأهم التحديات والصعوبات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر.

أهمية البحث: يكتسب الموضوع أهمية بحثية من خلال تقديمه عرضا للفكرة المؤسسات الناشئة وأهم العوائق التي تواجهها في سعيها نحو التطور وانتشار، إذ أنه وعلى الرغم من زيادة الدراسات حول الموضوع في السنوات الأخيرة لاتزال الجزائر بعيدة كل البعد مقارنة ببعض الدول لذا يتعين إيلاء بعض الإهتمام للتحديات التي تواجه هذا النوع من الشركات لفتح مجال أمام شباب اليوم لإقامة مشاريع خاصة تساهم في التنمية.

المنهج المستخدم: للإلمام بمضمون هذه الورقة البحثية تم إتباع المنهج الوصفي لدراسة الجوانب المتعلقة به من طرح ومعالجة وإبراز الهدف من هذه الدراسة وهو معالجة اهم العوائق والتحديات التي تواجه هذا النوع من المؤسسات الرائدة في مجال الأعمال.

- المحور الأول: المؤسسات الناشئة ومشروع التأسيس (التأصيل النظري).

1. معايير تحديد تعريف المؤسسات الناشئة

يعتبر تحديد مفهوم المؤسسات الناشئة أمراً ضرورياً لكل باحث في هذا المجال أو الموضوع في دراسته وتحليله، وكذا أمام مقررير السياسات التنموية في مختلف الدول، مما يسهل عليهم إعادة برامج تنمية ووضع مخططات استراتيجية، ذلك لتعدد مفاهيم المؤسسات الناشئة في العالم (منار حداد، بدون سنة النشر، ص 08).

- معايير التفرقة بين المؤسسات: من أهم المعايير المستخدمة في تعريف المؤسسات الناشئة المعيار الكمي ويخص مجموعة من المؤشرات التقنية الاقتصادية وتمثل في (صالح الصالحي، 2004، ص 167):

- معيار الحد الأدنى والأعلى للعمالة؛

- معيار رأس المال المستثمر؛

- معيار العمالة و رأس المال؛

- معيار حجم الانتاج او قيمة الانتاج؛

- معيار قيمة المبيعات؛

- معيار قيمة مضافة،

- معيار الطاقة الانتاجية،

- معيار كثافة العمل؛

2- صفات تتسم بها أي شركة ناشئة: الكثير من الناس يخطأ في تصنيف المؤسسات الناشئة وقولبتها

على أنها مؤسسات صغيرة لكن ليس عن هذا الصنف ما نتحدث في هذا الموضوع

- تعتبر مهمة وليست عملاً: تعتمد الشركة الناشئة أو الستارت اب startup على مفهوم العمل كمهمه، وليس كعمل تقليدي له مواعيد ومقابل مادي سريع، لذلك قد تجد العاملين بالشركة الناشئة بمن فيهم أصحابها يعملون طوال الوقت، ولا يلتزمون بعدد ساعات عمل معينة، لأن الهدف الأساسي هو الإنجاز وتحقيق نتائج ونمو سريع.

- البعد عن السياسة: إذا تأملت حال معظم الشركات العملاقة التي بدأت كشركة ناشئة... سوف تجد أن معظمها إن لم يكن أغلبها لم يدخل في أي معارك سياسية، او انحياز لأي طرف في أي صراع، معظم هذه الشركات عندما تتحدث في السياسة يكون بشكل تأييد منها لرأي جمهورها، لسببين الأول هو أن

الجمهور هو مصدر الربح، ولا توجد شركة تريد خسارة جمهورها بسبب اختلافات في التوجهات السياسية والسبب الثاني هو تجنب الصدام مع احزاب سياسية أو حكومات، الشركات التي اتبعت هذا الأسلوب استمرت وحصلت على شعبية جماهيرية كبيرة.

- التحكم المالي الدقيق: يقوم أصحاب الشركات الناشئة بمراقبة حركة التدفقات المالية داخل شركاتهم بدقة وحرص، ويعاملونها باهتمام كبير وكأنها مدخراتهم الشخصية (وهي أحياناً تكون معتمدة فعلاً على مدخراتهم كمصدر من مصادر التمويل الخاص بها)، لأنه ببساطة خسارة الأموال يعنى الفشل الأكيد.

- العلاقات: في الأوقات العصيبة يظهر دور العلاقات والتواصل، كلما كانت الشركة على تواصل مع عدد كبير من الأشخاص سواء كانوا عملاء محتملين أو شركات شبيهه لهم أو حتى منافسين... كما زادت قدرة الشركة على مواجهة المواقف الصعبة مثل (استقالة مدير تنفيذي، قيام عميل كبير بوقف التعامل مع الشركة، اختراق أنظمة الشركة)، لذلك يحرص أصحاب الستارت اب على تكوين علاقات كثيرة وعلى عدة مستويات، للاستفادة منها في المستقبل والاعتماد عليها إذا اقتضت الحاجة.

- قيادة قوية: يتصف مديري الشركات الناشئة بالقوة وتبنى أخلاقيات عمل إيجابية، كما يحرصون على رفع معنويات فريق العمل الخاص بهم وتشجيعهم، إيماناً منهم أن روح فريق العمل المرتفعة هي أساس الكفاءة والنجاح لشركاتهم.

- الاحترام المتبادل: هناك سلم وظيفي ومديرين وموظفين، لكن كل فرد يلاقى نفس القدر من الاحترام، والنجاحات يتم الاحتفال بها بشكل جماعي بغض النظر عن الفرد أو الإدارة التي كانت السبب في الوصول إليها.

- العميل هو محور الاهتمام الأساسي: ترى الشركات الناشئة الناجحة أن العميل هو أهم أصل من أصولها، لذلك تهتم برضاه وتقييمه للمنتج الذي تقدمه، وتوفر له خدمة ما بعد البيع لضمان استمراره وكسب ولائه.

- طاقة إيجابية: تمتاز بيئة العمل في الشركات الناشئة بوجود جو عام من التشجيع والطاقة الإيجابية للتحفيز والإنتاج، لأن هذه الشركات تعلم أن بدون هذه الطاقة سوف تتحول بيئة العمل من الشكل الفعال النشط إلى الشكل الروتيني الذي يهتم بالاجور وساعات العمل.

- المرح: لا تقلل أبداً من شأن الشركات الناشئة التي تعرف كيف ترفه عن فريق عملها، عندما تم مراقبة الشركات الناشئة في بدايتها، لوحظ أن الشركات التي تزدهر في مراحلها الأولى هي التي غالباً ما يعمل فريق عملها بجدية ويمرحون ويقضون وقتاً ممتع أيضاً.

- الصدق: الشركات الناشئة الناجحة عادة ما يكون لديها قدر عالي من الأمانة والشفافية، لذلك تحاول هذه الشركات دائماً أن تكون صادقة مع عملائها، وكذلك مع العاملين بها، وذلك لأنها تعلم أنه بدون هذه الصفات لن تكتسب الثقة التي تحتاجها حتى تستمر وتنمو (<https://www.alrab7on.com/what-is-a-startup>).

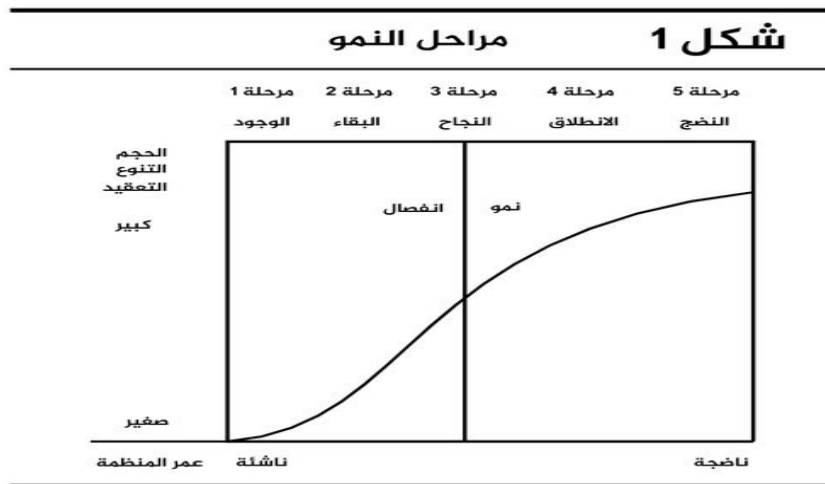
3. تعريف المؤسسات الناشئة **Startups**: تعرف المؤسسة الناشئة **Startup** اصطلاحاً حسب القاموس انجليزي : على أنها مشروع صغير بدأ للتو وكلمة **Start – up** تتكون من جزئين **Start – up** - وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و **-up-** وهو ما يشير لفكرة النمو القوي. وبدأ استخدام مصطلح **Start –up** بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر (**Capital–risque**) ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك. وفي ايامنا الحالية يوجد مصطلح ويعرفه القاموس الفرنسي **La rousse** على انها المؤسسات الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيا الحديثة، بينما عرفها **Paul Graham** في مقاله المشهور حول النمو (**growth**) على انها شركة صممت لتنمو بسرعة **growth –start–up** وكونها تأسست حديثاً لا يجعل منها شركة ناشئة (**startup company**) في حد ذاتها. كما أنه ليس من الضروري ان تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا، او ان تمول من قبل المخاطر أو مغامر (**venture Funding**) أو أن يكون لها نوع من خطط الخرج، الامر الوحيد الذي يهم هو النمو، واي شيء اخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو وحسب **paul Graham** فإن النمو الجيد يكون بين 5 و 7 بالمائة أسبوعياً، وحيانا بشكل استثنائي 10 بالمائة وحسب باتريك فريديسن (**patrick fridenson**) وهو أن تكون الشركة الناشئة لا يتعلق الموضوع بالعمر ولا بالحجم ولا بقطاع النشاط، ويجب الاجابة على أربع تساؤلات التالية:

- نمو قوي محتمل.
- استخدام تكنولوجيا حديثة.
- تحتاج لتمويل ضخم، جمع التبرعات الشهيرة.
- أن تكون متأكد من ان سوق جديد حيث يصعب تقييم المخاطرة (بوالشعور شريفة، 2018، ص 420).

4- دورة حياة المؤسسات الناشئة: في دراسة (**Harvad business Review the five stages of small business Growth**) أجراها باحثون أمريكيون من جامعة كاليفورنيا وساوترن ميثوديست، تناولت مراحل النمو للشركات الناشئة، أشار الباحثون إلى وجود فروق جوهرية بين الشركات الناشئة والأخرى

الكبيرة فيما يخص مراحل النمو. حيث عزا الباحثون هذه الفروق إلى الاختلاف في حجم الشركة ومن ثم القدرة على النمو، إلى جانب اختلاف الهيكل التنظيمي والأساليب الإدارية لكل منهم، فضلاً عن مساحة الاستقلالية الكبيرة التي تتمتع بها الشركات الناشئة وأشار الباحثون في الدراسة التي نشرتها مجلة Harvad business Review إلى أن تضييق نطاق البحث عن مراحل النمو ليشمل الشركات الناشئة فقط، من شأنه أن يفيد مالكي هذه الشركات في تحديد أولويات العمل على نحو أفضل.

الشكل (01): مراحل نمو الشركة الناشئة




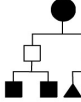
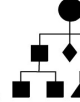









Source: Neil C. Churchill And Virginia L. Lewis, « The Five Stages Of Small Business Growth », Harvard Business Review, May- June 1983, Page 03.

– المراحل الخمس لنمو الشركات الناشئة: فعلى سبيل المثال لا يمثل التخطيط الاستراتيجي أو مراقبة عمليات التشغيل أولوية قصوى للشركات الناشئة على خلاف ما يمثله التخطيط المالي والنقدي من أولوية هامة بالنسبة لها. وقد أورد الباحثون في دراستهم نموذجاً يمثل المراحل الخمس التي تمر بها الشركات الناشئة في رحلة النمو، وهي: الوجود- البقاء- النجاح- الانطلاق- النضج.

صمم الباحثون نموذج المراحل الخمس استناداً إلى 5 عوامل إدارية؛ وهي: نمط الإدارة- الهيكل التنظيمي- وجود نظم رسمية- استراتيجية الشركة- دور المالك في الشركة. الآن لنقم بجولة تفصيلية

نكتشف بها كل مرحلة من المراحل الخمس لنمو الشركات الناشئة، ونعرف خلالها عوامل تحقيق النجاح في كل مرحلة، وما هي المشكلات الرئيسية التي ينبغي حلها للعبور من هذه المرحلة إلى المرحلة التي تليها:

الشكل رقم (02): خصائص الشركات الناشئة في كل مرحلة من مراحل النمو

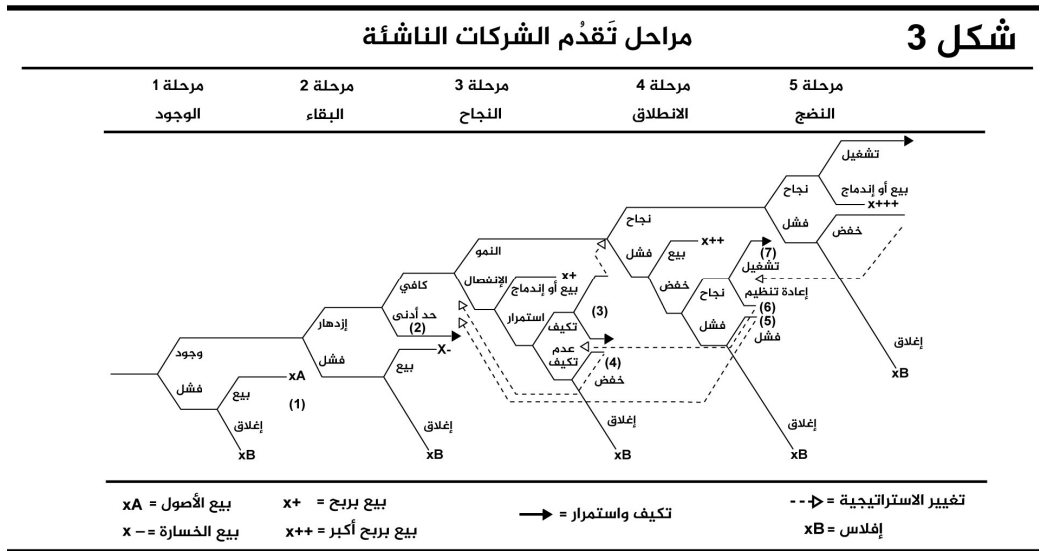
	مرحلة 1	مرحلة 2	مرحلة 3-أ	مرحلة 3-ب	مرحلة 4	مرحلة 5
نمط الإدارة	إشراف مباشر	إشراف غير مباشر	تفويض وظيفي	تفويض وظيفي	تقسيم العمل	تنفيذي واستشاري
الهيكل التنظيمي						
شاملة رسمية	الوجود	الحد الأدنى أو غير موجود	الحد الأدنى	أساسي	نامي	ناضج
استراتيجية الشركة	الوجود	البقاء	الحفاظ على الوضع الراهن	توجيه الموارد للنمو	النمو	إعادة الاستثمار
الشركة والمالك						

*الدائرة الأصغر تمثل المالك، الدائرة الأكبر تمثل الشركة.

Source: Neil C. Churchill And Virginia L. Lewis, « The Five Stages Of Small Business Growth », Harvard Business Review, May- June 1983, Page 04.

1. مرحلة الوجود: يتعلق نجاح الشركات الناشئة في هذه المرحلة بأمريين أساسيين، وهما قدرة الشركة على تقديم المنتج المطلوب، وقدرتها على جذب عملاء لشرائه. من الضروري الإجابة عن أسئلة أساسية في هذه المرحلة؛ وهي:

- هل يمكن الحصول على عدد كاف من العملاء؟ وهل يمكن إخراج المنتجات إلى النور؟ وهل يمكن للمنتجات أن تكون على مستوى جودة يضمن للشركة استمرارية النشاط؟
 - هل في الإمكان تحقيق التوسع في كل من الإنتاج وقاعدة العملاء بما يزيد من حجم المبيعات؟
 - هل هناك ما يكفي من رأس المال المطلوب لمرحلة البدء هذه؟
 - تكون العوامل الإدارية التي سبق الإشارة إليها؛ في مرحلة الوجود على النحو التالي:
 - النمط الإداري: إشراف مباشر من المالك.
 - الهيكل التنظيمي: في الحدود الدنيا.
 - وجود نظم رسمية: في الحدود الدنيا أو غير موجودة.
 - استراتيجية الشركة: البقاء على قيد الحياة.
 - دور المالك في الشركة: ببساطة المالك هو الشركة، فهو يمول ويشرف ويقوم بكل مهام الإدارة.
 - إذا ما فشلت الشركة في هذه المرحلة (النقطة 1) سيكون مصيرها إما الإغلاق عند نفاذ رأس المال التشغيلي، أو بيع الشركة بقيمة أصولها دون خسارة، أو إشهار الإفلاس والذي يمثل أسوأ السيناريوهات وإذا ما نجحت الشركة في تحقيق الوجود في هذه المرحلة، ستنقل إلى المرحلة التالية.
- الشكل رقم (03): مراحل تقدم الشركات الناشئة



Source: Neil C. Churchill And Virginia L. Lewis, « The Five Stages Of Small Business Growth », Harvard Business Review, May- June 1983, Page 05.

2. البقاء: المرحلة الحاسمة في نمو الشركات الناشئة: بعدما أثبتت الشركة نجاحًا عمليًا على أرض الواقع، ينبغي عليها في هذه المرحلة إدارة كل من الإيرادات والمصروفات على أفضل نحو ممكن وتقديم إجابات على السؤالين التاليين:

– هل يمكن الحصول على تمويل كافٍ لاستبدال أو إصلاح أصول الشركة أثناء تأكلها خلال عمليات التشغيل؟

– هل يمكن الحصول على تمويل كافٍ للتوسع في الإنتاج، بما ينقل الشركة من طور الإنتاج دون خسائر إلى طور تحقيق أرباح؟

تتسم مرحلة البقاء من حيث العوامل الإدارية الخمس بالآتي:

– النمط الإداري: إشراف غير مباشر.

– الهيكل التنظيمي: مركب حيث يوجد مدير مبيعات أو مدير عام.

– وجود نظم رسمية: يوجد نظام للتنبؤ بالإيرادات والمصروفات.

– استراتيجية الشركة: البقاء على قيد الحياة.

– دور المالك في الشركة: لا يزال المالك والشركة كيانًا واحدًا.

بعض الشركات الناشئة تبقى على قيد الحياة لبعض الوقت في هذه المرحلة وتحقق أرباحًا هامشية (النقطة 2). وقد تفشل وينتهي بها المطاف إلى بيعها بخسارة طفيفة، أو تغلق نهائيًا وتخفي بعيدًا عن الأنظار أما إذا نجحت الشركة في تحقيق أهداف هذه المرحلة وهي كبر حجم الشركة وزيادة أرباحها فإنها تنتقل إلى المرحلة الثالثة.

3. النجاح: المرحلة المصيرية للشركات الناشئة: في هذه المرحلة يقع على عاتق إدارة الشركات الناشئة الاختيار بين قرارين استراتيجيين، إما تحقيق الاستقلالية للشركة بانفصالها عن المالك (النجاح- الانفصال)، أو توجيه الموارد لصالح تحقيق نمو إضافي والحصول على حصة أكبر من السوق (النجاح- النمو) وفيما يلي ملامح كل مرحلة فرعية منهم على حدة:

أ- النجاح- الانفصال: في المرحلة السابقة حققت الشركة نجاحًا اقتصاديًا مرضيًا وأصبحت تجني أرباحًا متوسطة أو فوق متوسطة. وبالتالي فقد تحقق لها الاستقرار الذي يكفل الاستمرار على هذا الحال إلى أجل غير مسمى، شريطة ألا ينل من هذا الاستقرار متغيرات بيئية خارجية أو فشل إداري يؤدي إلى انخفاض تنافسية المنتجات.

مع استمرارية نجاح الشركة واستقرار سير العمل بها، يبدأ المالك في الانفصال تدريجيًا عن الشركة سواء كان السبب في ذلك هو تأسيسه لأنشطة تجارية في مكان آخر، أو بسبب مشاركة آخرين في صنع القرارات.

وتتسم مرحلة الانفصال من حيث العوامل الإدارية الخمس بالآتي:

- النمط الإداري: تفويض وظيفي.
- الهيكل التنظيمي: آخذ في النمو.
- وجود نظم رسمية: نظم مالية وتسويق وإنتاج أساسية.
- استراتيجية الشركة: الحفاظ على الوضع الراهن.
- دور المالك في الشركة: انفصال المالك عن الشركة.

قد تبقى العديد من الشركات الناشئة في هذه المرحلة الفرعية دون الانتقال إلى المراحل التي تليها (النقطة 3)؛ يعود سبب ذلك إلى طبيعة السوق التي لا تسمح بالنمو أو إلى صغر حجم المجتمع الذي تمارس فيه الشركة نشاطها وقد يقرر صناع القرار بيعها في صفقة رابحة أو دمجها مع كيان أكبر، أما إذا فشلت الشركة في التكيف مع الوضع الجديد "الانفصال" (النقطة 4)، فسيتم تقليص النفقات والعودة لمرحلة البقاء السابقة أو يتم إغلاقها وإذا نجحت الشركة في التكيف مع المتغيرات الداخلية والخارجية، ففي هذه الحال من الممكن أن يتم تغيير الاستراتيجية باتجاه النمو السريع والقفز إلى المرحلة الرابعة (الانطلاق).

ب- النجاح النمو: في هذه المرحلة الفرعية يقرر مالك الشركة شحذ كل الموارد المتوفرة باتجاه تحقيق النمو والحصول على حصة سوقية أكبر. وينبغي الاهتمام في هذه المرحلة بعنصرين اثنين، الأول هو ضمان استمرار قدرة النشاط الأساسي للشركة على توليد أرباح بمعدلات أعلى من متطلبات التمويل، والثاني هو الاهتمام بتطوير القدرات الإدارية للمديرين بما يتلائم مع توسع أنشطة الشركة وتتسم مرحلة النمو من حيث العوامل الإدارية الخمس بالآتي:

- النمط الإداري: تفويض وظيفي.
- الهيكل التنظيمي: آخذ في النمو.
- وجود نظم رسمية: آخذ في النمو.
- استراتيجية الشركة: توجيه الموارد للنمو.
- دور المالك في الشركة: المالك هو الناشط الأكبر في ممارسة أعمال الشركة.

إذا فشلت الشركة في تحقيق هدف النمو في هذه المرحلة، قد يتم اكتشاف الأسباب في الوقت المناسب، ومن ثم يتم تصحيح الاتجاه، واتخاذ قرار الانفصال عن المالك (المرحلة الفرعية النجاح -

الانفصال). أو قد يفوت أوان ذلك فتراجع الشركة إلى المرحلة السابقة (البقاء)، وذلك قبل أن تزداد الأمور سوءًا وتشهر الإفلاس، أو تلجأ لتخفيض أسعار المنتجات لبيعها بشكل عاجل (Distress sale). أما إذا نجحت الشركة في أول محاولاتها للنمو خلال هذه المرحلة، فستنضح هذه "المحاولة"

وتتحول إلى "استراتيجية نمو" في المرحلة التالية.

4. مرحلة الانطلاق: ينصب الاهتمام في هذه المرحلة على تسريع نمو الشركة، وأيضًا على توفير مصادر تمويل لتلبية متطلباته. وتكون الأسئلة المطروحة بقوة هي:

- هل يمكن للمالك تفويض المهام للآخرين بنجاح في ظل النمو السريع والمعقد التي تحققه الشركة، مع الالتزام بوضع ضوابط للأداء وقدرة على اكتشاف الأخطاء؟

- هل توجد مصادر تمويل كافية لتلبية المتطلبات المتزايدة للنمو، ولأجل ذلك هل يوجد لدى المالك استعداد للاستدانة بنسبة أعلى من نسبة أسهمه بالشركة؟

تتسم مرحلة الانطلاق من حيث العوامل الإدارية الخمس بالآتي:

- النمط الإداري: تقسيم العمل.

- الهيكل التنظيمي: آخذ في النمو.

- وجود نظم رسمية: دقيقة وشمولية ناضجة.

- استراتيجية الشركة: النمو.

- دور المالك في الشركة: قدر معقول من الانفصال بين المالك والشركة.

إذا لم تستطع الشركة تحقيق النمو السريع في هذه المرحلة، فيمكن عرضها للبيع في صفقة رابحة على أن يحدث ذلك في الوقت المناسب. وفي كثير من الأحيان تفشل الشركات الناشئة التي تصل إلى مرحلة الانطلاق في تحقيق النمو المطلوب لهذه المرحلة، إما لوقوعها في فخ النمو الأسرع من اللازم، وبالتالي نفاذ مصادر التمويل، أو لفشل المالك تفويض مهامه بفعالية يضطرها هذا الفشل إلى تخفيض نفقاتها، ومن ثم تكون على موعد مع أحد السيناريوهين: الأول: تتدارك الفشل وتستعيد توازنها وتحافظ على استمرارية النجاح (النقطة 7) والثاني: تتراجع إلى مرحلة النجاح - الانفصال لتعيد تنظيم العمل ثم تحاول النمو مجددًا (النقطة 6). أما إذا كان الوضع سيئًا للغاية، وحققت الشركة فشلًا بعد تخفيض النفقات، فستراجع إلى ما هو أكثر من ذلك (النقطة 5) عائدة إلى مرحلة البقاء أو يتم إغلاقها وفي حال تخطي الشركة مرحلة الانطلاق بنجاح على المستوى الإداري والمالي؛ وهو الأمر الذي قد يحدث في غياب الإدارة الأصلية واستبدالها بأخرى جديدة؛ ستشكل مرحلة الانطلاق مرحلة محورية في حياة الشركة، تكون بعدها على مشارف تحولها إلى شركة كبيرة.

5.مرحلة النضج: اهتمام الشركة الرئيسي في هذه المرحلة ينصب على توحيد الأرباح الناجمة عن النمو والتحكم فيها، بالإضافة إلى الحفاظ على مزايا الشركات الناشئة مثل مرونة الاستجابة لأي متغيرات قد تحدث، والحفاظ على روح المبادرة وعلى صناع القرار في هذه المرحلة الإسراع بتطوير النظام الإداري بما يواكب النمو الذي حدث، وكذلك استخدام أساليب إدارية أكثر احترافية كالميزانيات والتخطيط الاستراتيجي والإدارة بالأهداف. وتكون العوامل الإدارية الخمس في مرحلة النضج على النحو التالي:

- النمط الإداري: تنفيذي واستشاري.

- الهيكل التنظيمي: آخذ في النمو.

- وجود نظم رسمية: شاملة ومتطورة.

- استراتيجية الشركة: إعادة الاستثمار.

- دور المالك في الشركة: انفصال تام بين المالك والشركة.

في هذه المرحلة تكون الشركة قد حققت هدفها النهائي، وكل عناصر النجاح المطلوبة باتت متوفرة من مصادر تمويل كافية، وإدارة كفاء، ومزايا الحجم الصغير للشركة بإمكان الشركة في هذه المرحلة أن تصبح قوة هائلة في السوق، إذا ما حافظت على روح المبادرة الخاصة بها أما إذا لم تحافظ عليها، فستدخل في مرحلة سادسة غير حميدة وهي "مرحلة الجمود" حيث تميل الإدارة إلى تجنب المخاطر والبعد عن القرارات الإبداعية عادة ما تدخل مرحلة الجمود هذه الشركات الكبيرة التي يساعدها استقرار البيئة الخارجية وعدم حدوث تغييرات كبيرة فيها، على الحفاظ على حصتها السوقية الكبيرة وقوتها الشرائية ومواردها المالية غير أن المنافسين الآخرين الذين استقلوا قطار النمو السريع عادة ما يلاحظون هذه التغييرات

(https://blog.mostaql.com/the_five_stages_of_startups_growth).

4- أفضل الشركات الناشئة في العالم ودروس مستفادة من كل واحدة

في هذا الجزء سوف نعرض لكم قائمة بأفضل الشركات الناشئة، التي أصبحت في خلال فترة قصيرة أحد الشركات العملاقة العابرة للقارات وهي كالتالي:

1- Facebook: البعض يطلق على Facebook الاب الروحي للشركات الناشئة، نظراً لأنه بدأ بداية صغيرة عام 2003 من غرفة طالب اسمه مارك زوكربيرج كان هدفه هو تسهيل عملية التواصل بين زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية في عام 2012 تجاوز عدد مستخدمي فيسبوك عتبة المليار مستخدم، والذي أصبح أكبر شبكة اجتماعية في العالم. واليوم فيسبوك لديه 2.45 مليار مستخدم شهري لا يوجد أي حظ في رحلة تحول فيسبوك من موقع محلي بسيط إلى منصة عملاقة للتواصل ودخولها قائمة أفضل

الشركات الناشئة بل على العكس تماماً، فما بين الدعاوى القضائية وفضائح تسريب معلومات المستخدمين يمكن أن نقول أن الحظ السيء هو الملازم الدائم لهذه المنصة لكن السبب الحقيقي في هذا النجاح والنمو هو التطوير المستمر الذي يمر به في الشكل وفي الأداء وفي الخواص، ببساطة إن كنت مستخدم دائم لـ فيس بوك في الخمس سنوات الماضية سوف تذكر جيداً كيف كان وكيف أصبح، وهذا هو سر نجاحه.

فيسبوك وتحدي خصوصية المستخدمين: على الرغم من أنه من المستحيل تحديد الطرق التي ساعد بها فيسبوك الأشخاص على التواصل، إلا أنه الآن لا يعد وسيلة بريئة للتواصل أو على الأقل وسيلة آمنة، واطن أننا تعلمنا أمراً أو اثنين حول خصوصية البيانات، وكيف يتعامل فيسبوك مع بيانات مستخدميهم وأمانها هذا الجانب من فيسبوك كان موجود منذ فترة ليست بالقصيرة، والعديد من خبراء تكنولوجيا المعلومات أبدوا تخوفهم منه من قبل، لكنه بدأ في التجلي والظهور بشكل أكبر عندما فُتح أكثر من تحقيق في فضيحة تسريب بيانات المستخدمين الشخصية، والتي كان المسؤول عنها شركة **Cambridge Analytica** (وهي شركة استشارات سياسية بريطانية) في هذه الفضيحة تم الوصول إلى معلومات خاصة بـ 87 مليون مستخدم من مستخدمي فيسبوك بدون علمهم، واكتشفت شركة متخصصة في الأمن المعلوماتي أن بيانات 540 مليون مستخدم لم تكون محمية من قبل فيسبوك، هذا بخلاف اعتراف إدارة فيسبوك أن المخترقون قد قاموا بسرقة البيانات الشخصية الخاصة بـ 30 مليون مستخدم هذه الحادثة أثرت على فيس بوك كثيراً، وافقدته ثقة العديد من مستخدميهم حول العالم، لكنه لم ينهار بشكل كامل بل تعافى (نعم بشكل جزئي لكنه يظل أمر جيد)، بعد هذه الحادثة كل من مارك زوكربيرج وإدارة فيسبوك قدموا وعوداً للمستخدمين بعدم تكرار هذا الحادث مجدداً، وهذا أمر سوف نتأكد من صحته بمرور الأيام.

الدرس المستفاد هنا: التربع على عرش النجاح لا يعني عدم وجود تحديات، فاحترام المستخدم والحرص على ارضاءه وعدم اغضابه هو سر الاستمرار.

Slack -2: لمن لا يعرف تطبيق وموقع **Slack** فهو بمثابة خدمة مخصصة لتسهيل وإدارة العمل للشركات والمؤسسات، مما يمنح العاملين مستوى غير مسبوق من التحكم في سير العمل والتواصل بين بعضهم البعض الآن بعد أن وصل سلاك إلى كل مكان تقريباً، يبدو من الغريب أن نتذكر أنه لم يكن لدينا تطبيق للتواصل في مكان العمل قبل عام 2013، لقد أثبتت استراتيجية الشركة في سوق المنتجات الشبه مجانية أنها عبقرية للغاية ومبتكرة، مما أتاح لها التواجد في جميع أنواع الشركات كما يجدر الإشادة

بالنجاح المستمر وغير التقليدي للشركة، والذي كان واضحاً عندما قامت بطرح اسهمها للجمهور في بورصة نيويورك للأوراق المالية.

شركة ألعاب والصدفة والنجاح الغير متوقع: شركة ألعاب تبتكر برنامج لمساعدتها في تنظيم أعمالها والتواصل بين موظفيها، فتتوصل إلى تطبيق ناجح يساوى الآن أكثر من 16 مليار دولار، لا هذه ليست نكتة هذه هي قصة نجاح تطبيق سلاك كون سلاك من أفضل الشركات الناشئة وأسرعها نمواً في التاريخ، لا يعد العامل الوحيد الذي يجعله تطبيق فريد من نوعه كانت عملية تطوير سلاك ليصبح منتج خدمي عملية غير تقليدية، حيث كان الغرض الأساسي من إبتكاره (من قبل شركة ألعاب تدعى تيني سبيك) غير الغرض الذي عرف به بعد نجاحه حيث لم يخطط ستوارت باترفيلد (مبتكر تطبيق سلاك) وفريقه عمداً لإنشاء منتج أو خدمة للمكاتب والشركات وأماكن العمل، ولكنهم ابتكروا الاداة لأنفسهم، وفيما بعد أدركوا إمكانيات سلاك التجارية، والنجاح الذي يمكن تحقيقه على مستوى عالمي.

الدرس المستفاد هنا: الشركات العملاقة من الممكن أن تنبع من مجرد فكرة جانبية بسيطة انتجها فريق عمل شركة في تخصص آخر تماماً.

Epic Games-3: شركة تطوير ألعاب إلكترونية تأسست باسم **Potomac Computer Systems** في منزل والد المؤسس تيم سويني، اتخذت اسم **Epic MegaGames** (لاحقاً أصبح الاسم **Epic Games** حتى تظهر الشركة كأنها شركة عملاقة) كان أول مشروع كبير لها هو محرك ألعاب قوى يدعي **Unreal Engine**، الذي لا يزال يحقق نجاحاً ضخماً، وتستعين به شركات ألعاب ضخمة في صنع ألعابها من خلاله وبالطبع من ضمن أقوى إنجازات هذا المحرك لعبة **Fortnite** حصان شركة **Epic Games** الأسود، التي تحجني مئات الملايين من الدولارات في الشهر من خلاله، والذي أصبح ظاهرة ثقافية مع أكثر من 250 مليون لاعب في جميع أنحاء العالم.

لعبة مجانية تحقق أرباح طائلة؟: لا، إنه ليس عنوان خادع أو كذبه، فلعبة فورت نيات مصدر الدخل الرئيسي لمتجر ألعاب إبيك جيمز... هي لعبة مجانية منذ صدورها في عام 2017 وحتى هذه اللحظة، هل تتساءل كيف؟ حسناً الإجابة هي: المعاملات المالية الصغيرة أو **Micro Transactions** وهي مصطلح معروف في عالم الألعاب الإلكترونية يطلق على عمليات الشراء التي تتم داخل الألعاب مثل شراء زي معين أو شخصية جديدة وهو مصطلح ليس بجديد، وبالطبع لم تخترعه شركة إبيك جيمز كل ما في الأمر أنها استثمرت فيه بشكل صحيح حيث أن العديد من شركات الألعاب العملاقة كانت تستخدم هذا الأسلوب، لكن مع ألعاب مدفوعة أي أنك تشتري اللعبة، ثم تدفع أموال أخرى للحصول على إضافات، وأحياناً تكون مجبر على شراء هذه الإضافات لتتمكن من منافسة اللاعبين الآخرين لكن ما

قدمته ابيك جيمز هو لعبة إلكترونية مجانية برسوم مبهرة وتحكم ممتاز، وخيرت المستخدمين ما بين شراء إضافات للعبة مثل ألوان جديدة للأسلحة أو ملابس للشخصيات، وما بين عدم دفع أي مبلغ واللعب بشكل مجاني، دون اكتساب أو فقدان أي ميزة تؤثر على طريقة اللعب أو الفوز.
الدرس المستفاد هنا: من خلال بعض المرونة والإبتكار يمكنك استخدام نهج مستخدم من قبل وتحقيق نجاح باهر لم يصل له غيرك.

4-Tesla: تسلا هي سحر دائم لكل من المستهلكين والمستثمرين، نظراً لأنها أصبحت الشركة المصنعة للسيارات الكهربائية الأكثر مبيعاً في عام 2018، ودفعت شركات تصنيع السيارات الأخرى إلى الإسراع في إنتاج السيارات التي تعمل بالكهرباء وبها خاصية السائق الآلي.

موقف محرر: تخيل أن تكون مدير واحدة من أفضل الشركات الناشئة في التاريخ، وأثناء إجراء اختبار صلابة منتج أمام ملايين الأشخاص يتعرض المنتج للكسر بسهولة، هل تخيلت الأمر؟ حسناً ضاعف مدى الإحراج الذي تعرض له ايلون ماسك (مؤسس ومدير شركة تسلا) إلى على الأقل ثلاثة أضعاف عندما تعرف أن المنتج موضع الاختبار هو أحدث سيارات شركة تسلا، والاختبار كان تحديداً على مدى صلابة زجاج هذه السيارة برر ايلون هذا الحادث لتعرض الزجاج للاختبارات صلابة كثيرة وراء الكواليس قبل بدء عرض الاختبار أمام الجمهور، قد يكون هذا السبب منطقي فعلاً، لكنه لم يساهم في رفع الحرج عن شركة تسلا أو يمنع من انخفاض اسمها في البورصة بمقدار 6% بعد الحادثة مباشرة.

الدرس المستفاد: مهما كانت درجة قوتك فعليك أن تكون واثقاً تماماً قبل استعراض هذه القوة.

5-Snapchat: عندما أطلق Snapchat في عام 2011، لاقى العديد من السخرية والتهكم حول الإبتكارات التي يمكن أن يضيفها إلى مفهوم الرسائل النصية، لكن قد تبين أن مؤسس Snapchat توقعوا بدقة ماذا سوف يحققه التطبيق، حيث في غضون سنوات، أصبحت معظم منصات التواصل الاجتماعي تحاكي مميزات تطبيق Snap، والذي يقدم واجهة استخدام سهلة ومحبية للمعلنين.
عنصرية وطبقية أم مبالغة؟ وجد مؤسس سناب شات إيفان شيبغل نفسه في موقف حرج، بعد أن رُفع عليه دعوى قضائية عام 2015 من قبل أحد موظفي شركته نفسها أنطونيو بوميلينو يتهمه فيها بالتحيز والعنصرية واستشهد أنطونيو في الدعوى بتعليقات أدلى بها شيبغل، بأن الشركة كانت مهتمة فقط بالتوسع في الدول الغنية والابتعاد عن الدول الفقيرة مثل الهند تراجعت أسهم سناب شات بنسبة 1% في أعقاب الدعوى، لكن الشركة لم تتعرض لأضرار دائمة، وبالطبع دافعت عن نفسها حيث قالت إن فكرة تركيزها على البلدان ذات الدخل المرتفع فقط هي فكرة سخيفة.

الدرس المستفاد: الميثاق الأخلاقي والسمعة لمديري ومؤسسي الشركات يساهم في مستوى نجاح وفشل الشركات.

Airbnb -6: في عام 2008، عندما طبق ثلاثة أصدقاء نموذج السوق على مراتب الهواء في الغرف والغرف الإضافية، كان حصول الفكرة على شعبية أمر مستبعد للغاية لكن على الرغم من ذلك وفي غضون ثلاث سنوات كانت الشركة قد حجزت مليون إقامة، وظهر لها كيان اقتصادي، والآن يقيم مليوني شخص في الليلة في الأماكن المدرجة في قوائم موقع **Airbnb** في أحدث تقييم لـ **Airbnb** وصلت قيمتها إلى أكثر من 35 مليار دولار (أعلى من القيمة السوقية لسلسلة فنادق هيلتون أو ماريوت) ويبدو أنها تستعد لإطلاق أسهمها في السوق.

كيف حصل مؤسسي **Airbnb** على التمويل بطرق سهلة: لتمويل مشروعهم، بدأ مؤسسي **Airbnb** (براين تشيسكي وجو جيبيا) في بيع حبوب الافطار **Cereals** الخاصة بالمرشحين لرئاسة الولايات المتحدة في ذلك الوقت (بارك اوباما وجون ماكين) حيث تمكنوا من جني 30 ألف دولار من بيع علب حبوب الافطار التي تحمل صور المرشحين، كما قاموا بتأليف بعض الأغاني المضحكة القصيرة كدعاية لهذه الحبوب جمعت **Airbnb** أول تمويل لها بقيمة 20 ألف دولار من **Y Combinator** الشركة العملاقة التي تعمل على تمويل الشركات الناشئة، في ذلك الوقت كانت الشركة مازالت تكسب 200 دولار فقط في الأسبوع، ومع ذلك قرر مؤسسيها استخدام إيراد الشركة للسفر إلى نيويورك، أكبر سوق لهم لمقابلة مستخدميهم وهناك اكتشفوا أن المشكلة الرئيسية هي أن صور معظم أماكن الإقامة ليست جيدة، فقاموا بشراء كاميرا، وبدأوا في الذهاب إلى مكان تلو الآخر لالتقاط صور أفضل لها لتعجب عملائهم وتشجعهم على الإقامة في هذه الأماكن.

الدرس المستفاد: التمويل يمثل واحد من تحديات الشركات الناشئة، ولكن طالما هناك فكرة جيدة فمشكلة التمويل لها ألف حل.

Stripe -7: كان **PayPal** عمره حوالي 10 سنوات عندما قام جون وباتريك كولسون الأيرلنديين الذين لم يكملوا تعليمهم الجامعي، بتحويل سبعة أسطر من الاكواد البرمجية إلى منافس قادر على البقاء وثورة في مجال الدفع عبر الإنترنت ما صمموه كان طريقة سهلة تمكن أي شخص من ربط موقعه على الإنترنت بمزود خدمة الدفع (مثل باي بال)، واليوم توفر **Stripe** هذه الإمكانية لآلاف الشركات الصغيرة، وتستخدمها الشركات العملاقة أيضاً مثل **Lyft** و **Target** و **Salesforce**.

قراءة الكتب سر من أسرار النجاح: هذه هي الطريقة التي تفوق بها مؤسسو **Stripe** على منافسيهم، بالنسبة للبعض قد تبدو قراءة الكتب سر غريب من أسرار النجاح، هذا لأنه عندما تقوم بإنشاء شركة من

الصعب قياس تأثير قراءة كتاب على نمو الإيرادات مثلاً، لكن بالنسبة إلى الإخوة كولسون كانت القراءة جزءاً لا يتجزأ من تفكيرهم منذ بداية العمل على Stripe على مر السنين علق العديد من المستثمرين البارزين على مدى ذكاء باتريك وجون، ومن ضمنهم المستثمر الكبير مايك موريتز الذي أشار إلى الإخوة باعتبارهم من اذكي رواد الأعمال الذين ساندتهم على الإطلاق أما ديفيد لي الذي ساهم في تأسيس شركة Refactor التي تستثمر في تمويل الشركات الناشئة في بدايتها، يقول عن باتريك كولسون: "إنه لامع، إنه شخص يتمتع بالجاذبية كما إنه قائد جيد ومن النادر جداً رؤية كل ذلك في شخص واحد." وعلى الرغم من وجود مجموعة متنوعة من العوامل التي تؤثر على ذكاء الشخص، إلا أنه من الإنصاف القول إن جون وباتريك كولسون كلاهما قارئ متعطش، واستفادوا بشكل كبير من استيعاب الأفكار الموجودة داخل الكتب أثناء إنشاء Stripe.

الدرس المستفاد: القراءة والإطلاع والبحث الدائم عن المعرفة له دور مهم جداً في نجاح رواد الأعمال بالهوض بشركاتهم الناشئة.

Udacity - 8: Udacity هي شركة في مجال التعليم عبر الإنترنت، توفر شهادة تسمى النانو (Nanodegree)، وهي تختلف عن تكنولوجيا النانو بالرغم من تشابه الاسم، حيث من خلال هذه الشهادة يمكن للطلاب دراسة المواضيع التقنية والبرمجة، والحصول على شهادات معتمدة من متخصصين في مختلف المجالات التقنية الفكرة التي تعمل الشركة على نشرها هي أنك لا تحتاج دائماً للحصول على درجة علمية تقليدية مدتها أربع سنوات (والتي قد تتطلب العديد من الدورات التدريبية، وحياناً تكون لا علاقة لها بمجال دراستك).

لذا يأخذك Udacity في رحلة عميقة، حول ما تحتاج إلى معرفته بالفعل، لبدء بناء مسارك الوظيفي بشكل أسرع وبتكلفة أقل.

ما المميز في شهادة النانو وكيف تقوم Udacity بمساعدتك في تعلمها بشكل صحيح: بغض النظر عن المعرفة التقنية الهائلة التي تقدمها الشهادة ما بين تعلم أساسيات لغة برمجة Python وتعلم HTML و CSS، وغيرها من الأدوات واللغات الهامة في مجال البرمجة فإن الأمر الأكثر إثارة للاهتمام هو أنه بعد انتهاء الدراسة في هذه الشهادة يكون الطالب قد كون حوالي 4 مشاريع كاملة يمكنه وضعها على موقع GitHub الشهير أو يضيفها الى سيرته الذاتية وذلك لأن Udacity يركز على اسلوب التعلم بالممارسة، حيث يقوم الطالب بمشاهدة مقاطع الفيديو وقراءة المقالات والمدونات حول موضوعات الشهادة، وبعد ذلك يقوم بعمل مشروع (مثل تطبيق أو موقع إلكتروني) وتقديمه. ثم تتم مراجعته من قبل مراجع متخصص حتى يحدد نجاح الطالب من عدمه، إذا فشل الطالب في المراجعة

فسوف يقدم المراجع تحليلاً كاملاً للمشروع وكيف يمكن تحسينه أيضا يواصل **Udacity** تزويد طلابه بمختلف الموارد والفرص (حتى بعد إتمام الدراسة والحصول على الشهادة)، لمساعدتهم في الحصول وظيفة ومكان في العالم الرقمي.

الدرس المستفاد: تقديم حل متكامل وشامل للتعامل هو واحد من مفاتيح النجاح المهمة في عصرنا هذا. **Uber -9**: ربما كان لدى أوبر بعض المشاكل على مر السنين، لكن ليس هناك شك في تأثير الشركة على وسائل النقل الحديثة، تتيح لك أوبر عدة مزايا هامة مثل إمكانية مشاركة تكلفة الرحلة مع صديق أو زميل، طلب سائقين خاصين (بدلاً من سيارات الأجرة التقليدية) كل هذا من خلال تطبيق بسيط على هاتفك، كما يتيح للعديد من الأشخاص فرصة لكسب المال كسائق في أوقات فراغهم.

مستقبل مشرق لكنه محفوف بالعقبات: مثل **Google** و **Apple Inc** و **Tesla Motors**، تستعد **Uber** أيضاً لإطلاق سيارات بدون سائق، وتخطط الشركة حالياً للحصول على تصريح لسيارتها ذاتية القيادة في كاليفورنيا، ومع ذلك فقد كان الطريق وعراً حتى الآن لا سيما منذ أن رفعت **Waymo (Google) Alphabet Inc** دعوى قضائية ضد شركة **Uber** بتهمة سرقة تقنية القيادة الذاتية، ناهيك عن طرد مؤسسها ومديرها التنفيذي، ربما قابلت أوبر أسوأ عقبة لها في مارس 2018 عندما اصطدمت إحدى سياراتها ذاتية القيادة بأحد المارة وتسببت في موته، مما تسبب في توقف الشركة مؤقتاً عن إجراء جميع الاختبارات.

الدرس المستفاد: النجاح محفوف بالمخاطر في ظل المنافسة الشرسة التي تسيطر على العالم الاقتصادي اليوم.

Dropbox-10: يقدم **Dropbox** ميزة تخزين الملفات بشكل فعال لمساعدتك في الحفاظ على ملفاتك المهمة، وتنظيمها ويسهل عليك عملية الوصول إليها يمكنك استخدام **Dropbox** للوصول إلى ملفاتك الرقمية من خلال أي متصفح أو جهاز محمول، أيضاً يمكنك من مشاركة الملفات بشكل عام أو خاص (يمكن حتى التحكم في إتاحة ملفاتك للأشخاص الذين لا يستخدمون **Dropbox**).

الوضوح سر النجاح الأعظم: لا حظ درو هوستون أحد مؤسسي دروب بوكس، أن معظم الشركات تكافح لشرح خدماتها ومنتجاتها لعملائها، لذلك عمل على تقديم شرح واضح وبسيط لعملائه يوضح فكرة **Dropbox**، وكيف يعمل وقد نجح في تحقيق هذا الأمر بكفاءة في بداية إطلاق التطبيق كانت الصفحة الرئيسية لـ **Dropbox** بسيطة، وتوصف منتجها بشكل واضح "احصل على سعة تخزينية سحابية ومزامنة لملفاتك عبر أجهزة مختلفة"، في الحقيقة لفترة طويلة كانت صفحتهم الرئيسية تشبه

صفحة هبوط بسيطة لا تظهر بشكل احترافي في صفحات الإحالة (الصفحات التي تمكن المستخدم من ارسال التطبيق إلى أصدقائه، والحصول على مميزات إضافية عندما يقومون باستخدامه)، كانت العناوين واضحة "الحصول على المزيد من المساحة التخزينية" كان يمكن دائماً كتابة "إحالة صديق" لكن ليس من الواضح على الفور ما تحصل عليه عندما يستخدم أحد اصدقائك **Dropbox** قد يبدو هذا أمراً تافهاً، لكن تذكر أن نطاق انتباه الاشخاص منخفض للغاية على الإنترنت، لذلك ما لم تتمكن من شرح هدف الخدمة أو المنتج الذي تقدمه خلال بضع ثوان لن تنجح في تحويل زائر موقعك من مجرد زائر الى عميل أو مستخدم.

الدرس المستفاد: في أحياناً كثيرة عليك العمل بكل جد لتوضيح وشرح ما تقدم لعملاءك بشكل مبسط
(<https://www.alrab7on.com>).

5- واقع وفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر: يعتبر موضوع المؤسسات الناشئة من أكثر المواضيع التي تسلطت عليها الأضواء في بيئة الاعمال الجزائرية مؤخراً، وتجدر الإشارة أن الجزائر تاخرت قليلا في اطلاق هذا النوع من المشاريع، خاصة في ظل التاخر التكنولوجي على مختلف الاصعدة، بالاضافة إلى ضعف التطوير الذي لم يتجاوز 7% من اجمالي الناتج المحلي سنة 2016 محتملة بذلك المرتبة 64 على المستوى العالمي بالنسبة للجزائر وبالرغم من وجود بعض المبادرات المحدودة في انشاء شركات ناشئة، إلا أنه ولحد الان لا توجد تجربة رائدة، كما يلاحظ ان اغلب الشركات الناشئة تنشط في مجال التسويق الالكتروني كما أنها مجرد محاكاة لتجارب سابقة في العالم، كما هو حال بالنسبة للأنجح الشركات الناشئة على المستوى الوطني، شركة واد كنيس (ouedkniss.com) وهو موقع الكتروني مخصص للاعلانات تم اطلاقه ينة 2006 وهو عبارة عن مادة لفكرة تم تطبيقها في فرنسا (leboncoin.fr) (بوالشعور شريفة، 2018، ص 247).

6- تحديات والصعوبات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الوطن العربي و الجزائر
شهد الوطن العربي رواجاً كبيراً في مجال ريادة الأعمال خلال الفترة الأخيرة، حيث ظهرت استثمارات كبيرة وشركات ناشئة وأفكار مبتكرة، لكن لكل عمل عقباته ومشكلاته، التي إن تغلب عليها العاملون بالمجال، لكانت أعمالهم أكثر سهولة وأكبر نجاحاً، فتعالوا معنا نتعرف على أهم العقبات التي تواجه رواد الأعمال في عالمنا العربي:

- ضعف التخطيط: يرتكب معظم رواد الأعمال في المنطقة العربية خطأ شائعاً، ألا وهو جمع تمويلًا يفيهم للانطلاق فقط، رغم أنه من المعروف أنه على أية شركة ناشئة أن توفر تمويلًا يكفي للعمل مدة

تتراوح بين 18 إلى 24 شهرًا، حيث تلك هي الفترة التي تحتاجها الشركات . في الغالب . لجني ربح حقيقي.

- سوء التدريب: رواد الأعمال في الوطن العربي لا تنقصهم الموهبة أو الإبداع، إلا أنهم بالطبع ينقصهم الكثير من التدريب، ولهذا السبب فإنك قد تجد أفكارًا مبتكرة ومُدَهِّشَة إلا أنها مع ذلك تفشل في اجتذاب التمويل، وذلك بسبب الضعف في عرض الفكرة، وتجد أيضًا شركات ناشئة كان يتوقع لها مستقبلًا باهرًا؛ إلا أنها توقفت عن العمل بسبب انعدام الكفاءة في الإدارة، فالتدريب والإدارة هما مكونان ضعيفان في مجال ريادة الأعمال بالوطن العربي، رغم أهميتهما الكبيرة.

- غياب التمويل: رغم النمو الواضح والمتزايد في الاستثمارات في الوطن العربي؛ إلا أن المبالغ التي يتم استثمارها في الشركات الناشئة لم تزل صغيرة، وما زال رواد الأعمال الموهوبون يعانون صعوبات كبيرة من أجل الحصول على التمويل اللازم لمشاريعهم، وتواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة مشكلة أكبر في جمع التمويل اللازم للتوسع، ما يجعل تلك الشركات تضطر إلى الحد من نشاطاتها والتأخر عن المكانة التي تستطيع الوصول إليها.

- حجم السوق: تعمل الشركات الناشئة في الوطن العربي ضمن سوق صغير نسبيًا، وفي أي مجال ريادي ستكون المنافسة بين الشركات الناشئة صعبة لأنه ربما لا يتحمل السوق الجميع، وهذا يمنع الشركات من التوسع ودخول أسواق جديدة في المنطقة.

- غياب التعاون: إذا تعاونت الشركات الصغيرة والناشئة فيما بينها، فإن هذا التعاون يمكن أن يُثمر بيئة لازمة لتجاوز العديد من العقبات، فمن خلال التعاون يمكن وضع حلول لمشكلات التسويق وفتح أسواق جديدة، وإيجاد آلية أكثر فعالية للوصول إلى المعلومات، وذلك عنصر من أهم عناصر نجاح ريادة الأعمال.

- أنظمة التشريعية: رغم أن الحال أفضل كثيرًا عن ذي قبل؛ إلا أن الأنظمة التشريعية في الوطن العربي ما زالت بعيدة عن دعم الأعمال؛ فإنه قد يستغرق إنشاء شركة في بيروت أو عمّان وقتًا طويلًا، في حين أنه يمكن إنشاء شركة في الولايات المتحدة خلال 24 ساعة، ويؤدي التعامل مع الروتين المنتشر والتشريعات إلى إضاعة مجهودات رواد الأعمال وأوقاتهم، ويزيد من تردد المستثمرين في دعم المشاريع الجديدة.

- الاضطراب السياسي: تعد الظروف السياسية غير المستقرة التي يمر بها الوطن العربي من أهم وأكبر عوامل تردد المستثمرين في دخول سوق ريادة الأعمال فيه، إلا أنه وجب التنويه؛ فهذا الخوف يسري فقط على المستثمرين الذين لا يعرفون سوق الوطن العربي جيدًا، أما أصحاب الخبرة في المنطقة من رواد

الأعمال فتجدهم يثقون في قدرتهم على تجاوز المصاعب (دنيازاد عياشي بالقيس، مارس 2019
(<https://alqabas.com/article>).

أما فيما يخص العوائق والتحديات التي تواجه الشركات الناشئة في البلد المحلي على العموم فإن الشركات الناشئة في الجزائر تعاني جملة من النقائص وتواجه تحديات تقف حائلا امام تطورها، ويعود ذلك لعدة أسباب:

- حداثة ومحدودية كل من فكرة الشركات الناشئة في الجزائر، ضعف المورد البشري وعدم تأهيله وافتقاره لفلسفة كافية حول المقاولاتية في الجزائر التي تواجه العديد من الصعوبات والتحديات خاصة فيما يتعلق بنقص الأفكار ابداعية والمبتكرة.

- ضعف التمويل، ونقص راس المال المخاطر للاستثمار، الإجراءات البيروقراطية وعدم مواكبة التشريعات والقوانين.

- تخلف الانتاجية وعدم مطابقة المعايير الدولية مما يجعل من المنتج الجزائري عاجزا عن دخول أسواق الكبرى نظرا لضعف منافسته.

- ضعف الانفاق الحكومي على البحث العلمي، وانفصال الجامعة ومراكز البحث العلمي عن ارض الواقع.

- التخلف التقني وعدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الاعمال العالمية الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية (بوالشعور شريفة، 2018، ص 249).

خاتمة: هدفت هذه الورقة البحثية لتحري تحديات التي تواجه الشركات الناشئة حيث مزال الوطن العربي والمحلي يعاني من نقص الأعمال الرائدة أو مقاولاتية حقيقية التي تلبى حاجيات السوق مع تأخر اهتمام بتأسيس مثل هذا النوع من المؤسسات التي تساهم في دعم التنمية.

قائمة المراجع:

- منار حداد وحازم خطيب، دراسة ميدانية تهدف إلى دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية العلوم الادارية والمالية، جامعة إربد الأهلية، الأردن، بدون سنة النشر، ص 08.
- صالح الصالح، أساليب وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، ندوة حول: المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، الاشكالات وأفاق التنمية، القاهرة جمهورية مصر العربية، 18-22 يناير، 2004، ص 167.
- <https://www.alrab7on.com/what-is-a-startup/23:11/21/10/2020>.
- بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم تنمية المؤسسات الناشئة **statups** : دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد الثاني، سنة 2018، ص 420.
- https://blog.mostaql.com/the_five_stages_of_startups_growth/19:06,21/10/2020.
- <https://www.alrab7on.com/21:56/21/10/2020>.
- بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم تنمية المؤسسات الناشئة **statups** : دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 427.
- دنيا زاد عياشي بلقيس مشاكل الشركات الناشئة 41: 23/10/2020 00 <https://alqabas.com/article/> وكيفية حلها، المحرر القبس الإلكتروني 26 مارس 2019.
- بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم تنمية المؤسسات الناشئة **statups** : دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 429.