

الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة العربي بن مهيدي - ام البواقي-
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

مؤسسات الناشئة

من إعداد:

- زروال مصطفى
- روحاني أمجد

تحت اشراف الأستاذ:
عمارة نور الهدى

2026/2025

خطة البحث

مقدمة

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الناشئة

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة

المطلب الثاني: خصائص الشركات الناشئة

المطلب الثالث: الفرق بين المؤسسات الناشئة والشركات المصغرة

المبحث الثاني: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر

المطلب الأول: تطور المؤسسات الناشئة في الجزائر

المطلب الثاني: متطلبات نجاح الشركات الناشئة

المطلب الثالث: العقبات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر.

المطلب الرابع: نماذج عن بعض الشركات الناشئة في الجزائر.

خاتمة

قائمة المراجع

مقدمة

تعتبر المؤسسات الناشئة مصدرا رئيسيا للثروة وخلق مناصب شغل ونتيجة للتطورات التي شهدتها عولمة الاقتصاد خضعت هذه الاخيرة لاهتمام خاص من قبل السلطات العمومية حيث تكتسي المؤسسات الناشئة في الوقت الراهن اهمية بالغة في اقتصاديات الدول المتقدمة و حتى الدول الناشئة و النامية لما تتميز به من سرعة النمو والتطور والقدرة على تحويل المعرفة الى تكنولوجيا و ابتكارات تساعد على تحقيق التنافسية على الصعيد الدولي و النمو للدول إدراكا للتحديات و الاشكاليات المرتبطة بإنشاء وتطوير الشركات التكنولوجية الناشئة بذلت الحكومة الكثير من الجهد لتخفيف القيود الإدارية والمائية حول هذه الشركات سواء من ناحية التمويل أو من ناحية المرافقة والدعم و خلق نظام بيئي متكامل يهدف الى تشجيع حاملي المشاريع الى تحويل افكارهم الابداعية الى مؤسسات ناشئة. ان هذه الدراسة تسلط الضوء في البداية الى الإطار النظري للمؤسسات الناشئة مرورا الى واقعها في الجزائر مع ذكر اهم الاجراءات المتخذة في سبيل دعمها دون غرض النظر عن التحديات التي تواجهها.

إشكالية الدراسة:

- نحاول من خلال هذه الدراسة الاجابة على التساؤل الرئيسي التالي:
- ماهو واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الناشئة والمؤسسات الناشئة

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة

تعرف المؤسسة الناشئة startup اصطلاحاً حسب القاموس الانجليزي: على انها مشروع صغير بدا للتو وكلمة startup تتكون من جزئين start وهو ما يشير الى فكرة الانطلاق و up ما يشير لفكرة النمو القوي. وقد بدا استخدام مصطلح المؤسسات الناشئة بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة مع بداية ظهور شركات راس المال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك.

وتعرف المؤسسات الناشئة على انها شركات حديثة العهد يتم تأسيسها بواسطة رائد أعمال أو مجموعة بهدف تطوير منتج أو خدمة مميزة لإطلاقها في السوق. بحسب طبيعتها تميل المؤسسات الناشئة التقليدية إلى التمتع بأعمالها المحدودة عند التأسيس وانطلاقها من مبلغ استثماري أولي يضعه المؤسسون أو أحد من أقاربهم.

تقوم المؤسسة الناشئة Startup على أعمال تجارية قابلة للنمو، وتنمو بطريقة سريعة جداً وفعالة بالمقارنة مع شركة تقليدية صغيرة أو متوسطة الحجم

المطلب الثاني: خصائص الشركات الناشئة

تتميز المؤسسات الناشئة بمجموعة من الخصائص والتمثلة في:

مؤسسات حديثة العهد: أي أنها تتميز مؤسسات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى مؤسسات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

سرعة النمو: من إحدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة Startup هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيرادات أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل، حيث ان المؤسسة الناشئة تتمتع بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، كنتيجة على ذلك، ينمو هامش الأرباح لديها بشكل يبعث على الدهشة. وهذا يعني أنها لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس، هي مؤسسات قادرة على توليد أرباح كبيرة جداً مؤسسات الناشئة مصممة لتنمو بسرعة حالما تعثر على نموذج عملها التجاري الأنسب.

الاعتماد على التكنولوجيا:

تتميز الـ Startup بأنها مؤسسة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة، وإشباع الحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية حيث تعتمد المؤسسات الناشئة startups على التكنولوجيا للنمو والتقدم والعثور على التمويل من خلال المنصات على الإنترنت ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال.

استنساخ نموذج مستدام:

كل مؤسسة ناشئة قابلة للاستنساخ غالباً إذ تمثل Airbnb و Uber المثال الافضل لديمومة استنساخ نموذج عمل تجاري في بيئات مغايرة وعلى نطاق اوسع يديره فريق مختلف مع الحفاظ التام على نفس معدلات الربحية. قد يتطلب الامر تعديلات طفيفة وأحياناً ضرورية لتكييف النموذج على محلية السياق

لكن المنطلق ذاته فان كانت شركتك تلبي احتياجا محددا بدقة، او يقدم خدمة موجهة للتسويق على نطاق معين فمن الصعب تسمية شركتك بمؤسسة ناشئة.

المطلب الثالث: الفرق بين المؤسسات الناشئة والشركات المصغرة

الشركات الناشئة والشركات المصغرة نوعان من الأعمال، لكنهما يختلفان في جوانب عدة. فيما يلي شرح مفصل للاختلافات بين الاثنين

تعريف

المؤسسة الناشئة هي شركة تم تأسيسها حديثا تهدف إلى تطوير منتج أو خدمة فريدة وتقديمها إلى السوق. غالبا ما تركز الشركات الناشئة على نماذج الأعمال المبتكرة والقابلة للتطوير مع إمكانية النمو السريع. المشاريع المصغرة هي شركات صغيرة تعمل عادة على المستوى المحلي أو الإقليمي. تتميز بوجود عدد صغير من الموظفين وإيرادات منخفضة نسبيا.

إمكانيات النمو:

المؤسسة الناشئة تعرف الشركات الناشئة بإمكانياتها العالية للنمو بما أنها تهدف إلى توسيع نطاق عملياتها بسرعة والحصول على حصة أكبر في السوق. غالبا ما تسعى الشركات الناشئة للحصول على تمويل من أصحاب رأس المال الاستثماري أو المستثمرين الملاك لتمويل خطط النمو الخاصة بهم. المشاريع المصغرة عادة ما تكون المشاريع الصغيرة ذات إمكانات نمو محدودة وقد تركز على خدمة سوق متخصصة أو مجتمع محلي معين. في حين أنها يمكن أن تنمو وتتوسع إلى حد ما، فإن نموها عادة ما يكون أكثر تدريجيا ومقيدا مقارنة بالشركات الناشئة.

التمويل:

المؤسسة الناشئة تتطلب الشركات الناشئة عادة تمويلا كبيرا لتغذية خطط النمو وجهود البحث والتطوير. غالبا ما تبحث عن استثمار خارجي من أصحاب رأس المال الاستثماري أو المستثمرين الملاك أو من خلال حملات التمويل الجماعي.

المشاريع المصغرة تعتمد المشاريع الصغيرة عادة على المدخرات الشخصية أو قروض الأعمال الصغيرة أو المنح لبدء عملياتها والحفاظ عليها. احتياجاتهم المالية أصغر بشكل عام مقارنة بالشركات الناشئة.

الابتكار:

المؤسسة الناشئة تتميز الشركات الناشئة بتركيزها على الابتكار وتسعى جاهدة لتطوير منتجات أو خدمات أو نماذج أعمال جديدة تقدم عروض قيمة فريدة للعملاء. المشاريع المصغرة قد لا تتمحور المشاريع الصغيرة حول الابتكار. لأنها غالبا ما تقدم سلعاً أو خدمات أثبتت نجاحها في السوق.

المخاطر

المؤسسة الناشئة: ترتبط الشركات الناشئة بمخاطر أعلى بسبب طبيعتها المبتكرة وعدم اليقين في النجاح في السوق والمنافسة المحتملة تفشل غالبية الشركات الناشئة، ولكن تلك التي تنجح يمكن أن تحقق عوائد كبيرة.

المشاريع المصغرة تميل المشاريع الصغيرة إلى أن تكون لديها مخاطر أقل لأنها غالباً ما تلبي سوقاً محلياً معيناً وتوفر السلع أو الخدمات مع طلب ثابت. كما أن لديها قاعدة عملاء مستقرة، ولكن إمكانيات نموها محدودة أكثر.

قابلية التوسع

المؤسسة الناشئة تهدف الشركات الناشئة إلى تحقيق قابلية التوسع السريع، مما يعني أن لديها القدرة على تنمية قاعدة عملائها وإيراداتها ووجودها في السوق بشكل كبير خلال فترة قصيرة.

المشاريع المصغرة عادة ما تكون المشاريع الصغيرة أقل قابلية للتطوير مقارنة بالشركات الناشئة. قد يوسعون عملياتهم إلى حد ما، ولكن نموها يكون بصفة أكثر تدريجية ويقوده عوامل مثل حجم السوق والطلب المحلي.

المبحث الثاني: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر

المطلب الأول: تطور المؤسسات الناشئة في الجزائر

يعتبر موضوع الشركات الناشئة من أكثر المواضيع التي تسلطت عليها الأضواء في بيئة الأعمال الجزائرية مؤخرًا، وتجدر الإشارة أن الجزائر تأخرت قليلاً في إطلاق هذا النوع من المشاريع، خاصة في ظل التأخر التكنولوجي على مختلف الأصعدة، بالإضافة إلى ضعف الانفاق الحكومي على البحث العلمي والتطوير الذي لم يتجاوز 7% من إجمالي الناتج المحلي سنة 2016

بالنسبة للجزائر وبالرغم من وجود بعض المبادرات المحدودة في إنشاء شركات ناشئة، إلا أنه ولحد الآن لا توجد تجربة رائدة، كما يلاحظ أن أغلب الشركات الناشئة تنشط في مجال التسويق الإلكتروني، كما أنها مجرد محاكاة لتجارب سابقة في العالم، كما هو الحال بالنسبة لأنجح الشركات الناشئة على المستوى الوطني، شركة واد كنيس (ouedkniss.com) وهو موقع إلكتروني مخصص للإعلانات، تم إطلاقه سنة 2006 وهو عبارة عن إعادة لفكرة تم تطبيقها في فرنسا

كما في تطور المؤسسات الناشئة هناك نظرة ترتبط بالنظرة الثقافية المجتمعية، وهذا يجعل الشاب الجزائري الراغب في الاستثمار في هذا الميدان يخضع للتأثيرات المحيطة، فنحن عندما نرى مؤسسة ناشئة لا نغيرها أهمية فنجد مثلاً الشباب حين يرغب في إجراء تربص فإنه يختار ويفضل أكبر المؤسسات على مؤسسات صغيرة والسبب هو اعتقادهم بأن المؤسسة الصغيرة أو الناشئة لا تملك شيئاً تمنحه إياه أو تضيفه لهم، لكن الواقع هو عكس ذلك تماماً فالطالب أو المتربص يمكنه ان يتعلم الكثير من الأشياء في المؤسسات الناشئة بدل المؤسسات الكبيرة.

المؤسسات الناشئة لا تتمتع بسمعة جيدة في الجزائر بسبب تلك النظرة المجتمعية والثقافية الضيقة، فعادةً يعتبرون بأن أصحابها يضيعون وقتهم أو يمارسون نشاطاً ليس ذي قيمة، ولكن في الدول الأخرى فإن نشاط هذه المؤسسات الناشئة هي من تخلق الثروات وتوفر سوق العمل ف سبيل المثال فإن 100 ألف مؤسسة صغيرة بعائد 200 أورو شهرياً، هذا يعطي رقماً هائلاً في صيد الأعمال ومجال التوظيف، لأن 100 ألف مؤسسة صغيرة يديرها شخصين أو ثلاثة تساوي 100 ألف منصب شغل.

المطلب الثاني: متطلبات نجاح الشركات الناشئة

يظهر الاتجاه نحو الأهمية المتزايدة للشركات الناشئة في الاقتصاد العالمي حماساً لريادة الأعمال، ولكي يستمر هذا الاتجاه ولا يكون ظاهرة مؤقتة يجب أن تستمر الشركات الناشئة في النمو وأن تكون قادرة على المنافسة من أجل البقاء

وفي هذا السياق يمكن استخلاص أهم آليات النجاح والتي تعتبر كمطلب أساسي لضمان استمرارها : خلق قيمة ملتزمة بتنمية رأس المال الفكري والتي يمكن أن تكون في شكل معرفة وعلامات تجارية وبراءات اختراع وعلاقات، حيث يعمل معظم رواد أعمالها على اكتساب موارد متنوعة من خلال التعليم أو الخبرة العملية، وهو أمر ذو قيمة كبيرة لمؤسساتهم في مرحلة البدء الحاسمة البحث المستقبلي في مجال إنشاء المؤسسات الناشئة حيث يمكن أن تولد الأبحاث المستقبلية أحدث المعارف للتعامل مع المنافسين والتحديات الأخرى التي قد يواجهها رواد الأعمال؛

تحتاج العوامل المحيطة بقرار بدء مشروع ناشئ إلى مزيد من الاستكشاف والإبداع والذي يتطلب تطوير نماذج متكاملة إضافية من منظور معرفي خاصة الاهتمام بالتوجهات السائدة يقول "ريتشارد ويرب (Richard Werbe) "مؤسس منصة (Study Pool) لتقديم الدروس الخاصة عبر الإنترنت" " ليس من الضروري ابتكار أفكار إبداعية كلياً بل يستطيع أصحاب المؤسسات الناشئة أخذ الأفكار التي تحظى بالشعبية في الوقت الراهن والاستعانة بما هو رائج حالياً في الوصول إلى خدمة أو منتج أفضل ؛

تجنيد المواهب المناسبة حيث يعتبر فريق العمل العمود الفقري لنجاح للشركة الناشئة ويمكن أن يؤدي وجود شخص واحد يفتقر إلى الكفاءة فيه إلى عرقلة التقدم، فحينما تضم المؤسسات الناشئة أصحاب المواهب المناسبة وحينما يمتلكون الرؤيا ذاتها فإن ذلك سيزيد من فرص النجاح؛

التواصل مع المجتمع مما يحفز المساعدة المتبادلة وبناء العلاقات بالاعتماد على جمع المعلومات وأفضل الممارسات من خلال شبكات ريادة الأعمال وغيرها؛

الاهتمام بالمبيعات وكيفية تسويقها إن التركيز على نوع معين من المنتجات أو العملاء هو مفتاح النجاح من خلال اقتناص مكانة أو شريحة سوق محدودة بدلاً من التنافس على جميع الزبائن؛

التعرف على تطبيق وتنفيذ خدمات الدعم المقدمة من الشركات الناشئة المماثلة والسعي للاستفادة منها، بما يسمح بالتصدي للتحديات المحددة للشركات الناشئة والحد من الروتين.

المطلب الثالث: العقبات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر.

تعرض المؤسسات الناشئة في الجزائر العديد من العقبات والعراقيل ويمكن تلخيصها في:

أولاً: عراقيل إدارية:

من أبرز ما يعرف سير خلق المؤسسات الناشئة في الجزائر البيروقراطية والتعقيدات الإدارية عند القيام بإجراء التأسيس، فبالعودة للجزائر يستغرق انشاء مؤسسة ناشئة حوالي شهر وربما يفوق، بينما بالولايات المتحدة يستغرق 24 ساعة.

ثانياً: عراقيل تسويقية

نقص الإمكانيات للمؤسسات الناشئة خاصة يجعل منها تعكف عن التطور والنمو،

وبالتالي عدم المتابعة حيث تتمثل الإمكانيات في المال والمعلومات للبحث والتقصي والخبرة وهذه العراقيل تعتبر السبب الرئيسي في فشل المؤسسات الناشئة بالجزائر.

ثالثاً: عراقيل فنية:

تعتمد المؤسسات الناشئة على فريقها إن تم جمعه، حيث لا تتحمل نفقات عمال مؤهلين وتكون مجرد فكرة لم تخرج بعد، وبعد سببا في حجب الرؤية الجيدة لمختلف الجوانب السوقية والتقنية لتطوير المنتج أو الخدمة مع متطلبات رغبة الزبون.

رابعاً: عراقيل تمويلية

تحتاج المؤسسة الناشئة في تطوير فكرتها لتمويل دراسات السوق ولتجربة المنتج أو الخدمة، وقد تعيد التجربة عدة مرات مما يتطلب أموالاً إضافية ويحد عدم توفرها من قدرات المبتكر، وبعد الإرساء على نموذج عمل جيد وجديد مع ضمان زبائن وسوق لتصريف منتجاتها أو خدماتها، فهي تحتاج لنمو كبير

وتطورها فأغلب الباحثين بالمجال يجمعون على أن التمويل جد ضروري وأكبر تحدي للمؤسسات الناشئة.

خامسا: عراقيل تشريعية

بحيث لم تظهر وضعية قانونية واضحة ودقيقة للمؤسسات الناشئة والشكل الذي تتخذه قانونا، خاصة في مراحلها الأولى، وأين تقوم بنشاط هدفه تجاري قانونيا لكن لم تصل لمرحلة تحقيق إيرادات وبالتالي لا تجد لنفسها وضعا قانونيا كما أن حصر الدولة للمؤسسات الناشئة بالتكنولوجيا عقد من إحداثها لا سيما عندما تكون فكرة المؤسسة متجهة لقطاع أو مجال تنقوض فيه التكنولوجيا.

المطلب الرابع: نماذج عن بعض الشركات الناشئة في الجزائر.

بما أن الجزائر تشهد حاليا تحولا نحو تعزيز روح ريادة الأعمال وتطوير الشركات الناشئة، فقد شهدت السنوات الأخيرة ارتفاعا ملحوظا في عدد الشركات الناشئة التي تعمل على تقديم حلول ابتكارية وتلبية احتياجات السوق المحلية.

الفرع الأول: شركة يسير.

تعتبر شركة يسير من بين الشركات السبّاقة في استخدام التكنولوجيا المتطورة لتقديم خدمات متنوعة لاسيما في مجال النقل، حيث تم انتخابها في عام 2019 من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي من بين 100 شركة ناشئة عربية والخامسة في المنطقة المغاربية التي تشكل الثروة الصناعية، ومن بين أفضل 12 شركة ناشئة في إفريقيا. تقدم يسير خدمة نقل مبتكرة يمكن استخدامها عن طريق الهاتف الذكي في أي مكان وفي أي وقت حيث تسمح للجميع بحجز سائق والتحرك بأمان وترفع شعار " سائق سعيد، راكب سعيد

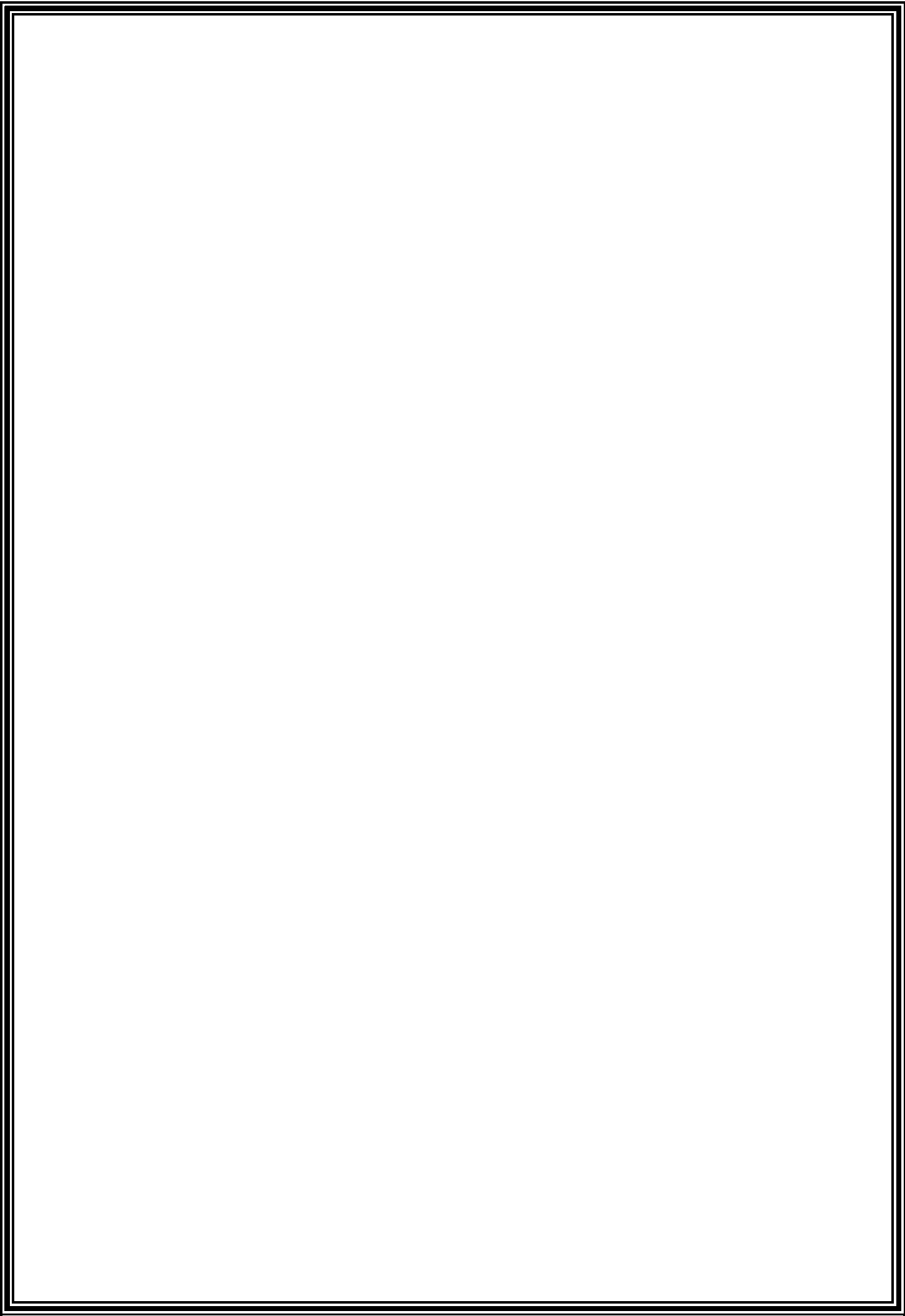
وتركز على المبادئ التالية:

بساطة الاستخدام: يكفي أن يقوم الزبون بتنزيل التطبيق على هاتفه، أما السائقون فلديهم نسخة خاصة بهم. الخدمة متوفرة دائما: وهذا في أي وقت ومكان تغطيه الشركة. تقديم أفضل تسعيرة: حيث تأخذ بعين الاعتبار كثافة حركة المرور، نوعية الخدمة المسافة وتوقيت التنقل. تقديم خدمة ذات جودة وهذا بتقليص وقت الانتظار بالنسبة للزبون والسائق، تقديم خدمة آمنة وتحسين التواصل بين السائق والزبون.

الفرع الثاني: موقع SIAMOIS QCM

هي أول منصة الكترونية جزائرية موجهة لطلبة الطب المقبلين على اجتياز امتحان التخصص، أنشأت في 10 جوان 2017، تتيح للطلبة توفير الوقت والجهد والمال من خلال تقديم أكثر من 50.000 سؤال وحالة طبية مصنفة حسب المصدر والتخصص ودرجة الصعوبة، كما تمكنهم المنصة من اضافة ملاحظاتهم وتصنيفهم للأسئلة والحالات مما

يوفر لهم بيانات تحليلية حول أدائهم، وتعتبر الوحيدة في مجالها في الجزائر ما يجعلها فكرة ابتكارية. تعتبر Siamois QCM مثالا على المؤسسات الناشئة في الجزائر التي تستخدم التكنولوجيا لتوفير حلول مبتكرة في مجال معين. وتعكس رؤية الشركة التزامها بتطوير الحلول التقنية المتقدمة وتعزيز الابتكار في المجالات الرقمية



خاتمة

تعد تجربة الجزائر في تطبيق المؤسسات الناشئة تجربة حديثة خاصة للعراقيل التي شهدها الاقتصاد الجزائري في الآونة الأخيرة خاصة في الجانب المؤسسي، وبالرغم من ذلك حاولت السلطات العمومية تقديم العديد من الحلول البنائة التي كانت بمثابة مجموعة من الاجراءات المطروحة في سبيل دعم هذه المؤسسات بدون غرض النظر عن التحديات التي واجهتها ، من خلال خلق جو مناسب لتكوين هاته المؤسسات التي تعول عليها الدولة بنسبة كبيرة لتكون مساهما فعالا في اقتصاد البلاد وخلق فرص عمل للشباب، ومحاولة تحسين ادائها والخدمة التي تقدمها الذي يتأتى من تغيير الذهنيات، اضافة الى محاربة العراقيل الإدارية التي تواجه مستقبل المؤسسات الناشئة والصغيرة.

من خلال هذه الدراسة يمكن الخروج بمجموعة من التوصيات يمكن ان تساهم في تطوير وتنمية قطاع المؤسسات الناشئة في الجزائر

- وضع رؤية مشتركة لتشجيع الابتكار؛
- تكييف النظام القانوني والضريبي مع الشركة الناشئة وحاملي المشاريع المبتكرة والمستثمرين؛
- تنفيذ تدابير تمويل فعالة للباحثين ورجال الأعمال والشركات الناشئة؛
- فتح الأسواق العمومية والاستراتيجية للشركات الناشئة؛
- تحفيز رجال الاعمال والمستثمرين لتمويل الشركات المبتكرة ذات الإمكانيات العالية تشجيع ثقافة الابتكار والمقاولاتية