

مقدمــــــــــــــــة:

تواجه معظم الاقتصاديات الناشئة في يومنا هذا ضغوطاً سريعة لمواكبة التطور في الاقتصاد العالمي، وبينما كانت الأصول التقليدية؛ مثل الأراضي واليد العاملة الرخيصة، تحدد مؤشرات نجاح وفشل الاقتصاد، فإن فئة جديدة من الأصول تشكل حالياً مستقبل الاقتصاد؛ مثل مهارات قوى العمل والمرافق العصرية وسهولة الوصول إلى رأس المال والمعلومات وكذلك ريادة الأعمال والنشاط الإبداعي.

حيث تعتبر المشاريع الناشئة من المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي وأهم دعائم ضمان التنمية المستدامة، فقد أصبح الاهتمام بها في دول العالم باختلاف مستوى تطورها يأخذ حيزاً أكثر أهمية مع مرور الوقت، حيث رسخت القناعة على ضرورة تشجيع الشركات الناشئة واستخدامها كأداة لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، بعد أن كان الاهتمام ينصب على الشركات الكبيرة والمجمعات الصناعية الضخمة، إن الشركات الناشئة في حقيقة الأمر القاطرة التي تأخذ باقتصاد أي بلد باتجاه النمو والازدهار. وعلى عكس الاعتقاد الشائع، فإن الاقتصاديات التي تعطي اهتماماً خاصاً بالشركات الناشئة هي الاقتصاديات الأكثر نمواً والأقدر على حل المشاكل الاقتصادية لبلداتها حيث يتجه الواقع العالمي في ظل المتغيرات الحالية بشكل ملموس نحو ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال ودعم وتنمية المشاريع الناشئة.

1 - تعريف الشركات الناشئة: هناك العديد من التعريفات لكن نقتصر على ذكر أهمها:

حسب القاموس الإنجليزي تعرف المؤسسة الناشئة **Start-up**: "هي مشروع صغير في بداية مهده، وتتكون كلمة **Start-up** من جزأين **Start** وهو الإشارة إلى فكرة الانطلاق و **up** والذي يشير لفكرة النمو القوي".

كما عرفها **Paul Graham** في مقاله حول النمو **growth** على أنها شركة صممت للنمو بسرعة، أي **(growth = start-up)**. ولكونها تأسست حديثًا لا يجعل منها شركة ناشئة **(Startup company)** في حد ذاتها.

وعليه يمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسة تسعى لابتكار وطرح منتج أو خدمة جديدة وتسويقها، كما أنها تتميز بارتفاع المخاطرة وحالة عدم التأكد، في مقابل تحقيق نمو سريع و قوي مع احتمال تحقيقها لأكبر عائد ممكن في حالة نجاحها.

وبحسب **Patrick Fridenson** الشركة الناشئة لا تتعلق بالعمر ولا بالحجم ولا بقطاع النشاط، ويجب أن تتضمن وتستوفي الشروط الأربع التالية:

- نمو قوي محتمل؛
- استخدام تكنولوجيا حديثة؛
- تحتاج لتمويل ضخم؛
- سوق جديد مع صعوبة تقييم المخاطر.

2 - أنواع الشركات الناشئة

هناك تقسيمات للشركة الناشئة، تختلف حسب اختلاف المدارس الاقتصادية وطبيعة اقتصاديات الدول وأهداف الشركة بحد ذاتها، لكن يمكننا أن نحصرها في أشهر الأنواع كالاتي:

أولاً: من حيث الحجم

حجم رأس المال وعدد الموظفين والنطاق الجغرافي الذي تستهدفه لتقديم أو بيع منتجاتها:

- **شركة الأعمال الصغيرة**: غالبًا يكون مؤسسها فردًا واحدًا وربما الموظف الوحيد فيها، رأس مالها صغير جدًا ومتواضع، وهذه أبسط أنواع الشركات الناشئة، مثل ورشة عمل الحرفيين كالسباكين والحدادين. إذ لا يسعى هؤلاء إلى التوسع إلا نادرًا، كما أن شرائح العملاء المستهدفين تكون منحصرة في مجتمعاتهم المحلية، وحتى لو وظفوا عمالًا فلن يتجاوز عددهم عدد أصابع اليد غالبًا.

- **شركة ناشئة مصغرة:** تشمل الشركات العائلية، ويكون رأس مالها أقل من المتوسط، ولا يتجاوز عدد موظفيها في الغالب 30 فردًا، أغلبهم يكونون من العائلة نفسها أو من دائرة الأصدقاء أو المعارف، وهي أكبر قليلاً من شركة الأعمال الصغيرة. ومن أمثلتها الشركات الفلاحية أو المصانع التحويلية.
- **الشركة الناشئة المتوسطة:** تتطلع إلى التوسع والنمو بوتيرة متسارعة، وقد يصل عدد موظفيها إلى ألفي موظف، وتميل أكثر إلى المخاطرة والابتكار والإبداع، ومن أمثلتها شركات المحاماة وشركات المقاولات والبناء.
- **الشركة الناشئة الكبيرة:** شركة عملاقة تبدأ برأس مال ضخم جدًا وفريق عمل محترف وعدد موظفين وعمال بالآلاف، مع نطاق عمل جغرافي واسع جدًا، وهذا النوع نادر جدًا إيجاده، على اعتبار أن أغلب الشركات الناشئة تكون صغيرة أو مصغرة، تتدرج في النمو والتطور لتصبح متوسطة ثم كبيرة في مرحلة لاحقة.
- لكن في حال إطلاق شركة ناشئة كبيرة دفعة واحدة ستجدها إما امتداد لشركة أخرى أكبر منها مع نفس الملاك، أو شركة ناشئة يتميز مؤسسوها بحس المخاطرة والرؤية المستقبلية والإدارة الحكيمة، وطبعًا بالنفوذ السياسي أو غيره لتمكين الشركة من أخذ وضعها في السوق مبكرًا.

ثانيًا: من حيث طبيعة النشاط

طبعًا هناك آلاف النشاطات ولن نستطيع حصرها في مجال أو اثنين، لكن المشهور من التصنيفات:

- **شركات نمط الحياة:** هي تلك التي يؤسس فيها شخص أو مجموعة ما شركتهم، بناءً على شغفهم وميولهم، كتأسيس وكالة سياحية رقمية، وغيرها من الأفكار المرتبطة بالشغف مع مواكبة التكنولوجيا ومراعاة الجانب الابتكاري.
- **شركات ناشئة اجتماعية:** معناها واضح من اسمها، فهي تسعى إلى خدمة المجتمع ولا تركز على الجانب المادي والربح كثيرًا، مثل إنشاء شركة لتصنيع الأعضاء البشرية الاصطناعية أو مركز لرعاية المسنين مجهز بأخر الروبوتات الذكية.

ثالثًا: من حيث التوسع

- **شركات ناشئة تسعى للحفاظ على مكتسباتها:** والبقاء على ما هي عليه، مثلما رأينا مع شركات الأعمال الصغيرة. ولا تهدف سوى توفير حياة كريمة للأسرة وخدمة نطاق محلي ضيق.
- **شركات قابلة للنمو والتطور:** مثل الشركات الناشئة المصغرة والمتوسطة، إذ تتطلع للأمام وتبذل في سبيل ذلك الغالي والنفيس خاصةً المتوسطة منها.
- **شركات ناشئة قابلة للبيع:** هي شركات تحصل على فرص استثمارية أفضل، ولا يسعى مؤسسوها للنمو والتطور بهدف السيطرة على السوق لأطول مدة. مثل الشركات المتوسطة والكبيرة، ولكن يهدفون لتنميتها والعمل على تطويرها لأقصى حد من أجل عرضها للبيع والحصول على أفضل صفقة ممكنة من الشركات العملاقة التي ستسعى للاستحواذ عليها وضمها إليها، مثل استحواذ شركة فيسبوك على تطبيق واتساب للتواصل الاجتماعي، وعلى تطبيق انستغرام أيضًا، فالموقعين لم يكن الهدف منهما في البداية المنافسة والتوسع بل البيع.

وعمومًا لا يمكن حصر كل أنواع الشركات الناشئة كما أسلفنا لكثرة أهدافها، وعدم اتفاق الخبراء على العدد المحدد للموظفين والعمال وحجم رأس المال والنطاق الجغرافي المستهدف، الذي على أساسهم يتم التصنيف والتقسيم.

3- مميزات تأسيس شركة ناشئة

بغض النظر عن حجمها أو أهدافها تشترك الشركات الناشئة التي يتم تأسيسها من قبل رواد الأعمال بعدة ميزات وخصائص منها :

1- الابتكار والإبداع ومواكبة التكنولوجيا

أي الخروج عن المألوف ليس غاية في حد ذاته، بل خروجًا ذا فائدة ويسعى إلى إضافة قيمة إلى العملاء المستهدفين، لناخذ مثالاً على تأسيس شركة ناشئة تختص في الطباعة الثلاثية الأبعاد أو في تصنيع الروبوتات، حيث لا يكون الهدف البقاء في الدائرة التقليدية للوظائف والخدمات .

2- التركيز على الأرباح أكثر من النمو

طبعًا جميع الشركات أيًا كان نوعها تسعى للربح، لكن حاجة الشركة الناشئة لا سيما الصغيرة أو المصغرة للربح أكثر من غيرها، لأنه سيساهم في بقائها وتفادي الإفلاس المبكر، إلى حين أن يتم توسيع شرائح العملاء المستهدفين أكثر أو جذب المستثمرين وربما تحقيق شروط الإدراج في البورصة لاحقًا.

3 - تعدد مصادر التمويل

عكس الشركات الأخرى التي لا تسعى للنمو، تبحث الشركة الناشئة غالبًا على عدة ممولين ومستثمرين لتوسيع آفاقها مستقبلاً وتعتمد أكثر على حاضنات الأعمال ورؤوس الأموال الاستثمارية، بدل المصادر التقليدية للتمويل.

4 - الصفات القيادية لمدير العمل

توافر مدير العمل على صفات الحزم والصرامة مع شيء من المرونة، بالإضافة للمخاطرة وحس المغامرة المدروسة. كلها ضرورية لقيادة فريق العمل مهما كان حجمه، فليس كل مدير قائدًا ولكن كل قائد مدير.

وإن لم يتوفر المدير العام ومديرو فرق العمل الفرعية على هذه الصفات، فستزيد احتمالية فشل الشركة الناشئة مبكرًا، ذلك أن قيمها وأهدافها لن تكون واضحة للموظفين والعمال إلا بعد فترة معينة من انطلاقها، لذا ينبغي أن يحظوا بقائد فذ ذو مهارات متعددة، يُحسن التواصل الإيجابي البناء.

5- ضغوطات العمل المتواصلة

هذا ما يميز رواد الأعمال عن الآخرين، وهي إحدى خصائص إطلاق شركة ناشئة، بسبب كثرة الأعمال والمهام والالتزامات خاصة في بداية إنشاء شركة ناشئة. ويزيد الأمر أكثر، في حال اللجوء إلى أسلوب

التوظيف عن بعد مثل القيام ب تأسيس فرق عمل عن بعد، لأنّ التواصل يكون أصعب بسبب اختلاف المناطق الزمنية والخلفيات الثقافية وغيره، ما يؤثر على انسجام فريق العمل.

خطوات تأسيس شركة ناشئة

أولاً: البحث عن فكرة وخلق قيمة مضافة

كل الشركات الناشئة ينبغي أن تحمل فكرة ورسالة وأن تسعى إلى تحقيق هدف ما، والأهم من هذا كله أن تُقدّم قيمة مضافة للعملاء، بحيث يُفضّل ألا تكون مجرد نسخة عن شركة أخرى، وهذا لا يعني ألا تستمد الإلهام من أفكار موجودة بالفعل، ولكن المقصود أن تكون مميزات الفكرة كالاتي:

- غير تقليدية وقابلة للتوسّع والنمو لاحقاً فالمراهنة على المستقبل في أيامنا هذه، سر التفوق والبقاء في القمة.
- تُعالج مشكلة تُؤرق شريحة واسعة من الجماهير.
- تطوير أو تحسين منتج ما يعد أفضل الأفكار.
- وتوجد طرق كثيرة للإتيان بفكرة تستحق البناء عليها ، بعضها معتمد على الشخص نفسه و البعض الآخر يعتمد على مساعدة أشخاص آخرين , و البعض الآخر يعتمد على شركات متواجدة في السوق من قبل.

وأبرزها مايلي :

- البحث عن الحل لمشكلة واجهت الفرد أو واجهت المحيطين به.
- مشاكل في المنتجات الموجودة.
- المواهب و الهوايات .
- السفرات .
- الرغبات والمشاعر
- تحويل خدمة واقعية إلى الإنترنت.

ومن أمثلة على شركات ناشئة ناجحة استطاعت إيجاد حل لمشكلة :

- Uber استطاعت في فترة وجيزة حل مشكلة غلاء ثمن سيارات الأجرة وتسهيل التنقل داخل المدن.
- موقع Aliexpress استطاع حل مشكلة صعوبة التواصل والتعامل مع الموردين الكبار.

ثانياً: حماية حقوق الفكرة وتسجيل الشركة قانونياً

التفاصيل والإجراءات القانونية الدقيقة تختلف من دولة لأخرى ومن مجال لآخر، لأنّ تسريبها أو سرقتها منك سيعني إجهاض تأسيس شركتك الناشئة في مرحلة مبكرة، فإليك هذه الإرشادات:

1. أفضل طريقة لحماية الفكرة هي ألا تشارك تفاصيلها مع الجميع خاصةً مع من لا تثق فيهم، وبالأخص مع الشركاء المستقبليين، إلا بعد استيفاء الإجراءات القانونية التي تضمن حقوقك وتؤكد على أنك صاحب الفكرة ومالكها الأصلي.
2. تقديم طلب للشريك أو أيًا كان صفة الجهة التي سستعمل معها في إطار التمويل أو الشراكة الإدارية، أن يُوقَّع على وثيقة عدم الإفصاح .
3. عند عرض تفاصيل الفكرة على المُمولي أو الشركاء المحتملين يُفضل أن يصطحب محامياً مختصاً معه.
4. قبل التعاقد مع أي شركة أخرى أو أي شريك أو جهة تمويل كحاضنات الأعمال، يجب الاطلاع جيداً على تاريخهم المهني وسمعتهم ودرجة احترافيتهم.
5. البدء بالتنفيذ وعدم المماطلة أكثر لأنّ التأخير هو أكبر سارق للأفكار، ففي النهاية لست الوحيد في العالم الذي لديه فكرة إبداعية وخلاقة، فقد يسبقك أحدهم في أي لحظة حتى دون الاطلاع على ما يدور في ذهنك، فقط لأنّ العالم يعجّ بمن يُفكر في ما تفكر فيه وربما بصيغة أفضل من صيغتك.
6. الحذر الزائد قد يُعرّض لخسارة فرص وصفقات كثيرة، فلا يجب أخذ الأمر بجدية أكبر من حجمه، فالشجاعة والمخاطرة في عالم المال والأعمال من المبادئ المهمة جدًّا، والتزمت والانغلاق غير موجود في قاموسه.
7. أنواع الملكيات الفكرية المتفق عليها عالمياً هي (Trade Mark) وتُعني بالعلامات التجارية، وبراءات الاختراع الملموس أو الرقمي (Patent) وملكية المحتوى (Copyright) وهذه أشهرها وأكثرها انتشاراً في العالم الرقمي، وتشمل المحتوى المكتوب والمرئي ومواقع الويب وتطبيقات الهاتف وغيرها.

ثالثاً: نموذج عمل Business Model

وهو بمثابة كتابة خطة عمل الشركة الناشئة في بضع أوراق بدل مئات الأوراق في حال إعداد دراسة جدوى تفصيلية، والتي من المفترض أن تأتي كخطوة لاحقة إذا نجحت الشركة الناشئة في أولى فترات تأسيسها، من أجل التحضير للتوسع والحفاظ على المكتسبات، وببساطة هذه أهم التساؤلات التي سيُجيب عنها نموذج العمل:

- من هم العملاء المستهدفين وأي تجربة مستخدم يرغبون بالوصول إليها؟
- ما هي القيمة المضافة التي ستقدمها الشركة الناشئة لهم؟

- بأي طريقة أصل إليهم وهم بدورهم كيف سيعلمون بوجود الشركة ؟

والإجابة تكون عبر هذه الوسائط :

1. الترويج والتسويق الجيد عبر وسائط التسويق الإلكترونية أو التقليدية وسنأتي للتفصيل فيها بعد قليل.
2. بناء سمعة طيبة للشركة الناشئة وكسب ثقة العملاء، وهذا ما يسمى بالتسويق بالكلمة.
3. التغذية العكسية وتكون من خلال المقابلات المباشرة أو الاستبيانات الإلكترونية أو التقييمات الصريحة من العملاء، عبر أزرار التقييم إن وُجِدَت، إن كان المنتج رقمي بالدرجة الأولى أو له امتداد رقمي.

- كيف سيكون التواصل معهم، رسمي أو يتخلله تواصل إنساني؟

يتضمن هذا التواصل عبر خدمة العملاء هاتفياً أو كتابياً أو تواصل شخصي، كما يشمل خدمات ما بعد البيع، وأما التواصل الإنساني فهو الذي يكون خارج إطار العمل مثل بناء روابط صداقة قوية قائمة على الاحترام المتبادل، ومنح امتيازات للعميل لجعله يشعر بالسعادة عند التعامل معك، مع تثقيفه حول المنتج والخدمة مجاناً.

- ما نشاط الشركة الرئيسي والأنشطة الثانوية؟
- ما مصادر تمويل الشركة الناشئة التي أنا بصدد إطلاقها؟
- ما هي الخطة التسويقية التي عليّ اتباعها. تقليدية، إلكترونية، أم خليط بينهما؟
- كم سأحتاج من تكاليف مالية ومادية وشراكات لتمويل الشركة ؟

رابعاً: تحليل المنافسين وأبحاث السوق

لا يمكن إطلاق شركة ناشئة دون معرفة منافسيها ومعرفة طبيعة السوق التي هي مقبلة على دخوله. ودراسة السوق والمنافسين ليس أمراً صعباً، بل يحتاج فقط فهماً لهذه المبادئ الآتية:

- تحليل المنافسين

سيفيد في التسعير، وفي إعداد خطة تسويقية فعالة، وفي التعرف على اتجاهات السوق وحجم المنافسة، وفي تطوير المنتجات، وتحسين الخدمات التي يقدمها منافسوك.

- المنافسون هم أحد ثلاثة:

1. منافس مباشر: هو من يقدم منتجاتك أو خدماتك نفسها مع أوجه تشابه كبيرة معها.
2. منافس غير مباشر: من يقدم منتجاتك وخدماتك نفسها، لكن مع وجود اختلافات بينها أو كون منتجاته التي تنافسك إحدى منتجاته الثانوية.
3. منافس بديل: هو بالأحرى منافس وهمي لا يبيع نفس فئة المنتجات. لكن قد يُعدّ بديلاً لعملائك، من جهة أنه يقدم منتجات يمكن أن يتوجهوا إليها ويتركوا منتجاتك، كمن يبيع المٌحليات الاصطناعية مقابل بيعك أنت لمادة السكر.

تمر عملية تحليل المنافسين بالآتي:

- إعداد قائمة بكل المنافسين ثم تصنيفهم من حيث الأهمية والتأثير، ثم قائمة بمنتجاتهم ومميزاتها وأسعارها والامتيازات التي يمنحونها لعملائهم.
- معرفة كيف يبيعون منتجاتهم أو يقدمون خدماتهم وكيف يُسوقون لها.
- تجربة مستخدميهم وتقييمهم لأداء منافسيك ودرجة تفاعلهم معهم.
- حل نقاط قوتهم وضعفهم والتهديدات التي يُشكلونها على شركتك الناشئة، ثم الفرص المتاحة أمامك، ويُشار لهذا التحليل بـ تحليل سوات SWOT .

أبحاث السوق (Market Research)

- أبحاث السوق مهمة جدًا قبل اتخاذ قرار تأسيس شركة ناشئة، وهي تعني القيام بدراسة كمية وأخرى نوعية للسوق، للوصول إلى حجم العرض والطلب على المنتج أو الخدمة التي ستنافس فيه الشركة الناشئة التي نحن على وشك إطلاقها، وبعد القيام بأبحاث السوق سنتوصل إلى:
- كم ستبيع وأين ومتى، وهذا يسمى الحصة السوقية.
 - المنتجات المشابهة وآفاق التطوير والتحسين وال جماهير المستهدفة.
 - التسعير المناسب وخطة التسويق الفعالة.

يمكن القيام بأبحاث السوق ذاتيا ميدانيًا أو إلكترونيًا أو الاستعانة بخبير اقتصادي، وهذه تسمى عملية الاستطلاع الأولى أو الأساسية، أو يمكن الاعتماد على التقارير الحكومية أو تقارير المنظمات العالمية والإقليمية المتخصصة سواء الحكومية أو غير الحكومية، أو على الدراسات الميدانية التي يجريها الأكاديميون والخبراء. وهذه تسمى عملية الاستطلاع الثانوي ولا يُنصح بالاكتماء بها لوحدها لأنها قد تكون غير متزامنة مع التاريخ الحالي، وربما تكون غير دقيقة وأكثر تعميمًا.

خامسا: مصادر تمويل الشركات الناشئة

يوجد عدة خيارات لتمويل الشركة الناشئة، وكلها لها مميزاتها وخصائصها، لأنّ مصادر تمويل شركة ناشئة لا تختلف عن مصادر تمويل أي مشروع كبيرًا كان أو صغيرًا، وهي كالآتي:

1- التمويل الذاتي: وهي طريقة خلاقة جدا لكسب المال واستخدام الموارد بدون زيادة في رأس المال من المصادر التقليدية، أو اقتراض أموال من المصارف .

2- دائرة المعارف: يُقصد بها الأسرة والعائلة والأصدقاء والمعارف الأقرب فالأبعد ، تكاليف تأسيس شركة ناشئة تعتمد على نوعها وحجمها وفكرة نشاطها المتوقع. لذا اذا كان التمويل الذاتي غير كافٍ يمكن اللجوء لدائرة المعارف وطلب قروض أو اتخاذ شراكات منهم. والجميل في هذا النوع من التمويل أنّه يكون على معرفة شخصية جيدة وروابط عاطفية متينة بممولين أو المقرضين أو الشركاء، ما يرفع درجة الثقة والأمان.

لكن يُرجى الانتباه إلى تجنب الخط بين الحياة المهنية والحياة الشخصية المتمثلة في العلاقات مع الأهل والأصدقاء، حتى يكون العمل احترافياً أكثر وتجنب الوقوع في مشكلات مهنية بنكهة شخصية.

3- البحث عن الشركاء : هو خيار جيد حتمًا للتمويل ولتخفيف أعباء إدارة الشركة الناشئة التي تتقل كاهل رواد الأعمال خاصة في البدايات، لكن عند اتخاذ شريك أو أكثر التنازل عن بعض الصلاحيات في تسيير الشركة لهم بالتناصف أو التناسب، وربما يحدث نوع من تداخل الصلاحيات وعدم وضوح المهام والواجبات في حال لم يتم التعاقد قانونيًا بشكل صريح وواضح .

4 - التمويل البنكي : من المعروف أن البنوك لا تقدم قروضا لأيّ كان، بل يُشترط تقديم ضمانات ورهن وشرحًا وعرضًا مقنعًا حول فكرة الشركة الناشئة، ورؤية مستقبلية عن آفاق تطور الشركة وما إلى ذلك. ثم يبقى الاحتمال ضئيلاً فحسب، كما أننا لا ينصح بخيار القروض البنكية لأنها ستبقيك مرتببًا بها لسنوات طويلة قادمة مع نسب فائدة مرتفعة في الغالب، وتدخلات كثيرة ومتكررة في تسيير الشركة بحجة تصحيح مسارها وإنقاذها من الإفلاس وغير ذلك.

5- رأس المال الاستثماري : في حال كنت تريد تأسيس شركة ناشئة متخصصة في تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات، فسيكون هذا هو الخيار الأمثل للحصول على تمويل، لأنّ المستثمرين من هذا النوع مستعدون لدفع أي مبالغ في سبيل تحقيق مكاسب سريعة. لكن لا بد من استشراف المستقبل وتوقع نسبة نمو شركتك وآفاق التطور، فإن كانت كبيرة فهذا جيد وإلا فرأس المال الاستثماري قد لا يناسب شركتك.

6 - التمويل الجماعي : وتعتمد على جمع التمويل المطلوب من المستثمرين المتحمسين لفكرة المشروع الناشئ، وشهدت إقبالاً متزايداً مؤخراً، ويقوم صاحب النشاط بشرح فكرة منتج/خدمته بالتفصيل على المنصات الإلكترونية المخصصة لهذا الغرض والتي زاد انتشارها في الآونة الأخيرة، ويقوم المتحمسون للفكرة بالتبرع بمبالغ من المال مقابل مزايا مختلفة، فهناك ممولون يحصلون على نسخ مجانية من المنتج وآخرون يحصلون على حصة من الأسهم، وهناك فريق ثالث من الداعمين يفضل التبرع دون مقابل، وكل منصة من المنصات توفر نوعاً مختلفاً من المزايا، فيمكن لصاحب النشاط اختيار الأنسب من بينها. وتعتبر هذه وسيلة رائعة لتمويل المشروع إذا نجح صاحبه في عرض فكرته بطريقة جيدة لإقناع الممولين بها، ففي معظم الأحيان لا تثير المشاريع المقترحة حماس المساهمين فلا تنجح في جمع الأموال المطلوبة، وتعتبر فكرة النشاط هنا أهم عوامل نجاح حملة جمع التمويل.

حيث أنه حسب آخر إحصائية لموقع [Statista](https://www.statista.com) للإحصائيات فإنّ الصين تصدر سوق التمويل الجماعي بأكثر من 250 مليون دولار أمريكي، ثم تليها الولايات المتحدة بـ 61 مليون، وتليها بريطانيا بعشر ملايين، فيما تتقارب الأرقام بين دول هولندا وأندونيسيا وألمانيا واليابان وأستراليا وفرنسا وكندا ولا تتجاوز المليون دولار.

وحسب موسوعة الاستثمار Investopedia فإن أفضل منصة تمويل جماعي للشركات الناشئة هي Seedinvest ويجتمع فيها 500 ألف مستثمر وممول، وبلغ التمويل بها أكثر من 300 مليون دولار حسب الموقع ذاته، أما أكبر منصة تمويل جماعي بالعالم فهي منصة Indiegogo .

7- التمويل الملائكي (Angel Funding) أو المستثمر الملائكي: ونعني به أولئك الذين يملكون المال والخبرة والوقت، مع افتراض أن أغلبهم متقاعدون ويحزّكهم الشغف والحافز لإنجاز ما لم يُنجزه أحد من قبل في مسيرتهم المهنية، وأغلبهم ينحدرون من عائلات ثرية جدًا ويبحثون عن استثمار بعض المال في مشاريع جانبية، وهو ما قد يجدهن متاحًا في حال تمويل شركة ناشئة، ويوصفون بالملائكيين لأنهم يُفضلون دعم الشركة الناشئة في أخطر مراحلها وهي المرحلة الأولى أو السنوات الأولى.

8 - صناديق رأس المال المغامر: وهم وسطاء ماليين يأخذون رأس المال من المستثمرين (ليس رأس مالهم الخاص) ويقومون باستثماره مباشرة في شركات الاستثمار، يستثمر رأس المال المخاطر في شركات خاصة فقط ن يلعب دورا فاعلا في مراقبة ومساعدة الشركات الموجودة في محافظتهم الاستثمارية، وتستخدم استثماراتهم في تمويل النمو الداخلي لهذه الشركات، وهدفها الأساسي هو تعظيم العائد المالي لها عبر الخروج من الاستثمارات من خلال البيع أو الاكتتاب .

9 - حاضنات الأعمال: "حاضنات الأعمال" هي منظمات تنموية تقدم الدعم لرواد الأعمال الناشئين، ولا يقتصر الدعم هنا على الموارد المادية بل تمتد للدعم الفني والاستشارات المتخصصة لنجاح النشاط، وهي بذلك تقدم عدة فوائد لأصحاب المشروعات وشهد هذا النوع من المؤسسات انتشاراً ملموساً في الآونة الأخيرة، وفي معظم الأحيان تعمل بالتعاون مع الجامعات، لذلك يعتبر الطلاب من أكثر الفئات المستفيدة من هذه المراكز، وينصح رواد الأعمال بالبحث عن هذا النوع من المنظمات في أقرب منطقة إليهم للاستفادة من الفوائد الجمة التي تقدمها .

10 - الدعم الحكومي: يعتبر مصدر تمويل للشركة الناشئة، تبرز البرامج الحكومية لدعم الشركات الناشئة والمشاريع الصغيرة ورواد الأعمال كخيار مناسب جدًا. في حال كانت الإقامة في دولة تدعم الابتكار والشباب وتُشجع على الاستثمار والعمل، ورغم أنّ الاستفادة من دعم الدولة ليس سهلاً هو الآخر لأنه يمر بإجراءات بيروقراطية طويلة وشروط كثيرة، إلا أنّ الأمر يستحق المحاولة ففي النهاية التعامل سيكون مع جهاز حكومي موثوق وليس أشخاص.

سادساً: صنع هوية بصرية

الهوية البصرية هي كل المكونات المرئية التي تُعبّر عن ماهية الشركة والمشروع، أي أنها جزء من شخصيتها وكيونيتها، وهي تضم شعار الشركة والمطبوعات التي تُعبّر عنها كالكتيبات التعريفية وتضم الألوان وحتى ملابس الموظفين والعمال في المصانع أو وحدات عمل الشركة كالمطاعم وغيرها. وكأول خطوة لبناء هوية بصرية للعلامة التجارية لابد من تصميم لوجو احترافي، الذي قد يكون متكوّنًا من رموز وكتابات وصور وغيرها.

وقد أصبحت الهوية البصرية وخاصة الشعار التجاري أكثر أهمية عند العملاء، إذ إن الكثيرين يرتبطون بها عاطفياً ولا شعورياً، لأنّ المرئيات أكثر فهماً من الناس، ولهذا نجد منصة مرئية مثل انسغرام أنجح من غيرها من المنصات الاجتماعية. لذا يجب الحرص أن تكون مكونات الهوية البصرية للشركة الناشئة والشعار تتميز بالآتي: (البساطة، الدلالة على نشاط الشركة الحصرية).

سابعاً: اختيار مقر الشركة الناشئة

يسمى بالمقر الرئيسي للشركة (Headquarter) ويضم كل المصالح الإدارية والتنفيذية ومصالح الموارد البشرية والتقنية، ووجوده يُضفي على الشركة الناشئة الاحترافية والمكانة المرموقة، وهو بمثابة الواجهة المكانية للشركة وأحد عناصر هويتها. يتكون من بُنى تحتية، وهو عقار يحوي العناصر المادية المكونة للأعمال كالمكاتب والتجهيزات، ويشمل حتى مواقف السيارات والمطاعم والمرافق التابعة للشركة.

ليس بالضرورة أن يكون مقر الشركة موقعاً واحداً، بل قد تتعدد الفروع والمكاتب، أو قد تقرر الشركة الناشئة توظيف نصف موظفيها فقط حضورياً والباقي يتم توظيفهم عن بعد، مثلما تفعل أغلب الشركات لتقليل مصاريف الإيجار والتجهيزات المادية وغيرها من امتيازات التوظيف عن بعد، التي تحصل عليها عند تكوين فرق عمل عن بعد.

بعد تأسيس شركة ناشئة يتم اختيار مقرها بناءً على اعتبارات اقتصادية وقانونية في المقام الأول، ثم اعتبارات معنوية واجتماعية، ولهذا تقوم عدة شركات عالمية بنقل مقراتها الرئيسية وعدم الاستقرار على مقر واحد أو مكان واحد، مثل شركة بوينغ الأمريكية للطيران التي نقلت مقرها الرئيسي من Seattle إلى Chicago سنة 2001 للحصول على إعفاءات ضريبية، وكذلك فعلت شركة جنرال إلكتريك الأمريكية أيضاً سنة 2017 حين نقلت مقرها من Connecticut إلى Boston لأهداف ضريبية واجتماعية وعلمية لإجراء الأبحاث جنباً لجنب مع طلبة المعاهد والجامعات. لا بد من مراعاة أن يكون مقر الشركة قريباً من المرافق الإستراتيجية في المدينة مثل: المطار والمترو والطرق السريعة الكبيرة وبعيداً على الازدحام المروري والضواحي المنعزلة وغير ذلك، ما يُسهل التنقل والتواصل وبناء سمعة طيبة. كما يُفضل أن يكون قريباً من شرائح العملاء المستهدفين وبعيداً على منافسيك قليلاً، وطبعاً على مقر الشركة أن يكون حسب ميزانيتك المتاحة.

ثامناً: بناء فريق عمل ناجح

يوجد خيارين، إما بناء فريق عمل تقليدي يعتمد على الحضور الشخصي للموظفين، أو بناء فريق عمل عن بعد (Remote Team) أو الدمج بين الخيارين. وفي كل الحالات يتطلب الأمر إحاطتك بهذه المبادئ والإرشادات:

- وضوح الأهداف من وراء تأسيس شركة ناشئة، مع تحديد كل المهام المطلوبة لاستمرارها ونجاحها.
- اختيار مدير لفريق العمل ثم أعضاء الفريق على أساس الكفاءة والمهارة والدافعية والشغف.
- التسيير الجيد لمقابلات العمل بعيدًا على الأساليب القديمة والبروتوكولات البالية.
- المرونة ومنح فريق العمل بعض الاستقلالية والمشاركة في القرارات للحث على الابتكار.
- التواصل الإيجابي والبناء والتمتع بالمهارات القيادية مع التوزيع الأمثل للأدوار.
- الالتزام والانضباط والاحترام المتبادل مع فن إدارة الصراعات داخل الفريق .

تاسعًا : نقل النشاط للعالم الرقمي

مهما كان نوع الشركة الناشئة وطبيعة نشاطها فهي ستحتاج للتواجد في العالم الرقمي على شبكة الإنترنت خصوصًا، فنحن الآن في عصر أتمتة الأعمال ورقمنتها، لذا لتواكب العصر وتصل لشريحة واسعة من العملاء والمستثمرين وتضمن تسويقًا جيدًا للعلامة التجارية لابد من نقل النشاط الأرضي أو الملموس إلى العالم الرقمي بالتوازي.

فيمكن مثلًا إنشاء موقع ويب إلكتروني للشركة الناشئة وتطبيق هاتفي وفتح قنوات للتواصل مع العملاء والجمهور عمومًا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات المرئية مثل يوتيوب. كمثال، نجد قنوات تلفزيونية كبيرة تتوجه حاليًا للاعتماد على النشاطات الرقمية بالبحث عبر منصة يوتيوب وفيسبوك وغيرها، لدرجة أنها لم تعد تتعامل مع نشاطها الإلكتروني أنه أمرًا ثانويًا أو هامشيًا بل نشاطًا رئيسيًا.

عاشرًا: الاهتمام بالتسويق

مع أنه آخر خطوات تأسيس شركة ناشئة إلا أنه أهم جزء في العمل كله، فبدون تسويق نكون قد حكمنا على الشركة الناشئة بالموت بعد ولادتها مباشرة، فمن أجل فرض حضور الشركة الناشئة في السوق وتعزيز المبيعات ثم زيادتها واستقطاب العملاء المستهدفين، لابد من وضع خطة التسويق المناسبة التي تكون أركانها كالآتي:

- تحديد القيمة المضافة التي ستقدم للعملاء.
- اختيار استراتيجية تسويق واحدة والتركيز عليها لتفادي التشتت بين عدة استراتيجيات.
- اختيار نمط التسويق هل هو تقليدي أم إلكتروني أو خليط بينهما.
- ما هي القيم والرسائل المراد الترويج لها؟
- مراقبة أداء المنافسين فيما يخص التسويق وتحديد ثغراتهم والاستفادة منها.
- تقييم الأداء التسويقي وتطويره أو تعديله أو الحفاظ عليه.

الجزء الثاني: الشركات الناشئة في الجزائر:

في هذا الجزء سوف نقتصر على ذكر الإطار القانوني للمؤسسات الناشئة في الجزائر، ثم نعرض على ذكر هياكل الدعم لإنشاء هذه المؤسسات، ثم دور حاضنات الأعمال في تعزيز إطلاق ودعم المؤسسات الناشئة، ثم نعرض على ذكر نماذج لبعض حاضنات الأعمال الرائدة في الجزائر وأخيرا التحديات التي تواجه هذا النوع من المؤسسات في الجزائر.

1 - تنظيم المؤسسات الناشئة في الجزائر:

من أهم الاجراءات القانونية والتنظيمية التي اتخذتها الجزائر لتحسيد فكرة المؤسسات الناشئة نذكر ما يلي:

خصصت الدولة وزارة كاملة تسمى بـ "اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة" والتي تعنى بكل ما يتعلق بالمؤسسات الناشئة وهذا ما يفسر الأهمية البالغة التي توليها الدولة لهذه المؤسسات كونها تساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية.

كما قامت الدولة بمنح عدة تسهيلات وإعفاءات ضريبية للمؤسسات الناشئة من خلال المادة 69 من القانون رقم 14-19 المتضمن قانون المالية لسنة 2020 والتي تنص: تعفى الشركات الناشئة من الضريبة على أرباح الشركات والرسم على القيمة المضافة بالنسبة للمعاملات التجارية.

ولقد تم اصدار مرسوم تنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 2020/09/15 والمتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "المؤسسة الناشئة" والذي ألزم اللجنة على ضرورة تسريع دراسة الطلبات والرد عليها في أجل أقصاه ثلاثون (30) يوما ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، ومن ثم تمنح علامة "مؤسسة ناشئة" للمؤسسة لمدة أربع (04) سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة. كما قامت الدولة الجزائرية باستحداث "البوابة الكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة" يتم من خلالها إرسال طلبات إنشاء مؤسسة ناشئة مرفقة بوثائق محددة في المرسوم المذكور أعلاه عبر الرابط:

https://www.interieur.gov.dz/startups/index_ar.html#/apropos

2 - هياكل دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر:

من أهم الوكالات الداعمة للمؤسسات الناشئة والمتواجدة في الجزائر نذكر مايلي:

أ - الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب L'Agence Nationale de Soutien à L'Emploi des ANSEJ Jeunes

تم إنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 وهي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتسعى لتشجيع كل الصيغ المؤدية لإنعاش قطاع التشغيل الشبابي من خلال إنشاء المقاولات، بالإضافة إلى ترقية ونشر الفكر المقاو، ومنح إعانات مالية وامتيازات جبائية خلال كل مراحل المرافقة وتشمل هذه الامتيازات:

- إعفاء تام لمدة 3 سنوات إلى 6 سنوات حسب موقع المشروع من الضريبة على الدخل الاجمالي IRG والضريبة على أرباح الشركات IBS والرسم على النشاط المهني TAP، على حسب صيغة المشروع والاعفاء من حقوق التسجيل لعقود تأسيس الشركات.
- الاستفادة من المعدل المخفض ل 7% لاشتراكات أصحاب العمل بالنسبة للمرتبات المدفوعة لعمالهم.
- الإعفاء من رسوم نقل الملكية على الأصول العقارية المحازة للمشروع موضوع دعم الوكالة.
- تبقى المتابعة خلال فترة الاستغلال من طرف مرافقي الوكالة من خلال الزيارات خلال الزيارات الميدانية

وفي بداية سنة 2020 تم تغيير هذه الوكالة تحت اسم الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية.

ب - الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CAISSE NATIONALE D'ASSURANCE

(CNAC) CHOMAGE: الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة هو هيئة حكومية أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-188 المؤرخ في جويلية 1994 أوكلت له مهمة دعم العمال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 35 و 50 سنة، والذين فقدوا مناصب عملهم بسبب إعادة هيكلة الاقتصاد في مرحلة التسعينات، كما أوكلت له مهمة تدعيم هؤلاء البطالين من خلال خلق نشاط خاص بهم لإعادة إدماجهم بعد أن يقدم لهم تكوينا خاصا في المجالات المهنية التي عليها طلب في سوق العمل، وبموجب المرسوم الرئاسي رقم 10 - 156 المؤرخ في 20/06/2010 المعدل والمتمم للمرسوم الرئاسي 03- 514 المؤرخ في ديسمبر 2003 اتخذت السلطات العمومية إجراءات جديدة لتلبية طموحات هذه الفئة من المجتمع والتي تهدف أساسا الى تطوير ثقافة المقاولاتية.

عَرَفَ الصندوق عدة محطات في مساره، حيث في كل مرة توكل له مهام جديدة من قبل السلطات العمومية، فبالإضافة الى مهمة التأمين على البطالة منذ إنشائه، أُسند اليه سنة 1998 مهمة دعم وإعادة إدماج البطالين ومساعدة المؤسسات التي تواجه صعوبات، كما أُسندت اليه مسؤولية المتابعة والتسيير والإشراف القانوني على جهاز التكفل بالبطالين ذوي المؤسسات و البالغ عمرهم بين 35 و 50 سنة ابتداء من سنة 2004. ويمكن الدخول للموقع الرسمي للوكالة عبر الرابط:

https://www.cnac.dz/site_cnac_new/Web%20Pages/Ar/AR_PresentationCNAC.aspx

ج - الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر l'Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit

(ANGEM): يعتبر القرض المصغر بمثابة أداة لمحاربة الهشاشة حيث سمح لفئة الأشخاص المحرومين من تحسين ظروف معيشتهم، و هذا من خلال استحداث أنشطتهم الخاصة التي تمكنهم من الحصول على المداخيل.

ظهر القرض المصغر لأول مرة في الجزائر سنة 1999 إلا انه لم يعرف - في صيغته السابقة- النجاح الذي كانت تتوخاه السلطات العمومية منه، بسبب ضعف عملية المرافقة أثناء مراحل إنضاج المشاريع و متابعة إنجازها. وقد تبين ذلك خلال الملتقى الدولي الذي نظم في ديسمبر 2002 حول موضوع " تجربة القرض المصغر في الجزائر "، وبناء على التوصيات المقدمة خلال هذا التجمع، الذي ضم عددا معتبرا من الخبراء في مجال التمويل المصغر ، تم إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 المعدل.

ويمكن الدخول للموقع الرسمي للوكالة عبر الرابط: <https://www.angem.dz/ar/home.php>

3 - دور حاضنات الأعمال في تعزيز إطلاق ودعم المؤسسات الناشئة

عرفت منظمة الاسكوا حاضنة الأعمال بأنها حزمة متكاملة من الخدمات والتسهيلات وآليات المساندة والاستشارة توفرها ولفترة محددة من الزمن، فهي بذلك مؤسسة قائمة لها كيانها القانوني ولها خبرتها وعلاقتها للرياديين الذين يرغبون في إقامة مشاريعهم الصغيرة.

وتعمل حاضنة الأعمال على احتضان المشاريع بين مرحلة بدء النشاط ومرحلة النمو لمنشآت الأعمال، و دعم المقاولين الجدد ومساعدتهم على إطلاق مشروعات ناشئة ، وعليه تعمل حاضنة الأعمال على تزويد المقاولين بالأدوات اللازمة لنجاح المشروع، وتسعى لتوفير مجموعة شاملة من الخدمات للمساعدة على إطلاق مشاريع جديدة ومن هذه الخدمات نذكر

خدمات السكرتيريات: وهي كل الخدمات المتعلقة بدعم السكرتاريا المشتركة من استقبال، وتنظيم مختلف المراسلات عبر الهاتف، الفاكس، والايمل، طباعة النصوص، تصوير المستندات، حفظ الملفات، إلخ.

بني تحتية تسهيلات وخدمات أساسية: تشيد حاضنات الأعمال المصانع في فضاءات مكتظة بالمباني بالكامل بشروط مرنة وبأسعار معقولة، وقد يكون العملاء بعيدين جدا عن منشأة الحاضنة للمشاركة في الموقع، ولذلك تتلقى المساعدة والاستشارات الكترونيا.

خدمات الأعمال: إيجاد الحلول المناسبة للمشاكل الفنية، المالية، الإدارية والقانونية التي تواجه المشروع.

تقديم التمويل ووسيلة للوصول إلى الممولين تساعد برامج الحاضنات على توفير التمويل وحشد الموارد المالية و رأس المال المغامر عادة من خلال شبكة من مقدمي الخدمات الخارجيين؛

الربط بالأفراد والربط الشبكي: وتهدف الحاضنات إلى دعم التعاون والتنسيق مع مختلف المؤسسات المختصة حيث تتعاون كثيرا مع الجامعات، مؤسسات البحث والعلوم والحدائق التكنولوجية، وفي بعض الحالات تعمل على ربط ملاك الأعمال الجدد مع غيرهم ممن هم في وضع يمكنهم من الاستثمار مستقبلا في المؤسسة.

-التعليم ووسيلة للوصول إلى المعرفة: تقديم المساعدة فيما يخص البحث، الاستشارة والتدريب الأولي، والمساعدة في تطوير المنتجات والتسويق.

-بناء علامة تجارية: تعتبر حاضنات الأعمال فضاء لإطلاق الأعمال التجارية، و زيادة معدلات النجاح، وتشجيع الأفكار المتميزة وضمان ديمومة المؤسسات المحتضنة وبناء العلامة التجارية الخاصة بها.

4 - نماذج لبعض حاضنات الاعمال الرائدة في الجزائر:

عرف العمل بنظام الحاضنات لدعم و مرافقة المؤسسات الناشئة تأخرا ملحوظا في الجزائر ولكن هذا لم يمنع من ظهور حاضنات اعمال رائدة في مختلف تخصصات ريادة الاعمال و من امثلة هذه الحاضنات

أ - حاضنة أعمال سيلابس Sylabs : تأسست سيلابس عام 2015 ، وهي حاضنة أعمال ومسرّعة مشاريع مقرها الجزائر العاصمة بالقرب من البريد المركزي. تعمل هذه المؤسسة على تقريب ودمج الشركات الناشئة في النظام البيئي الريادي الجزائري. ويتم ذلك من خلال دعم رواد الأعمال بالاستشارة و توفير الأدوات الريادية الضرورية للنجاح في السوق الجزائري، وكذلك مساعدتهم على توسيع شبكة علاقاتهم. كما تهدف إلى تطوير النظام البيئي لريادة الأعمال من خلال التواصل والتّقرب مع صناع القرار في القطاعين العام والخاص محليا وعالميا، وتشجيع ريادة الأعمال في الجزائر.

ب - حاضنة أعمال : ساير بارك بسيدي عبد الله: وتعرف بالوكالة الوطنية لترويج وترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها وهي مؤسسة في القطاع العام تأسست عام 2016، يقع مقرّها الرئيسي في ساير بارك في مدينة سيدي عبد الله بالجزائر العاصمة. وتهدف هذه المؤسسة إلى إنشاء نظام بيئة ريادي وطني من خلال تشجيع الشركات الناشئة والمشاريع المبتكرة لضمان المشاركة الفعالة في الاقتصاد الجزائري.

ج - حاضنة أعمال بيكوس : يقع مقرّ بيكوس في مدينة المحمدية بالجزائر . ومنذ ذلك الحين ، تقدم هذه المؤسسة خدمات استشارية وتوجيهية، بالإضافة إلى تدريبات للشركات الجزائرية في مجال الأعمال. تشمل خدماتها تسريع المشاريع والدعم والتوجيه وعقد فعاليات ومؤتمرات حول ريادة الأعمال.

د - حاضنة أعمال فكرة تيك FIKRA TECH : أو تُعرف كذلك بمركز تنمية التكنولوجيات المتطورة التي يقع مقرها في بابا حسن، بالعاصمة. وتعدّ مؤسسة تابعة للقطاع العام متخصصة في العلوم والتكنولوجيا. وتمثّل خدماتها في دعم المشاريع المبتكرة في مجالات العلوم والتكنولوجيا و في مجال البحث العلمي والابتكار التكنولوجي، والمساعدة في زيادة القيمة وكذلك من خلال التّدرّيات.

هـ - حاضنة معهد حبة: institut haba : وهو معهد في شكل حاضنة تابع للعالم الجزائري المغترب البرفسور بلقاسم حبة تقع في بلوزداد، الجزائر العاصمة، معهد حبة حاضنة مشاريع تساعد على تطوير الابتكار وريادة الأعمال في الجزائر من خلال تسريع نمو الشركات الناشئة باستعمال أدوات مختلفى مثل ThinkThank. Fablabs كما تملك مجلسا علمياً لتقييم المشاريع ومراقبتها.

ومن الأمثلة على حاضنات الشركات الناشئة في العالم العربي نذكر kryptolabs مقرها دولة الامارات العربية المتحدة، حرايئ حاضنة أعمال افتراضية، و MIT لريادة الأعمال في العالم العربي وغيرها.

5 - التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر

تواجه المؤسسات الناشئة تحديات كبيرة في الجزائر نظرا لطبيعتها و خصوصيتها من جهة، و من جهة أخرى كونها حديثة الظهور مما يتطلب بعض الوقت لخلق وهيئة البيئة الملائمة لتطورها ومراقبتها، فالمؤسسات الناشئة التي تقوم على أساس فكرة ابتكارية من الصعب أن تنجسد هذه الفكرة في مشروع منتج لأنها تواجه عدد من التحديات و العوائق التي غالبا ما تحول دون نجاح واستمرارية هذا النوع من الشركات، وتمثل أهم هذه التحديات في:

أ - التمويل: يعتبر التمويل من أبرز العقبات التي تواجه الشركات الناشئة، إذ يشكل الحصول على التمويل بمختلف أشكاله أهم تحدي لهذه الشركات سواء كان تدويل بذرة للبدء بإطلاق الشركة أو تمويل نمو لتوسيع أعمالها أو تمويل

تسريع لزيادة النمو بمعدل أسرع . ولحسن الحظ بدأت تظهر مبادرات وشركات استثمار مخاطر وحتى مسرعات نمو ولو بشكل تدريجي لتشجيع وتسهيل الحصول على التمويل إلا أنه لا يكفي. حيث ما تزال هناك فجوة ما بين الشركات الناشئة المناسبة لتلقي النمو، والمستثمرين (أفراد أو شركات) الذين يعرضون أموالهم لضخها فيها. لكن التمويل لا يمثل مشكلة للجميع مع أنه تحدي مهم، فهناك العديد من الشركات الناشئة التي مولت نفسها بنفسها ورفضت عروض التمويل التي وصلتها كونها لم تتفق مع رؤيتها.

ب - صغر حجم السوق: إن تحدي تسويق منتج الشركة الناشئة يعتبر من التحديات الهامة التي تواجه هذه الشركات، ذلك أن التسويق يعتبر الهدف الأساسي للشركة و الضامن لاستمراريتها بتحقيق العوائد و بالتالي الاعتماد على التمويل الذاتي مع أن الشركات الناشئة في الجزائر ليست بالعدد الكبير بالمقارنة مع دول أخرى إلا أن هذا له تأثيره بصغر حجم السوق المحلي عموماً. هناك عدة عوامل تلعب دور يجعله صغيراً سواء عدد السكان، نسبة انتشار الإنترنت، تسهيل الدفع الإلكتروني، ثقافة الشركات الناشئة بحد ذاتها. لكن في ظل صغر حجم السوق لا بد للشركات الناشئة أن تبحث بدائل تسويقية أخرى، مثل التسويق الإلكتروني.

ج - إنعدام الخبرة لدى أصحاب الشركات الناشئة: تأسيس شركة ناشئة أمر يحتاج لخبرات متنوعة، بالإضافة إلى المستوى العلمي و التقني الكبير الذي يجب على صاحب الشركة الناشئة أن يلم ببعض أساسيات الإدارة مثل الهيكل التنظيمي و فرق العمل و التسويق و الاستراتيجية . وهذه الخبرة إن لم تكن متاحة لدى صاحب الشركة أو المؤسسة سيضطر أن يشتريها من خلال قبول تمويل من مستثمر لديه الخبرة اللازمة و شبكة العلاقات العامة، وفي هذه الحالة يجب أن يعطيه حصة من شركته . كما تتجسد أيضاً انعدام الخبرة لدى أصحاب الشركات الناشئة في عدم وجود دراسة جدوى احترافية لمشروع الشركة و تتعلق هذه الدراسة عادة بالدراسة المالية المتعلقة بتقييم الاحتياجات التمويلية للشركة خصوصاً في بدايتها و الدراسة التسويقية التي تتعلق بتسويق المنتج و إيجاد الأسواق و كيفية الوصول للزبائن و التعريف و الترويج للمنتج. بمختلف الوسائل خصوصاً الترويج عن طريق شبكة الأنترنت. بالإضافة إلى ذلك، هناك دراسة جدوى فنية و تتعلق بميكلة الشركة و تحديد مهام المكلفين بما بدقة و وضع أهداف و استراتيجيات بعيدة المدى للشركة، لذا نجد اغلب المؤسسات الناشئة التي لم تستمر في نشاطها أو فشلت كان ذلك نتيجة عدم إعداد دراسة جدوى محترفة، هذا ويمكن للمؤسسات الناشئة الاعتماد أو الاستعانة في إعداد دراسات الجدوى بمكاتب الخبرة و الدراسات كما يمكنها أيضاً الاستعانة بمحاضرات الأعمال أو مسرعات الأعمال.

د - فريق العمل: إن العمل الجماعي و العمل كفريق له أهمية كبرى للشركات و المؤسسات الناشئة إذ معظم التجارب الناجحة للشركات الناشئة بدأت عملها كفريق ، و قد يظهر هذا التحدي بداية من أنه لا يوجد قسم موارد بشرية في الشركة منوط به استقطاب الموظفين للعمل فيها، بل يبدأ الأمر بالبحث في دائرة المعارف و الطلب منهم ترشيح بعض الموظفين وهنا يدخل عامل المحاباة بالمنتصف ليؤثر على مبدأ التوظيف بناءً على الكفاءة . تعاني الشركات الناشئة من عدم قدرتها بسرعة الحصول على موظف مناسب لإنجاز مشروع مستعجل، فقد تنشر عدة إعلانات لكن طالما هي شركة ناشئة لم يسمع بها الكثيرون فلن يظهر الإعلان للمهتمين فعلاً . أحد الحلول لمثل هذا النوع من التحديات هو توظيف المستقلين نظراً لطبيعة المشروع المؤقتة، لكن كيف نصل هؤلاء؟ يمكن ان نصل إليهم في البحث في منصات العمل الحر التي توفر مختلف من المهارات التي يمكنك طلبها والتعاقد معها لإنجاز العمل المطلوب بدقة واحترافية، كما توفر هذه المنصات الاستشارات اللازمة حسب مجال نشاط المؤسسة الناشئة بفضل الخبراء القائمين عليها.