

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Mohamed Boudiaf University of Msila  
Faculty of Economic, Commercial and  
Management Sciences  
Department of Management



جامعة "محمد بوضياف" - المسيلة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير  
تخصص: إدارة الأعمال

تحت عنوان:

## ثقافة الشراكة ودورها في نمو المشاريع الناشئة - دراسة عينة من الشركات الناشئة في ولاية المسيلة -

إعداد الطالبتين:

سايب شيما

يعيش شيما

لجنة المناقشة

الاسم	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
إبراهيمي نادية	أستاذ محاضر (أ)	جامعة "محمد بوضياف" بالمسيلة	رئيسا
مرواني رابح	أستاذ محاضر (أ)	جامعة "محمد بوضياف" بالمسيلة	مشرفا ومقررا
بن تومي سارة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة "محمد بوضياف" بالمسيلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2022-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۴۳۸

# شكر وعرّفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على رسوله الكريم

ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين.

نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف

الدكتور: "مرواني رابح"، على كل ما قدمه من توجيهات ونصائح ومعلومات قيمة ساهمت في

إثراء مذكرتنا من كل جوانبها المختلفة وندعو له التوفيق والنجاح في حياته.

وإلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذا العمل.

إلى كل مؤسسي الشركات التي تم التعامل معهم

ونشكر كل من قدم لنا يد العون من قريب أو بعيد.



# إهداء

أتقدم بإهداء هذا العمل المتواضع إلى الإنسان الذي

علمني كيف يكون الصبر طريقا للنجاح السند والقدوة.. والدي الحبيب أطل الله في عمره،

إلى من رضاها غايتي وطموحي فأعطني الكثير ولم تنتظر الشكر، إلى باعثة العزم والتصميم

والإرادة صاحبة البسمة الصادقة في حياتي.. والدتي الحبيبة أطل الله في عمرها،

إلى رفقاء البيت الطاهر الأنيق أشقائي وشقيقاتي،

إلى كل من علمني حرفا ومد لي يد العون في مسيرتي العلمية.

يعيش شيماء



## إهداء

أهدي هذا العمل إلى عائلتي،  
إلى ملاكي في الحياة ومصباح دربي إلى من نبض قلبي بروحها،  
إلى من ربت ورعت وسهرت وكان حنانها وحبها بلسما لجراحي  
ودعائها سبيلا لإنارة دربي أدامك الله علينا نورا، وأدام صحتك وعافيتك  
أمي الحبيبة،  
إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير من شجعتني بكل عزم وفخر  
ومنحني الثقة وأمدني يد العون طوال مشواري الدراسي وكان له الفضل  
في ما أنا عليه حفظك الله ورعاك  
أبي العزيز  
إلى رفقاء دربي في الحياة وسندي ومصدر فخري واعتزازي..إخوتي،  
وإلى رياحين قلبي وزهراتي..أخواتي،  
إلى كل أبناء وبنات إخوتي وأخواتي كل باسمه ومقامه  
إلى كل العائلة كبيرا وصغيرا،  
وإلى صديقاتي  
إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل وادعوا المولى عز وجل أن يحفظهم ويرعاهم.

سايب شيماء

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور ثقافة الشراكة في نمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المتواجدة لمنطقة المسيلة وتم استخدام منهج الوصفي التحليلي حيث تم اعتماد المنهج الوصفي في التعريف بجوانب ثقافة الشراكة والمؤسسات الناشئة والمشاريع الابتكارية الناشئة، والتحليل من خلال إبراز مدى تبني ثقافة الشراكة ودورها في نمو المشاريع الناشئة للشركات محل الدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على أداة الاستبيان لقياس درجة ممارسة ثقافة الشراكة في نمو المشاريع الناشئة، حيث تكونت عينة الدراسة من 56 فرد محل الدراسة وتم تحميل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك ممارسة عملية لثقافة الشراكة في الشركات المدروسة بالمسيلة ونمو فعلي في المشاريع الناشئة.

**الكلمات المفتاحية:** المؤسسة الناشئة، ثقافة الشراكة، المشاريع الابتكارية (الناشئة)، المسيلة

## Abstract:

This study aimed to identify the role of partnership culture in the growth of emerging projects among the companies located in the M'sila area, and the descriptive analytical approach was used, where the descriptive approach was adopted in introducing aspects of partnership culture, emerging institutions and emerging innovative projects, and analysis by highlighting the extent of adopting the culture of partnership and its role in the growth of emerging projects for the companies under study and to achieve the objectives of the study, the questionnaire tool was relied on to measure the degree of practice of partnership culture in the growth of emerging projects, where the study sample consisted From the 56 individuals under study, the data was uploaded using the statistical analysis program SPSS, and the results of the study showed that there is a practical practice of partnership culture in the companies studied in M'sila and actual growth in emerging projects.

**Keywords:** start-up, partnership culture, innovative projects (startups), M'sila

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرافان
	إهداء
I	الملخص
II	فهرس المحتويات
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VI	قائمة الملاحق
أ-خ	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة</b>	
1	تمهيد
2	المبحث الأول: المؤسسة الناشئة وثقافة الشراكة
2	المطلب الأول: ماهية المؤسسات الناشئة
2	الفرع الأول: تعريف المؤسسات الناشئة ومميزاتها وأشكالها
3	الفرع الثاني: أهمية المؤسسات الناشئة وأهدافها
5	الفرع الثالث: التطور التاريخي
5	الفرع الرابع: مقاربات زيادة الأعمال الناشئة
6	المطلب الثاني: تمويل رؤوس الأموال والأصول في المؤسسة الناشئة
6	الفرع الأول: التمويل بالمساهمات والمدخرات
7	الفرع الثاني: التمويل بالإعانات والقروض
7	الفرع الثالث: الاستثمارات الثابتة
8	الفرع الرابع: الأصول المعنوية
9	المطلب الثالث: ثقافة الشراكة التنظيمية لدى المؤسسة الناشئة المخاطر
9	الفرع الأول: ثقافة المساهمة وفتح رأس المال
10	الفرع الثاني: ثقافة الاستعانة بالخدمات التجارية التسويقية
11	الفرع الثالث: ثقافة المشاركة بالهياكل
11	الفرع الرابع: ثقافة التأمينات
12	الفرع الخامس: ثقافة المشاركة في التكنولوجيا
13	المطلب الرابع: ثقافة الشراكة في محيط أعمال المؤسسة الناشئة
13	الفرع الأول: ثقافة الحكومة والجماعات الأخرى
14	الفرع الثاني: ثقافة المساهمين والشركاء
14	الفرع الثالث: ثقافة الموردون
15	الفرع الرابع: ثقافة الزبائن

16	<b>المبحث الثاني: المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة وإمكانية نموها بالشراكة</b>
16	<b>المطلب الأول: المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة</b>
16	الفرع الأول: مفهوم المشاريع الابتكارية، خصائصها ومجالاتها
17	الفرع الثاني: درجة أصالة المشاريع الابتكارية
18	الفرع الثالث: تخطيط وتنفيذ المشاريع الابتكارية
20	الفرع الرابع: تمويل المشاريع الابتكارية
21	<b>المطلب الثاني: تطور ونمو أعمال المشاريع الابتكارية للمؤسسات الناشئة</b>
21	الفرع الأول: نمو رأس المال
22	الفرع الثاني: نمو رقم الأعمال
22	الفرع الثالث: نمو حجم النشاط (المبيعات)
23	الفرع الرابع: نمو الأرباح
23	<b>المطلب الثالث: ثقافة الشراكة التنظيمية لدى المؤسسات الناشئة ونمو مشاريعها الناشئة</b>
23	الفرع الأول: ثقافة المساهمة ونمو المشاريع الابتكارية
24	الفرع الثاني: ثقافة الخدمات التجارية ونمو المشاريع الابتكارية
24	الفرع الثالث: ثقافة التأمينات ونمو المشاريع الابتكارية (الناشئة)
25	الفرع الرابع: ثقافة المشاركة بالتكنولوجيا ونمو المشاريع الابتكارية
26	<b>المطلب الرابع: ثقافة الشراكة في محيط أعمال المؤسسات الناشئة ونمو مشاريعها الابتكارية الناشئة</b>
26	الفرع الأول: ثقافة الحكومة ونمو المشاريع الابتكارية
27	الفرع الثاني: ثقافة الشركاء المساهمين ونمو المشاريع الابتكارية
28	الفرع الثالث: ثقافة الموردون ونمو المشاريع الابتكارية
28	الفرع الرابع: ثقافة الزبائن في نمو المشاريع الابتكارية الناشئة
30	<b>خلاصة الفصل</b>
<b>الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة</b>	
31	<b>تمهيد</b>
32	<b>المبحث الأول: الإطار المنهجي وأدوات الدراسة</b>
32	<b>المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة</b>
32	الفرع الأول: منهج الدراسة (المنهج الوصفي)
32	الفرع الثاني: مجتمع الدراسة
33	الفرع الثالث: عينة الدراسة (الشركات صاحبة المشاريع الناشئة في منطقة المسيلة)
35	<b>المطلب الثاني: أداة ونموذج الدراسة</b>
35	الفرع الأول: الاستبيان
36	الفرع الثاني: تحكيم الاستبيان
37	الفرع الثالث: متغيرات الدراسة

37	<b>المطلب الثالث: الأساليب والأدوات الإحصائية المستعملة في الدراسة</b>
37	الفرع الأول: فحص ثبات الاستبيان الموجه للدراسة باستخدام اختبار (ألفا كرونباخ)
37	الفرع الثاني: فحص طبيعة توزع البيانات المجمعة من عينة المستجوبين
38	الفرع الثالث: أدوات الإحصاء الوصفي المطبقة على بيانات المستجوبين
39	الفرع الرابع: الاختبارات الإحصائية المطبقة على محاور وفرضيات الدراسة
40	<b>المطلب الرابع: نتائج اختبار ثبات وصدق الاستبيان وطبيعة توزع بيانات الدراسة</b>
40	الفرع الأول: نتائج اختبار صدق وثبات الاستبيان
41	الفرع الثاني: نتائج اختبار طبيعة توزع بيانات الإجابة على محاور الدراسة
42	<b>المبحث الثاني: التحليلات الإحصائية لمحاور الدراسة واختبار الفرضيات</b>
42	<b>المطلب الأول: وصف الخصائص الشخصية لعينة المستجوبين</b>
42	الفرع الأول: خصائص جنس المستجوبين
43	الفرع الثاني: الفئة العمرية
44	الفرع الثالث: المستوى التعليمي
45	الفرع الرابع: الخبرة المهنية
46	<b>المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لمحور ثقافة الشراكة</b>
46	الفرع الأول: عرض نتائج قياسات المعالم الإحصائية لبيانات محور ثقافة الشراكة
47	الفرع الثاني: التعاليق الرقمية والشروح الإدارية
50	<b>المطلب الثالث: التحليل الإحصائي لمحور نمو المشاريع الناشئة</b>
50	الفرع الأول: عرض نتائج قياسات المعالم الإحصائية لبيانات محور نمو المشاريع الناشئة
51	الفرع الثاني: التعاليق الرقمية والشروح الإدارية
53	<b>المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة</b>
53	الفرع الأول: اختبار الفرضية الأولى ف1 والفرضية الثانية ف2
56	الفرع الثاني: اختبار الفرضية الثالثة ف3
59	الفرع الثالث: اختبار الفرضية الرابعة ف4
66	الفرع الرابع: اختبار الفرضية الخامسة ف5 والفرضية السادسة ف6
74	<b>خلاصة الفصل</b>
76	<b>خاتمة</b>
79	<b>قائمة المراجع</b>
83	<b>الملاحق</b>

## قائمة الجداول

رقم	عنوان	صفحة
1	أرقام حول التوزيع واسترجاع الاستبيان في عينه شركة المبحوثة	54
2	مقياس ليكرت (LIKERT) الخماسي	56
3	تفاصيل فنية ورقمية حول عبارات المحاور الأساسية للاستبيان	56
4	الحدود الدنيا والقصى لمقياس ليكرت الخماسي	59
5	نتائج معامل "ألفا-كرونباخ" لثبات الاستبيان	60
6	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة	61
7	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	62
8	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	63
9	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	64
10	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	65
11	نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور ثقافة الشراكة	66
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور نمو المشاريع الناشئة	71
13	نتائج اختبار T للأبعاد الجزئية المكونة لمحور ثقافة الشراكة	74
14	اختبار (T test) الإجمالي لمحور ثقافة الشراكة	75
15	نتائج اختبار T للأبعاد الجزئية المكونة لمحور نمو المشاريع الناشئة	76
16	اختبار (T test) الإجمالي لمحور نمو المشاريع الناشئة	76
17	مصفوفة الارتباطات الثنائية الجزئية بين أبعاد ثقافة الشراكة وأبعاد نمو المشاريع الناشئة	77
19	الارتباط الإجمالي بين ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة في الشركات المدروسة بالمسيلة	79
20	نتائج الانحدار المتعدد بين ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة	80
21	الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو المشاريع الناشئة	80
22	الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو المشاريع الناشئة	81
23	الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا ونمو المشاريع الناشئة	83
24	الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو المشاريع الناشئة	84
25	الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو المشاريع الناشئة	85
26	الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو المشاريع الناشئة	86
27	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية جنس المستجوب	87
28	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الفئة العمرية	87
29	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية المستوى التعليمي	88
30	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الخبرة المهنية	89
31	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية جنس المستجوب	90
32	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الفئة العمرية	91
33	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية المستوى التعليمي	92
34	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الخبرة المهنية	93

## قائمة الأشكال

رقم	عنوان	صفحة
1	نموذج الدراسة	ج
2	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	62
3	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	63
4	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	64
5	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	65
6	منحنى الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو المشاريع الناشئة	81
7	منحنى الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو المشاريع الناشئة	82
8	منحنى الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا ونمو المشاريع الناشئة	83
9	منحنى الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو المشاريع الناشئة	84
10	منحنى الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو المشاريع الناشئة	85
11	منحنى الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة مناوولات الإمداد من الموردين ونمو المشاريع الناشئة	86
12	منحنى نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الفئة العمرية	88
13	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية المستوى التعليمي	89
14	منحنى نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الخبرة المهنية	90
15	منحنى نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الفئة العمرية	91
16	نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية المستوى التعليمي	92
17	منحنى نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الخبرة المهنية	93

## قائمة الملاحق

رقم	عنوان	الصفحة
01	الاستبيان	83
02	مفرغات برنامج الحزمة الإحصائية SPSS	86
03	تصريح شرفي للطالبتين بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية	96

مَقْدِمَةٌ

## مقدمة

لقد أضحى المفهوم المرتبط بفكرة المؤسسات الناشئة في عالم الأعمال من المصطلحات الأكثر شيوعاً في السنوات الأخيرة كنموذج أعمال يتوافق مع ظاهرة العولمة الاقتصادية، هذه الظاهرة التي تتسم بالتأثير المتزايد للتكنولوجيا في الحياة الاقتصادية، وارتكازها على ما يعرف بالثورة الصناعية الرابعة واقتصاد المعرفة. ومؤخراً بدأت دول العالم تبرز اهتمامها بتطبيق فكرة المؤسسات الناشئة في اقتصادياتها، وذلك بفتح المجال والدعم لتنفيذ المشاريع الابتكارية لمثل هذه المؤسسات، فهي قد تعد من بين أهم الخيارات الحديثة في التنمية الاقتصادية، باعتبارها فرصة مهمة لتوليد قيم مضافة جديدة في الاقتصاد وخلق فرص شغل معتبرة وتشجيع حاملي الأفكار الإبداعية على تطوير جهاز الإنتاج في البلد. وتجدر الإشارة، أنه ينظر إلى المشاريع الناشئة أنها مشاريع تطبيقية قابلة للتوسع مستقبلاً في نطاق الاقتصاد المحلي والعالمي، وبالتالي فهذه النظرة التوسعية قد تكون من بين أهم العوامل التي تدفع إلى ضرورة رفع وعي المؤسسات الناشئة على العمل ميدانياً بثقافة الشراكة مع أطراف آخرين، وبالتالي التوجه نحو تبني مبادرات إطلاق مشاريع فنية وتوسيعها وتطويرها وضمان نموها عن طريق إبرام عقود شراكة تعاونية مختلفة الاختصاصات، ولعل هذا ما يسمح بتفادي عوائق إطلاق مثل هذه المشاريع وحتى محاولة الاستفادة من عوامل تطويرها مستقبلاً. والحديث عن ثقافة الشراكة لدى المؤسسات ذات المشاريع الابتكارية الناشئة سيقود إلى النظر في الطبيعة الممكنة للشراكة بين هذه المؤسسات والأطراف الأخرى، حيث قد تتضمن الشراكة جانباً من التعاون في مجالات عدة، مثل: التمويل (الصغير)، تصميم المنتجات، تقديم الدعم التكنولوجي، خدمات الاستشارة، عمليات الإمداد، هندسة الإنتاج، النشاطات التسويقية... الخ، وهذا في سبيل إطلاق منتج جديد (مبتكر) بصفة سريعة أو ربما الدخول في سوق جديدة تقتضي الكفاءة اللازمة وتقاسم التكاليف والأرباح وتوزيع المخاطر حالياً ومستقبلاً.

### 1- إشكالية الدراسة

من خلال ما سبق ذكره حول الثقافة في مجال الشراكة كعامل يمكن أن يعين على نمو المشاريع الناشئة المبتكرة، ستحاول هذه الدراسة إسقاط هذا الطرح على واقع مجموعة من الشركات الريادية الناشطة في منطقة المسيلة، وذلك عبر السؤال الآتي:

- ما مدى ممارسة ثقافة الشراكة في مشاريع الأعمال الناشئة لدى عينة الشركات المدروسة بالمسيلة؟ وهل لهذه الممارسات دور في نمو هذه المشاريع الناشئة؟

### 2- فرضيات الدراسة

من أجل توقع الإجابات المحتملة على سؤال هذه الدراسة الميدانية بمنطقة المسيلة، تم صياغة عدة فرضيات وذلك بالشكل الآتي:

ف1: هناك ممارسة عملية لثقافة الشراكة في الشركات المدروسة بالمسيلة.

ف2: هناك نمو فعلي في المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة.

ف3: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة.

تنبثق عن هذه الفرضية (ف3) عدة فرضيات فرعية كالآتي:

ف (1.3): هناك علاقة بين ثقافة (فتح رأس المال/ طلب المساهمات التمويل) ونمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة.

ف (2.3): هناك علاقة بين ثقافة (جلب الاستثمارات الهيكلية/ الأصول المعنوية) ونمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة.

ف (3.3): هناك علاقة بين ثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا ونمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة.

ف (4.3): هناك علاقة بين ثقافة التعاقد حول الخدمات المساعدة ونمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة.

ف (5.3): هناك علاقة بين ثقافة التحفيز الحكومي ونمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة.

ف (6.3): هناك علاقة بين ثقافة مناوبات الإمداد ونمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة.

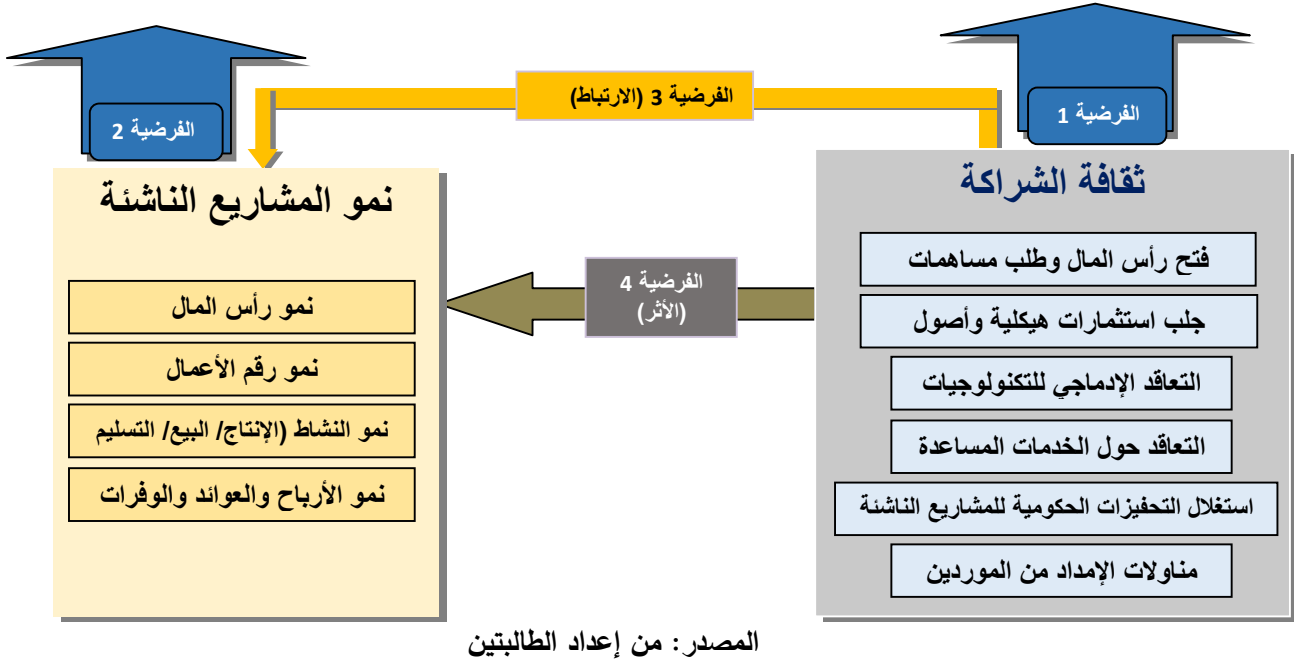
ف4: هناك أثر (ذو دلالة إحصائية) لممارسات ثقافة الشراكة في نمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة.

ف5: لا توجد فروق (ذات دلالة إحصائية) في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.

ف6: لا توجد فروق (ذات دلالة إحصائية) في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.

## 3- نموذج الدراسة

الشكل (1): نموذج الدراسة



## 4- أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال ما تحظى المؤسسات الناشئة بمكانة مهمة ضمن اهتمامات الدولة الجزائرية في العقد الأخير، وهو ما حفز الخبراء والباحثين والجامعات والمعاهد لإجراء أبحاث تناقش مسائل نجاح وفشل هذا النمط المعاصر من المؤسسات في اقتصاد ريعي مثل الاقتصاد الجزائري، وهنا تأتي أهمية هذه الدراسة بمحاولة لفت انتباه المؤسسات الريادية الجزائرية صاحبة المشاريع الناشئة (المبتكرة) إلى تبني وممارسة قيم ثقافة الشراكة مع أطراف آخرين محليين ودوليين، وهذا لتثبيت أرضية هذه المشاريع في الاقتصاد الجزائري، الذي يعتبر من الاقتصاديات العالمية الهشة، وبالتالي محاولة العمل على توفير عوامل بقاء هذه المشاريع، والبحث عن تفعيل مسببات نموها في ظل مخاطر وصعوبات ونقص تجربة السوق الجزائرية في استقبال مثل هذه الأعمال. وتكمن الأهمية العلمية لهذا الموضوع في إبراز أهم المفاهيم النظرية المتعلقة بإطلاق المؤسسات الناشئة ومميزاتها وخصائصها ودعمها عن طريق عقود الشراكة، أما بالنسبة للأهمية العملية فتتمثل في التعرف على واقع هذه الممارسات الحديثة في عينة صغيرة من الشركات المتحمسة لخوض غمار الأعمال الناشئة في الاقتصاد الجزائري.

## 5- أهداف الدراسة

بمشاركة عينة من شركات ريادية صاحبة مشاريع ناشئة ناشطة بمنطقة المسيلة، سعت هذه الدراسة الميدانية إلى تحقيق عدد من الأهداف العلمية، تظهر بصورة مختصرة فيما يلي:

- ✓ التعرف على واقع تبني ثقافة العمل بالشراكة في المشاريع الابتكارية الناشئة (أو الحديثة المتجددة) لدى بعض الشركات المدروسة بمنطقة المسيلة.
- ✓ إظهار واقع نمو المشاريع الناشئة التي تديرها الشركات المدروسة بمنطقة المسيلة.
- ✓ دراسة العلاقة بين ممارسات ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة.
- ✓ تبين مدى أثر تبني ثقافة الشراكة في نمو أعمال المشاريع الناشئة في الشركات المدروسة بالمسيلة.
- ✓ اقتراح بعض التوصيات المرتبطة بتحسين أوضاع الشراكة التي تشتغل عليها الشركات المدروسة بالمسيلة، سواء من الناحية التنظيمية أو من ناحية التكيف مع محيط أعمال المشاريع الناشئة في الاقتصاد الجزائري ذي الخصوصيات الريفية.

## 6- أسباب اختيار الدراسة

- هناك جملة من الأسباب، الموضوعية والذاتية، التي دفعت الطالبتين إلى اختيار مثل هذا الموضوع للمناقشة العلمية والبحث الميداني، وربما من أهم هذه الأسباب هي:
- ✓ ارتباط موضوع الدراسة بتخصص الطالبين في إدارة الأعمال.
  - ✓ البحث عن الاستفادة من جديد البحوث التي درست موضوع المؤسسات الناشئة في الجزائر كان دافعا مشجعا لاختياره.
  - ✓ محاولة التعرف عن كثب على أهم أنواع الشراكة التي قد تساعد في إطلاق ونمو المشاريع الابتكارية في اقتصاديات منطقة المسيلة.
  - ✓ جذب اهتمام الفئة الشبابية لموضوع إنشاء هذا النوع من المشاريع الابتكارية في عالم الأعمال.

## 7- منهجية الدراسة

في الفصل النظري، وقع الاعتماد على المنهج الوصفي، من خلال البحث البيبليوغرافي في بعض الكتب والمقالات والمدخلات والأطروحات والمذكرات وغيرها من المراجع، وهذا في محاولة لضبط وإيجاز وتلخيص أهم المفاهيم والخصائص والأهداف والمقاربات التي تصف وتدرس فكرة تطبيق المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة في اقتصاديات اليوم. وفي الفصل التطبيقي ولفحص العلاقة بين ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة تم استعمال تقنيات الإحصاء الوصفي وكذلك الاستدلالي، وذلك بتطبيق أهم الأدوات الإحصائية في تحليل البيانات الميدانية واختبار نموذج ارتباط هذين المتغيرين، وهذا بعد إجراء سبر آراء الشركات الناشئة الناشطة بمسيلة، حيث حصل هذا العمل بواسطة استبيان (محكم) تم توزيعه على عينات من إطارات المؤسسات الناشئة الناشطة في هذه المنطقة.

## 8- حدود الدراسة

لقد تمثلت الحدود الموضوعية لإشكالية الدراسة النظرية وكذا الظروف الزمنية والمكانية الخاصة بالدراسة الميدانية في المجالات الآتية:

- ✓ **الحدود الموضوعية:** اقتصرت الدراسة النظرية على معرفة ثقافة الشراكة في التخصصات المختلفة لتنفيذ المشاريع، ثم دور هذه الأخيرة في مؤشرات نمو المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة.
- ✓ **الحدود المكانية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية على بمشاركة مجموعة من الشركات صاحبة المشاريع الناشئة والتي تنشط في منطقة المسيلة.
- ✓ **الحدود الزمنية:** أجريت الدراسة الميدانية، بتوزيع استبيان على عينة من الإطارات واسترجاعه ومعالجة بياناته وترتيب التقرير، في مدة ثلاثة أشهر، بداية من شهر مارس 2023 إلى غاية نهاية شهر ماي 2023

## 9- مصطلحات الدراسة

- جدير بالذكر أن معالجة إشكالية هذه الدراسة تطلب الاعتماد على مجموعة محددة من المفاهيم النظرية والتطبيقية في مجال المؤسسات الناشئة والشراكة في شكل مصطلحات تم حصرها كما يلي:
- ✓ **الشراكة:** تعني عقد اتفاق محل تعاون بين المؤسسة الناشئة وأطراف أخرى لها أهداف مشتركة، وبالتالي التعهد والالتزام بحفظ وتنفيذ الاتفاق بين هذه الأطراف بنوع من التوازن وتحقيق المصلحة.
  - ✓ **ريادة الأعمال:** عملية تحديد مشروع تجاري معين يهدف لحل مشكلة ما أو تقديم خدمة جديدة.
  - ✓ **الابتكار:** يعني تحويل فكرة إبداعية في مجال ما إلى عالم الأعمال والسوق.
  - ✓ **المشروع الابتكاري:** المشروع الذي ينطوي على مجموع النشاطات والمصاريف والعمليات والخطوات التنفيذية للحلول الجديدة المقترحة لمشكلة ما مع قابلية ترويج مخرجات هذه الحلول وبيعها في السوق.
  - ✓ **المؤسسات الناشئة:** هو مصطلح يطلق على الشركات حديثة النشأة أي تلك التي تملك تاريخا.

## 10- دراسات سابقة وموقع الدراسة الحالية

**الدراسة الأولى:** مهمل إلهام، قصري رانية، عنوان دور مؤسسات رأس المال المخاطر في تمويل المشاريع الناشئة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، برج بوعرييج، 2020/2019؛ استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، هدفت هذه الدراسة لتعريف برأس المال المخاطر ومساهمته في تمويل المشاريع الناشئة، تمت الدراسة شركة Sofinance، توصل هذه الدراسة رأس المال المخاطر هو مصدر من مصادر التمويل الحديثة وتساهم شركات رأس المال المخاطر في تمويل المشاريع الناشئة في مراحل مختلفة من حياة المؤسسة وأن المشاريع الناشئة هي مشاريع جديدة تقوم على أساس فكرة إبداعية قابلة لتجسيد.

**الدراسة الثانية:** حرمة محمد، خميرة عبدالله (إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر أهداف وتحديات) هدفت هذه الدراسة إلى استعراض مختلف المفاهيم المتعلقة بمصطلح المؤسسات الناشئة والتنمية المستدامة، إضافة إلى توضيح العلاقة بينهم من خلال تحديد دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، استخدمت هذه الدراسة المنهج التحليلي الوصفي، تمت الدراسة في الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة، ومن نتائجها المؤسسات الناشئة هي مشروع تجاري بارز يهدف إلى تطوير نموذج عمل قابل للتطبيق لتلبية حاجة السوق أول مشكلة معينة، المؤسسات الناشئة أحد مكونات الرئيسية في البرامج الوطنية للتنمية الاقتصادية ولتشجيع الشباب.

الدراسة الثالثة: جغدالي نجاه، عنوان دور المؤسسات الناشئة statr ups في دعم تنافسية المؤسسات الصناعية الجزائرية، اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي دراسة حالة حاضنات جامعة المسيلة، هذه الدراسة إلى الوصول لنتائج عملية ونظرية حول دور المؤسسات الناشئة في دعم تنافسية المؤسسات الصناعية الجزائرية مما سيعطيها مكانة بين الدراسات الأكاديمية للعلوم الاقتصادية، النتائج المتواصل إليها حاضنات الأعمال تعتبر وسيلة لنمو المؤسسات الناشئة وتوجيهها إلى خدمة المؤسسات الصناعية الكبرى.

### - تقييم الدراسة السابقة (1):

#### الجدول رقم: موقع الدراسة الحالية ضمن الدراسات السابقة

الدراسة السابقة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف	جديد ومكانة الدراسة
الدراسة 1: (مهمل إلهام، قصري رانية)	المتغير التابع: المشاريع الناشئة المنهج: الوصفي التحليلي	المكان: شركة Sofinance الزمن: 2020/2019 المنهجية: دراسة حالة المتغير: مؤسسات رأس المال المخاطر العلاقة: أهمية رأس المال المخاطر في تمويل المشاريع الناشئة النتائج: رأس مال المخاطر هو مصدر من مصادر التمويل الحديثة	- أبعاد المتغير المستقل: ثقافة الشراكة البعد 1: ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل البعد 2: ثقافة جلب الاستثمارات الهيكلية وأصول معنوية البعد 3: ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا البعد 4: ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة
الدراسة 2 (حرمة محمد، خميرة عبدالله)	تشابه في دراسة متغير المؤسسات الناشئة المنهج الوصفي التحليلي	المكان: صندوق الوطني لتأمين عن البطالة الزمن: 2022/2021 المتغير المستقل العلاقة: أهداف وتحديات النتائج: هي مشروع تجاري بارز يهدف إلى تطوير نموذج عمل قابل للتطبيق لتلبية حاجات السوق أو مشكلة معينة.	البعد 5: ثقافة استغلال التحفيز الحكومية البعد 6: ثقافة المناولات الإمداد من لموردين - أبعاد المتغير التابع: نمو المشاريع البعد 1: نمو رأس المال البعد 2: نمو رقم الأعمال البعد 3: نمو حجم النشاط البعد 4: نمو الأرباح
الدراسة 3 (جغدالي نجاه)	يتشابه في متغير المؤسسات الناشئة	المكان: دراسة حالة حاضنات أعمال جامعة المسيلة	- خاصية الدراسة: حول المؤسسات صاحبة المشاريع الناشئة.

- الشركات المشاركة في الدراسة: شركات ريادية في منطقة المسيلة.	الزمن: 2020/2019  المتغير: حاضنات الأعمال  النتائج: تعتبر حاضنات الأعمال تعتبر الوسيلة الأساسية لنمو المؤسسات الناشئة وتوجيهها إلى خدمة المؤسسات الصناعية الكبرى	المنهج الوصفي التحليلي
--	---	------------------------

## المصدر: من إعداد الطالبين

## 11- صعوبات الدراسة:

- النقص في المادة العلمية المتعلقة بالموضوع.
- ضيق الوقت.

-بعض الشركات المتواجدة بالمسيلة لم تفهم أهمية الاستبيان المقدم لهم، وبالتالي قامت برفض الإجابة عليه.

## 12- هيكل الدراسة:

- بغرض التعرف على ماهية ثقافة الشراكة والدور الذي تلعبه في نمو المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة أو المتجددة، تم إعداد خطة المذكرة التي تعتبر كهيكل لهذا المقصد، حيث احتوت هذه الخطة على فصل نظري كجانب تأصيلي وآخر تطبيقي (ميداني من أجل التحقق من صحة الفرضيات التي تم طرحها سابقا)، ومنه جاءت تقسيمات هذين الفصلين كما يلي:
- الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة: يتناول ثقافة الشراكة في المؤسسات الناشئة ونمو المشاريع الابتكارية، والعلاقة الارتباطية بينهما، وذلك من خلال:
  - المبحث الأول: المؤسسة الناشئة وثقافة الشراكة
  - المبحث الثاني: المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة وإمكانية نموها بالشراكة
  - الفصل الثاني: وهو دراسة ميدانية لإشكالية الدراسة، حيث تمت بمشاركة عينة من المؤسسات الناشئة بمنطقة المسيلة، وذلك من خلال:
  - المبحث الأول: الإطار المنهجي وأدوات الدراسة
  - المبحث الثاني: "التحليل الإحصائي لمحاور الدراسة واختبار الفرضيات "

# الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

تمهيد :

تعتبر المؤسسات الناشئة مصدرا رئيسيا للابتكار وخلق مناصب الشغل، وقد أصبحت أحد السبل المعاصرة لدعم المشاريع التنموية في دول العالم، نظرا لأهميتها من حيث الاستثمار في المجالات التنموية الناتجة عن تكلفة إنشاء منخفضة، ومشاريعها تعد جديدة وأصيلة أو متجددة بأساليب حديثة، إضافة إلى سهولة انتشارها جغرافيا، ومساهمتها في رفع محددات النمو الاقتصادي، باعتبارها القوة الاقتصادية المحركة لاقتصاديات الدول التي تعتبر الأكثر كفاءة في توظيف رأس المال في مشاريع المقاولات والمناولات لصالح الاستثمارات الضخمة والمؤسسات العملاقة والتكامل مع الفروع الاقتصادية الكبرى، وتساهم من الناحية الاجتماعية بتقليل البطالة، ويبقى على المشاريع الناشئة البحث عن الشروط والعوامل المساعدة لها على التطور والنمو. ومن هنا جاء الفصل النظري لمناقشة أحد العوامل المتمثل في الشراكة والثقافة المتعلقة بها، ولقد تم تقسيمه من خلال:

المبحث الأول: المؤسسة الناشئة وثقافة الشراكة

المبحث الثاني: المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة وإمكانية نموها بالشراكة

## المبحث الأول: المؤسسة الناشئة وثقافة الشراكة

### المطلب الأول: ماهية المؤسسات الناشئة

تتعلق أي مؤسسة ناجحة من فكرة مشروع وتجسدت بما لها من إمكانيات وموارد وتبنت استراتيجيات وسياسات وخطط بما يتناسب مع رؤيتها ورسالتها وأهدافها، ولعل أهم مرحلة من دورة حياة المؤسسات هي بدايتها في شكل مؤسسة ناجحة. وفي هذا المطلب سنتطرق إلى بعض التعاريف المهمة للمؤسسات الناشئة المؤسسة الناشئة:

### الفرع الأول: تعريف المؤسسات الناشئة ومميزاتها وأشكالها

#### أولاً: تعريف المؤسسة الناشئة Startup

اصطلاحاً: حسب القاموس الإنجليزي على أنها مشروع بدا وكلمة **Startup** تتكون من جزأين **Start** وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و **up** وهو ما يشير بفكرة النمو القوي، لذا هناك من يعرفها بأنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها جمهور كبير، بغض النظر عن حجم الشركة، أو قطاع أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بارتفاع عدم ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها للنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها<sup>1</sup>.

وحسب Eric Ries أحد المنظرين لهذا المفهوم في كتابه *The lean startup* المؤسسة الناشئة هي كيان بشري صمم لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل حالة عدم التأكد<sup>2</sup>. من خلال تعريف السابقة نستنتج أن المؤسسة الناشئة هي مؤسسة حديثة النشأة حيث تسعى بطرح جانب ابتكاري في منتجاتها أو خدماتها، صممت للنمو بسرعة حسب إمكانياتها، حيث تسعى لإشباع حاجات عدد كبير من المتعاملين.

#### ثانياً: مميزات المؤسسات الناشئة

للمؤسسات الناشئة مميزات تميزها عن باقي المؤسسات الأخرى وهي كالآتي<sup>3</sup>:

-مؤسسات حديثة العهد.

-تتميز المؤسسات الناشئة بأنها مؤسسات شابة وبالغة وأحكامها خياران إما التطور أو التحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

<sup>1</sup> هشام بروال، جهاد خلوط، التعليم المقاوالاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة علوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 20، العدد 3، 2017، ص 20.

<sup>3</sup> حرمة محمد، خميرة عبدالله، إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر أهداف و تحديات، مذكرة ماستر أكاديمي، علوم التسيير، إدارة أعمال، جامعة دراية، أدرار، 2022/2021، ص 9- 10.

<sup>2</sup> جغدالي نجاة، دور المؤسسات الناشئة **STARTUP** في دعم تنافسية المؤسسات الصناعية الجزائرية، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020/2019، ص 26.

\_مؤسسات أمامها فرصة لنمو التاريخي والمتزايد من إحدى السمات التي تحدد معنى الشركة الناشئة هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل.

\_مؤسسات تتعلق بالتكنولوجيا

\_مؤسسات تطلب تكاليف منخفضة.

ثالثا: أشكال المؤسسات الناشئة

حسب ايريك ريسا Eric Rica الباحث في السيليكون فالي، يوجد 7 أنواع من الشركات الناشئة التي تختلف فيها حسب الأهداف الأولية لإنشائها، وأيضا حسب قدرتها على النمو والتطور: <sup>1</sup>

✓ مؤسسات ناشئة أسست بالإلهام life startup work to live their passicen  
✓ مؤسسات ناشئة أسست بالضرورة بهدف إعانة عائلاتها small business startup Works to feed their family

✓ شركات ذات إمكانات كبيرة

✓ شركات ذات إمكانات لم تستطع إيجاد مصادر للتمويل وهي عادة المستهدفة من طرف شركة كبيرة لشرائها  
Buyable startup acquisition target.

✓ مؤسسة ناشئة مبدعة لها نسبة فشل عالية تغيير نموذج الحل الخاص بها باستمرار في تواجه البيئة المحيطة large company startup inovate or evaporate.

✓ مؤسسة ناشئة قابلة للتطور Startup That can trrave هذا النوع من الشركة هو الأكثر انتشارا حتى أنها أصبحت بالفعل تتحكم في حياتنا اليومية بشكل أو بآخر، فلو اطلعنا على آخر الإحصائيات العالمية للمستخدمين موقع Facebook أو Twitter لتدرك كم هي مؤثرة تلك الشركة.  
✓ شركات هدفها جعل العالم أفضل، وليس اقتحام الأسواق وخلق الثروة.

الفرع الثاني: أهمية المؤسسات الناشئة وأهدافها

لقد شهدت المؤسسات الناشئة اهتماما متزايدا من طرف العديد من الدول نظرا لدورها في النشاط الاقتصادي خاصة بعد أن أثبتت فعاليتها في معالجة المشاكل الاقتصادية.

أولا: أهمية المؤسسات الناشئة

تكتسي المؤسسات الناشئة خلال العقدين الآخرين في الاقتصاد العالمي مكانة هامة لما لها من تأثير بالغ الأهمية وفي أغلب المؤثرات الاقتصادية وتكمن هذه الأهمية فيما يلي: <sup>2</sup>  
✓ الحد من البطالة وتوفير مناصب عمل.

<sup>1</sup>بوصوار لميس، بوالبعير عائدة، واقع تمويل مؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، 2021/2020، ص9.  
<sup>2</sup>حرمة محمد، خميرة عبدالله، مرجع سبق ذكره، ص10.

- ✓ التجديد في الخدمات والمنتجات المقدمة.
- ✓ استغلال الثروات المحلية.
- ✓ القضاء على الاحتكار وتحقيق التوازن الجهوي.
- ✓ نقص حجم القوة العاملة اللازمة وتحقيق ربح الفريق وتقليل التكاليف نسبيا.
- ✓ بساطة التكنولوجيا المستعملة وسهولة العمل فيها.
- ✓ وجود إجراءات عمل مبسطة وخطط واضحة ووضوح التنظيم.
- ✓ نقص تكلفة الإدارة والمصاريف العمومية.
- ✓ السرعة والدقة في اتخاذ القرار.
- ✓ السرعة في تغيير النشاط.
- ✓ رفع مشاركة الإناث في النشاط الاقتصادي.
- ✓ محاربة الفقر وتنمية المناطق الناشئة.
- ✓ دعم الصادرات.

#### ثانيا: أهداف المؤسسات الناشئة

تسعى المؤسسات الناشئة إلى تحقيق الأهداف الآتية:<sup>1</sup>

- ✓ ترقية روح المبادرة والجماعية باستخدام أنشطة اقتصادية سلبية أو خدمية لم تكن من قبل وكذا إحياء أنشطة اقتصادية تم التخلي عنها لأي سبب كان، ومثال ذلك تنشيط الصناعات التقليدية المناولة في القطاع الصناعة وقطاع البناء والأشغال العمومية...
- ✓ استحداث فرص عمل جديدة سواء بصورة مباشرة بالنسبة لمستخدمي المؤسسات أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامها لأشخاص آخرين.
- ✓ إعادة إدماج المسرحيين من مناصب عملهم جراء الإفلاس لبعض المؤسسات العمومية أو بفعل تقليص حجم العمالة فيها، جراء إعادة الهيكلة أو الخصخصة وهو ما يدعم إمكانية تعويض بعض الأنشطة المفقودة.
- ✓ يمكن أن تشكل أداة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية مما يجعلها أداة هامة لترقية واثمين الثروة المحلية وإحدى وسائل الاندماج والتكامل بين المناطق.
- ✓ تهدف أن تكون حلقة وصل في النسيج الاقتصادي من خلال مجمل العلاقات التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة والمتفاعلة معها، والتي تشترك في استخدام المدخلات.
- ✓ تمكين فئات عديدة من المجتمع التي تملك الأفكار الاستثمارية الجيدة ولكنها لا تمثل القدرة المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية.

<sup>1</sup> حرمة محمد، خميرة عبدالله، مرجع سبق ذكره، ص 11.

### الفرع الثالث: التطور التاريخي

لقد مر التطور التاريخي للمؤسسات الناشئة بالمراحل التالية: <sup>1</sup>

#### أولاً: مرحلة بناء الفكر

حيث تم طرح فكرة إنشاء مشروع من خلال دراسة السوق وسلوك المستهلكين ومحاولة واضعها حيز في المستقبل ووضع خطط تحويلها واختيار الطريقة المناسبة لها.

#### ثانياً: مرحلة الانطلاق

وهنا يتم إطلاق المنبع والخدمة الأولى مرة، حيث يكون غير معروف مع صعوبة إيجاد جهة التمويل المناسبة، فعادة ما يلجأ صاحب المشروع إلى العائلة وهنا يكون المتبع مرتفع السعر وبحاجة إلى الترويج.

#### ثالثاً: مرحلة الاختفاء

حيث يستمر المتبع عليه بإتباع استراتيجيات منظمة ومحاولة بعثه من جديد من السوق مما يستدعي إدخال التعديلات المناسبة لها إستراتيجيات جديدة. واكتساب الخبرة اللازمة، هنا تكون المرحلة الثالثة من المتبع حيث يتم ضبط سعره وتسويقه بشكل أسرع.

#### رابعاً: مرحلة النمو المتزايد

هذا يكون المتبع قد تطور بشكل كبير وتجاوز مرحلة التجربة وتباشر الشركة في النمو، كما أن المستهلكين المستهدفين اعتمدوا على الابتكار الجديد، وتبدأ مرحلة تحقيق الأرباح والإنتاج بحجم كبير.

### الفرع الرابع: مقاربات ريادة الأعمال الناشئة

تتمثل مقاربات ريادة الأعمال فيما يلي: <sup>2</sup>

#### أولاً: وجود فكرة ابتكاريه أو مبدعة

يمكن القول انه ما من ريادة أعمال إلا ومن ورائها أو على أساسها فكرة ما متمثلة مثلاً في القيام بعملية أو مهمة معينة مثل إنتاج سلعة جديدة أو تحسين تلك المتداولة في الأسواق أو تقديم خدمة جديدة أو مختلفة، أو طرح نظام أو أسلوب جديد أو طريقة مختلفة وغير ذلك، وعادة ما تتأتي الفكرة أو الأفكار نتيجة البحث والانتباه والملاحظة النافذة لما هو في المحيط، أو حتى الإحساس بألم أو انعدام شيء أو عدم ملائمة شيء للظروف والأشخاص وغير ذلك من الحالات، على انه ليست كل الأفكار جيدة أو قابلة للتطبيق أو ملائمة أو فعالة اقتصادياً ومقبولة اجتماعياً أو مناسبة بينياً، فما يحتاجه رائد أو رائدة للأعمال إذن هو القدرة على الإبداع والذي يمكن من تحويل الأفكار إلى الأشياء ملموسة ومفيدة ينتج عن ذلك طلب في السوق.

<sup>1</sup>بوصوار لميس، بوالبعير عائدة، مرجع سابق، ص 08.

<sup>2</sup>سعيد اوكيل، ريادة الأعمال أو المقاولاتية مقارنة شاملة عملية، حصيلة ديوان للمطبوعات الجامع، 2017، ص32-33-34-35.

## ثانيا: روح المغامرة والشغف

في هذه النظرة يستدعي أن يبادر الفرد المعني بمباشرة الإجراءات العملية المختلفة. مما يتطلب المغامرة بموارد قد تكون ليست شخصية أو متوفرة لديه أو لدينا عند لحظة الحاجة وحتى يحدث هذا عامل الشغف كدافع أساسي قوي يجعل الفرد يجرا على البحث عن جميع الوسائل والطرق التي تمكنه من تنفيذ فكرته أو مشروعه ملموسا وعلى ارض الواقع وبالفعل فان الشغف يعتبر حاسما للانطلاق في مجال زيادة الأعمال ويمكن تعريفه بصورة بسيطة وعامة على انه ذلك الإحساس الداخلي أو الذاتي والقوي الذي يولد أو يوفر الطاقة للفرد تمكنه من السير من أجل الوصول إلى الهدف أو تحقيق الغاية مع التخطي الصعاب ومجابهة الانتقادات إلى جانب الخطر والمشاكل المختلفة.

## ثالثا: تسخير الموارد

تعتبر رؤوس الأموال هامة جدا إلى جانب الموارد البشرية والمعارف التي يسخرها رواد الأعمال من أجل بلوغ أهدافهم وبالنسبة لعلاقة الموارد المالية بزيادة الأعمال، فيمكن التمييز بين حالات ثلاثة أولها عدم توفيرها وثانيها توفيرها بقدر كبير وثالثها هي بين حالتين. على أن الأهم في جميع هذه الحالات هو وجوب أو ضرورة الاستخدام للأفضل لها بحيث تدر أقصى ما يمكن من مردود وفائدة للمعني بالأمر والاقتصاد والمجتمع.

## رابعا: تقدير ومواجهة عامل الخطر

إن خاصية الاستثمار هي انه من المستحيل أن يقر صاحبه أو صاحبها بالتأكد الكامل فيما يتعلق بمختلف جوانبه، ومنها جريان الأمور وفق الحسابات المبدئية أو الأولية والتوقعات المنتظر والحصول على نتائج والمخرجان المرجوة فمن أجل اتخاذ القرارات، عادة ما يتم إلى توفر المعلومات ما بين القليل إلى الكافي والكبير وحيث نقل هذه المعلومات أو حتى تتعدم كلما ابتعدنا من الوقت الحاضر وفي الأفق الزمني، حيث المستقبل البعيد تتعدم المعرفة أو يكبر الجهل بالأمور والحالات وبالتالي مستوى أو درجة المخاطرة الكبيرة التي قد تهدم المشروع بكامله.

## المطلب الثاني: تمويل رؤوس الأموال والأصول في المؤسسة الناشئة

يتم تمويل رؤوس الأموال والأصول للمؤسسة الناشئة من خلال البحث عن مستثمرين مهتمين بالاستثمار في مشاريع مبتكرة، يمكن البحث عن هؤلاء المستثمرين من خلال شبكات العمل التجارية وإجراء اتصالات ومقابلات توضيحية، كما يمكن للمؤسسة الناشئة التقدم بطلب للحصول على التمويل من الجهات المختلفة التي تدعم الابتكار وريادة الأعمال.

## الفرع الأول: التمويل بالمساهمات والمدخرات

تعد مشاركة المساهمين في إدارة شركات طريق مراقبتهم لعمليات الإدارة والتسيير أمرا ضروريا، فالدور الرقابي الذي يقوم به المساهم بعد ركيزة أساسية ودعامة قوية في النهوض بالشركة وتطويرها، وتمكين المساهم

من هذا الدور ه المرهون بحصوله على قدر كافي من المعلومات اللازمة التي تخص الشركة. على القدر الكافي من المعلومات اللازمة التي تخص الشرك<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: التمويل بالإعانات والقروض

يعتبر التمويل بالإعانات والقروض عامل مهم لنمو والدعم وتختلف القروض كما يلي:

#### أولاً: القروض متوسطة الأجل

هي قروض موجهة للاستثمارات والتي لا يتجاوز عمرها سبع سنوات والمخصصة لتجهيزات الأجل الإنتاج بصفة الأموال إضافة لاحتمالات عدم السداد الناجمة عن إمكانية حدوثها على مستوى المركز المالي للمقرض.

#### ثانياً: القروض القابلة للتعبئة

أي أن البنك المقرض يمكن له إعادة خصم هذه القروض لدى المؤسسة المالية أخرى أو لدى البنك المركزي للحصول على السيولة في حالة الحاجة إليها دون انتظار أجل استحقاق القرض ويسمى لذلك بتقليل تطور تجميد الأموال.

#### ثالثاً: قروض طويلة الأجل

وهي قروض موجهة للاستثمارات طويلة المدى التي تحتاج مبالغ كبيرة لا تقدر على وحدها تفوق في العمر سبع سنوات وتمتد أي قابلة 20 سنة نظراً لطبيعة هذه القروض فان البنوك التجارية لا تقوى عليها بل تقوم بها البنوك المستحقة لاعتمادها على مصادر ادخارية طويلة. والقرض الإيجاري هو عملية يقوم بموجبها مؤسسة أو شركة تأجير مؤهولة قانونياً وذلك بوضع آلات أو معدات أو أي أصول مادية أخرى بحوزة مؤسسة مستعملة على سبيل الإنجاز على إمكانية التنازل عنها في نهاية فترة التعاقد عليها ويتم تسديد أقساط. كما أن المؤسسة المستأجرة غير مطالبة باتفاق المبلغ الكلي للاستثمار مرة واحدة وإنما بأقساط تتضمن ثمن شراء الأصل مضاف إليه الفوائد التي تعود على المؤسسة المؤجرة. وملكيه الأصل تعود للمؤسسة المؤجرة أما المستأجرة في فهي مستفيدة فقط من الاستعمال.

#### الفرع الثالث: الاستثمارات الثابتة

تعتبر الاستثمارات الثابتة الأصول الثابتة التي يتم استخدامها في الإنتاج وتساهم في توفير دخل الشركة في المستقبل، تشمل هذه الاستثمارات عادة العقارات والآلات والمعدات والمباني ومنشآت الإنتاج والتجهيزات والمركبات والمعدات الثقيلة وغيرها:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الوهاب مخلوفي، إبراهيم بن مختار، ضمانات حق المساهم في الاعلام وفي القانون الجزائري، مجلة البيان للدراسات السابقة، 2015، ص447.

<sup>2</sup> فاطمة بنت حسن بن سعيد المرغدي الياضي، العوامل المحددة استثمار في الأصول الثابتة، قسم المحاسبة والتمويل، المجلة العربية للإدارة، جامعة ظفار، سلطنة عمان، 2016، ص233.

### أولاً: الأصول الثابتة الملموسة

يقصد بها الأصول المنتجة للسلع والخدمات، حيث أنها موجودة بشكل فعلي والملموس ويتضمن هذا النوع من الأصول الأراضي، الآلات، والمباني والمعدات، الأثاث، والإنشاءات وغيرها.

### ثانياً: الأصول الثابتة غير الملموسة

يعكس الأصول الثابتة الملموسة هي غير موجودة بشكل فعلي وملموس وعادة لا تتبع السلع والخدمات بشكل مباشر، وإنما يتم تحويل الأفكار الناجمة عنها إلى السلع وخدمات تستخدم في تشغيل أنشطة الشركة يتضمن هذا النوع من الأصول براءات الاختراع، وحقوق النشر، وعلامات تجارية.

### الفرع الرابع: الأصول المعنوية

تعتبر الأصول المعنوية هي أصل غير مادي من حيث الملكية الفكرية للشركات، بما في ذلك براءات الاختراع والعلامات التجارية وحقوق التأليف والنشر ومنهجية الأعمال نذكر من بينها: <sup>1</sup>

### أولاً: البراءات

- ✓ براءة الاختراع العلامات والأسماء التجارية.
- ✓ امتيازات وتراخيص.
- ✓ حق الملكية الأدبية.
- ✓ براءة الاختراع تعريف براءة الاختراع على أنها الشهادة التي تمنحها الدولة بواسطة هيئة عمومية مختصة للمخترع كي يثبت له حق احتكار اختراعه مالياً ولمدة زمنية محدودة وفي ظروف معينة.
- ولقد عرف المشروع الجزائري براءة الاختراع فيالأمر 03-07 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق ببراءات الاختراع في المادة التالية " البراءة أو براءة الاختراع" هي وثيقة تسلم لحماية الاختراع حيث اشترط في المادة وجوب توفر ثلاث نقاط لمنح براءة الاختراع أولاً وهي:
  - ✓ أن يكون ثمة اختراع أو ابتكار.
  - ✓ أن يكون الاختراع جديداً.
  - ✓ أن يكون هذا الاختراع قابلاً للاستغلال الصناعي.

### ثانياً: العلامات والأسماء التجارية

العلامة التجارية هي علامة تستطيع أن تعرف مصدر منتج معين أو خدمة أما الاسم هو التسمية التي يستخدمها التاجر لتمييز مشروعه التجاري وتختلف وظيفة الاسم التجاري عن وظائف العلامة التجارية فتستخدم للدلالة على سلعة أو خدمة وتميزها عن السلع أو الخدمات المتشابهة فان الاسم التجاري يستخدم لتمييز المؤسسة التجارية ذاتها.

<sup>1</sup>عدنان مقدم ، محاسبة الأصول المعنوية وفق النظام المحاسبي المالي، مجلة البديل الاقتصادي، جامعة ورقلة، الجزائر، ص 33-34.

### ثالثا: الامتيازات والتراخيص

تعتبر الملكية الصناعية أصلا معنويا، تمنح صاحبها حق الحصرية والاحتكار في استغلال الملكية الصناعية بكافة الأشكال القانونية ومنع منافسيه من استغلالها بدون ترخيص. أما عقد الامتياز يكون عادة أكثر تعقيدا من عقد ترخيص العلامة لجهة مستغلة هي فهو يتضمن منح الترخيص على العلامة، منح تراخيص الاستعمال حقوق الملكية الفكرية أخرى، منح الترخيص للاستعمال الخطط والتوزيع للمنتجات المعينة ولبعض المعارف التقنية.

### المطلب الثالث: ثقافة الشراكة التنظيمية لدى المؤسسة الناشئة المخاطر

تعد ثقافة الشراكة التنظيمية من العوامل المهمة التي يجب النظر إليها للمؤسسات الناشئة حيث تساهم هذه الثقافة على تحقيق التعاون والتنسيق بين جميع أعضاء المؤسسة والشركاء والمستثمرين وتساعد أيضا في تقليل المخاطر المالية والإدارية والتشغيلية.

### الفرع الأول: ثقافة المساهمة وفتح رأس المال

#### أولا: فتح رأس المال

تعتبر المؤسسات الناشئة ركيزة من ركائز الاقتصاد لما لها من دور فعال في رفع عجلة التنمية وتنشيط الاقتصاد كذا فكرتها على فتح مناصب تشغل البطالين، ورغم دور الفعال الذي يلعبه هذا النوع من المؤسسات إلا أنها تواجه عدة مشاكل التمويل وذلك نظرا لخصوصية المؤسسات الناشئة وهو ما يصعب حصولها على التمويل خاصة بالطريقة الكلاسيكية كالقروض إذا اشترطت الضمانات لا تقدر عليها هذه المؤسسات، وهو ما استوجب إيجاد طرق بديل تمويله للطرق الكلاسيكية تتلاءم وخصوصيتها ومن بين هذه الطريقة ابرز رأي، المخاطر الذي اثبت شجاعته وانفراده بالتدخل في كل مراحل حياة المشاريع والمؤسسات من محله للإنشاء وصول إلى مرحلة التعثر، ونظرا لأهمية المال المخاطر وتزايد المؤسسات الناشئة والاهتمام الكبير الذي تولته الدولة بهذا القطاع اعتمد راس المال المخاطر في الجزائر منذ فترة وجيزة وهو مازال في بدايته<sup>1</sup>.

التعريف بالوضع المالي للشركة: حيث يتم تعريف جمهور المستثمرين ورجال الأعمال بالشركات الوطنية ووضعها المالي حيث يعطي حجم التداول لأسعار الشركة وأسعار أسهمها مؤشرا واضحا من أحوال الشركة ومركزها المالي. توفير حماية من أخطار الاستثمارات الوهمية من خلال الشروط التي يفرضها السوق المالي على إدراج الشركات فيه وعلى تداول الأوراق المالية، إضافة إلى إيجاد أنواع من الاستثمارات تساهم في التحوط ضد المخاطر.

-المساعدة في توفير المعلومات والبيانات.

<sup>1</sup>Université doum-EL-Bouaghi.dz:8080: تم الاطلاع عليه : 28/04/2023,6: 30.

توجيه استثمار أن ارتفاع الأسعار في البورصة يدفع المستثمرين إلى بيع الأوراق المالية والعكس في حالة انخفاض الأسعار ويتوجهون إلى شراء الأوراق المالية، مما يعطي لسوق المالي حق التوجيه الاستثمار. فتح رأس المال عن طريق الأسواق المالية أو البورصة أو طلب المساهمات من الأفراد أو بيع الأسهم... الخ.

### ثانيا: رأس المال المخاطر

هو أداة تمويلية استثمارية وهو صورة لاستثمار نشط مبني على أدوات المنازلة في حقوق الملكية وتعرف جمعيتها رأس المال المخاطر الأوروبية (ZVLA) رأس المال المخاطر بأنه رأس المال الذي يمول بواسطة وسيط مالي متخصص مثل شركات رأس المال، المخاطر أو صناديق استثمار رأس المال المخاطر، لدعم مشروعات ذات مخاطر مرتفعة من الصعوبة تمويلها بطرق التمويل التقليدية بالافتراض وتميز باحتمال، عوائده كبيرة لكنها لا تتضمن تلك العوائد والاسترداد رأس المال التام تعتبر رأس المال المخاطر في الاقتصاديات المعاصرة من أهم وسائل التدعيم المالي والفني للمشروعات الجديدة الناشئة وذلك لما تتميز به هذه المؤسسات من قدرة عالية على التعامل مع المخاطر بأسلوب سليم وسريع يرجع أساسا إلى خبرتها وإمكاناتها الواسعة على اعتبار أنها مؤسسات متخصصة في المجال التمويل<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: ثقافة الاستعانة بالخدمات التجارية التسويقية

هي وعي المؤسسة الناشئة بالبحث عن بمبادرات تعاقدية تهدف للاستعانة ببعض الخدمات التجارية والتسويقية، والتي يمكن أن تحقق لهذه المؤسسات أهداف مهمة في فصل العمل التجاري والتسويقي، منها:<sup>2</sup>  
**أولاً: توفير الوقت وجهد التكاليف**

من أبرز إستراتيجية التسويق أهمية أنها تسهل عليك الوصول إلى الأهداف التسويقية من أقصر الطرق لأنها تعتمد على الخطوات العملية المدروسة مسبقا مما يوفر التكاليف التي تنفق على سبيل التجربة، أو على خطوات غير مدروسة جيدا مما يوفر الكثير من الوقت والجهد أيضا.

### ثانيا: دراسة السوق

يسمع كل عنصر من عناصر الإستراتيجية التسويقية، والتجارية بدراسة حالات ومتطلبات السوق بالتفصيل. مما يؤدي إلى إدراك تلك المتطلبات والسعي لتلبية احتياجات الجمهور المستهدف، كما تستخدمك في دراسته تحليل البيئة التسويقية التي تعمل بها بدقة.

### ثالثا: زيادة المبيعات وتحقيق الأرباح

بعد دراسة السوق بدقة ومعرفة حاجاته ومتطلباته بشكل صحيح ستساعدك استراتيجية التسويق، الاحترافية في أن نظم المتبع الخاص بك انه قادر على حل المشكلات التي يواجهها الجمهور وأحداث تغييرات للأفضل في

<sup>1</sup><http://Universitédoum-el-bauaghi.dz:8080:28/04/2023:6:30>

<sup>2</sup> أمينة منال، المؤسسات الناشئة في الجزائر بين جهود التنظيم وهياكل الدعم ، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، تخصص علوم اقتصادية، المجلد07، العدد 03، 2021، ص361.

حياتهم فيعتبر الجمهور المستهدف أن خدمتك أو منتجك هو تماما ما يحتاجون إليه، فيقومون بالشراء أو التفاعل، فيتحقق الهدف الرئيس لكل إستراتيجية تسويقية، وهو زيادة المبيعات، وهنا تكمن أهمية إستراتيجية التسويق في تحقيق الأرباح المرجوة.

#### رابعاً: الوعي بالعلامة التجارية

تؤدي استراتيجية التسويق الناجحة إلى ربط العلامة التجارية لمنتجك أو شركتك إذهال المستهلكين مما يخلف الولاء تجاه تلك العلامة، ويعزز العلاقة مع المنتج أو الخدمة التي تروج لها.

#### خامساً: النمو المستمر والمستقبلي

ان الميزة التنافسية التي تمنحك اياها الإستراتيجية التسويقية الناجحة والمتطورة وفقاً للمتغيرات تضمن لك ان نجاحك لن يكون لحظياً فهي تنقلك من خطوة مدروسة إلى أخرى، وتجهزك للمستقبل على ضمان النمو المتزايد والنجاح المستقبلي.<sup>1</sup>

#### الفرع الثالث: ثقافة المشاركة بالهياكل

هذه الثقافة تتمثل في وعي المؤسسة الناشئة بعقد مبادرات مع من يملكون العقارات والمباني والهياكل ويرغبون في مشاركتها لصالح الاستثمار في المشروع الناشئ، والهيكل هو فكرة أساسية، ملموسة أو غير ملموسة في إشارة إلى تشخيص ومراقبة، وطبيعة ودوام أنماط وعلاقات البيانات، هذه فكرة قد تكون هي نفسها كانت مثل هيكل مبني، أو سمة مثل بنية المجتمع الاستثمار الحقيقي يتم في للأراضي، المباني والمعدات بحيث يعتبر استثمار حقيقي متى توفر للمستثمر الحق في الحياة على الأصل الحقيقي، كالعقار والسلع والذهب ويعبر الأصل الحقيقي عن كل أصل له قيمة اقتصادية في حد ذاته وينجز عن استخدامه منفعة اقتصادية تظهر على شكل سلع أو خدمات تعتبر الحافزة العقارية المشكلة للأموال العقارية الخاصة التابعة للدولة أو الأفراد والأموال الوقفية جزء مهم من العقار الموجه للاستثمار، وبالتالي كيفية استغلال هذه للمحافظة العقارية هي أنها الحبس الأكبر بالنسبة للمستثمر الذي يتطلع للحصول على قطعة أرض بغية إنجاز المشروع الاستثماري وكذلك بالنسبة لمالك العقار، الذي يهدف من وراء منحه أو عرضه للعقار تحقيق الربح أما الدولة.<sup>2</sup>

#### الفرع الرابع: ثقافة التأمينات

تعتبر ثقافة التأمينات هي المعرفة والوعي بأهمية التأمينات بحماية الأفراد والمؤسسات من المخاطر المحتملة.

<sup>1</sup> WWW.blog.khamasat.com، 10: 11h، 25/04/2023 تم الاطلاع عليه.

<sup>2</sup> بن مسعود الدين، دراسة وتقييم المشاريع الاستثمارية - دراسة حالة شركة الإسمنت بني صاف، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة ابي بكر، تلمسان، 2020، ص33.

## أولاً: ثقافة مبادرات التأمين ضد المخاطر

تعتبر الثقافة التأمينية واحدة من الأهداف الاجتماعية لصناعة التأمين التي تسعى في كل جوانبها التي إلى تحقق المجتمع المؤسسات وكيفية الانتباه إلى المخاطر التي تحيط بهم في حياتهم اليومية والعملية وما ينتج عنها من خسائر إلى جانب كيفية إدارة المخاطر بشكل كفوء وفعال عن طريق اللجوء إلى شركات التأمين التي هي جهات فعالة في إدارة الخطر نظراً لإمكانياتها الفنية والمالية وعليه يمكن أن توجز ما تحمله الثقافة التأمينية عن أهميته لا تختلف عن أهمية التأمين بوصفه نشاطاً لإدارة الخطر<sup>1</sup>.

## ثانياً: الأهمية الاقتصادية لثقافة التأمين

يساهم التأمين في الاستقرار الاقتصادي لما يوفره من وعي بحمايته لمختلف الأنشطة الاقتصادية، مما يحفز أصحاب الأموال على استثمار أموالهم في أوجه الاستثمار كافة، لمعرفة كيفية التعويض عن الخسائر الناتجة عن وقوع الأخطار.

✓ للتأمين دور في زيادة المشاريع التنموية إذ أن شركات التأمين تساهم في تمويل الصناعة وأصحاب الأعمال عن طريق التوفير القروض اللازمة لتنفيذ مشاريعهم.

✓ يساهم التأمين في زيادة معدلات الائتمان نظراً لما تقدمه شركات التأمين من ضمان القروض المصرفية.

✓ يساهم التأمين في الوقاية والحد من الخسائر سواء بالمساهمة في تمويل من الخسائر بالمساهمة في تمويل والحد من الخسائر في تمويل إجراءات وتدابير منع وتقليل الخسائر، أو نشر الوعي الوقائي.

✓ التأمين دور الوقاية للمجتمع حيث يقوم التأمين بالعمل على التقليل نسبة الوقوع الحوادث والحد من المخاطر وذلك عن طريق الاستعانة بالخبراء والأخصائيين لدراسة مخاطر العمل بهدف الحد من احتمال تحقق هذه المخاطر ومحاولة تجنب وقوعها مما يساعد على تحقيق الاستقرار الكامل للمشروعات وينمي الشعور بالمسؤولية عن طريق إصدار التعليمات والتوجيهات.

## الفرع الخامس: ثقافة المشاركة في التكنولوجيا

تعد ثقافة المشاركة في التكنولوجيا هي التي تشجع على تبادل الأفكار والمعلومات المفيدة في مجال التكنولوجيا وتتيح للأفراد إمكانية تعاون على إنشاء مشاريع بتقنية حديثة وجديدة وتطبيقات مفيدة، كما تهدف المشاركة في التكنولوجيا للمؤسسة الناشئة كل ما يلي:<sup>2</sup>

✓ تحديد نوع وهدف المؤسسة الناشئة وهي أهم خطوة في مرحلة خلق شركة ناشئة startup فهي تحديد نوع العمل.

✓ وضع خطة عمل وهي وضع خطة.

<sup>1</sup> أحمد حد ناظم، أثر الثقافات التأمينية في إجمالي الأقساط المتحققة في سوق التأمين العراقي، الدبلوم العالي ماجستير، دراسات مالية، كلية دجلة، الجامعة الأهلية، العراق، 2019، ص 13.

<sup>2</sup> مليكية جامع، استخدام التكنولوجيا في المؤسسات المالية والمؤسسات الناشئة، برلين، ألمانيا، 2022، ص 73-74.

- ✓ تقديم هدف وفكرة المؤسسة من خلال البحث.
- ✓ الاستقرار على مصدر التمويل.
- ✓ تقييم الأوضاع القانونية والأوراق الرسمية.
- ✓ تحديد مكان ومقر المؤسسة الناشئة.
- ✓ اختيار موظفين عمال الشركة.
- ✓ الظهور الإلكتروني للمؤسسة الناشئة.

### المطلب الرابع: ثقافة الشراكة في محيط أعمال المؤسسة الناشئة

#### الفرع الأول: ثقافة الحكومة والجماعات الأخرى

- اعتمدت الحكومة في الآونة الأخيرة على إصدار برامج لدعم المؤسسة الناشئة ومنها: <sup>1</sup>
- ✓ أعلنت الحكومة في 2020/03/20 عن قرارات جديدة لتنفيذ إستراتيجية تطوير المؤسسات الناشئة وطرف تمويلها على رأسها إنشاء صندوق استثماري لديها وأعلن الوزير الأول عبد العزيز جراد عن اتخذت قرارات لتجسيد هذه الإستراتيجية (جراد 2020/10/20).
  - ✓ إنشاء صندوق استثماري مخصص لتمويل ودعم المؤسسات الناشئة.
  - ✓ إنشاء مجلس أعلى للابتكار والذي سيكون حيز الزاوية للتوجه الاستراتيجي في مجال تميز الأفكار والمبادرات المبتكرة والإمكانيات الوطنية للبحث العلمي، في خدمة تنمية اقتصاد المعرفة.
  - ✓ وضع الإطار القانوني الذي يحدد المفاهيم المؤسسات الناشئة والحاضنات وكذا المصطلحات الخاصة بالنظام البيئي لاقتصاد المعرفة من أجل تسهيل إجراءات إنشاء هذه الكيانات علاوة على عملية إعداد النصوص التنظيمية ذات الصلة، التي ستقضي إلى مراجعة النصوص الموجودة من أجل تكييف آليات التمويل مع دورة نمو المؤسسات الناشئة.
  - ✓ تحويل الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها ANPT إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة.
  - ✓ تحويل قطب الامتياز الجهوي التكنولوجي [hub] للمؤسسات الناشئة الذي يجري إنجازه من قبل شركة سوناطراك على مستوى حديقة الرياح الكبرى "دنيا بارك" إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة.
  - ✓ تمكين حاملي المشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة من الاستفادة من المساحات المتاحة داخل المؤسسات التابعة لقطاعي الشباب والتكوين المهني على مستوى الوطني.

<sup>1</sup> عرابفاطمة الزهراء، صديقي خضراء، دور الدولة في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر الجديدة ، حوليات جامعة بشار، قسم العلوم الاقتصادية، المجلد 8، العدد 1، 2021، ص 42-43.

✓ تهيئة الجماعات المحلية لمساحات مخصصة لمؤسسات الناشئة مع إعطاء الأولوية التي تتوفر فيها إمكانيات كبيرة من حاملي المشاريع المبتكرة، لاسيما الولايات: بشار - ورقلة - قسنطينة وهران - تلمسان - سطيف وباتنة.

## الفرع الثاني: ثقافة المساهمين والشركاء

### أولاً: ثقافة مشاركة المساهمين في إدارة المشاريع الناشئة

تعد مشاركة المساهمين في إدارة شركات عن طريق مراقبتهم لعمليات الإدارة والتسيير أمر ضرورياً فالدور الرقابي الذي يقوم المساهمين عد ركيزة أساسية ودعامة قوية في النهوض بالشركة وتطويرها. وتمكين المساهم من هذا الدور مرهون بحصوله على القدر الكافي من المعلومات الأزمة التي تخص الشركة، ولهذا يعتبر حق المساهم من إبداء رأيه بموضوعية ودراية، وتضمن مشاركته الفعالة في حياة الشركة، غير أن الأمر لا يجب أن يقتصر على مجرد النص على حق المساهم في الإعلام وإقراره كمبدأ ثابت، بل لابد من إحاطته بالضمانات الضرورية للخروج به من الإطار النظري، ترجمته واقعياً كسند وخلفية رئيسية للسلطة التي يفترض أن يتمتع بها ويمارسها المساهم في الشركة<sup>1</sup>.

### ثانياً: ثقافة الشراكة عبر عقود النجاعة والوكالة في شركات الأشخاص والتضامن

إدارة شركات الأشخاص نظراً للشخصية الاعتبارية التي تتمتع بها شركات الأشخاص فلا بد أن يكون لهذا الشخص المعنوي جهاز يتولى إدارته والقيام بشؤونه وهذا الجهاز يتمثل في المدير وغيره من الأطراف يعهد إليه أو إليهم بمهمة إدارة الشركة وتمثيلها في علاقتها مع الغير، ولا تختلف شركات الأشخاص من حيث تعيين المدير وعزله ولا من حيث سلطته وحدوده من حيث الأعمال التي يقوم بها.

## الفرع الثالث: ثقافة الموردون

إن علاقة العمل بين المؤسسة الناشئة والمورد يجب أن تكون مبنية على أساس المصالح المشتركة، وهذا ما ينبثق عنه مجوع القيم والعادات وحتى الوعي بجملة من التدابير منها الشراكة مع الموردون:<sup>2</sup>

- ✓ مساهمة المورد في عملية التصميم.
- ✓ مشاركة المورد في المراقبة.
- ✓ تكوين فرق عمل مشتركة.
- ✓ مشاركة المورد في التنبؤ.
- ✓ حضور المورد اجتماعات التحسين.
- ✓ تبادل الأفكار والاقتراحات.

<sup>1</sup> عبد الوهاب، خلوفي إبراهيم بن مختار، ضمانات حق المساهم في الإعلام في القانون الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية. 03-05-2015 ص 247-263

<sup>2</sup> خالد بن سامي محمد حسين، العلاقات مع الموردين الفصل الثامن، إدارة الجودة الشاملة، جامعة الملك عبد العزيز

- ✓ مراقبة جودة المواد المشتراة.
- ✓ تحديد الاحتياجات تحديد واضح ودقيق.
- ✓ دقة العقد وشموليته.
- ✓ تبادل المعلومات حول التطوير.
- ✓ التركيز على مصلحة العميل.

### الفرع الرابع: ثقافة الزبائن

- تعمل المؤسسة على تقوية العلاقة مع زبائنها وذلك من أجل تنمية علاقات الزبائن ومن أجل استمرار المؤسسة ومن حيث ذلك:<sup>1</sup>
- ✓ تركز المؤسسة الناشئة على تدعيم وتعزيز ولاء الزبائن لها. وهذا كأساس التقوية علاقتها بهم، ضمان لقائهم الاحتفاظ بهم وتركز أيضا على تحقيق الرضا المستمر لهم.
  - ✓ الراحة والثقة في التعامل مع الجهة التي اعتاد العميل على التعامل معها.
  - ✓ العلاقات الاجتماعية مع السوق أو مقدم الخدمة أو العاملين لديه، والتي تساعده في الحصول على المعاملة الخاصة في اغلب الحالات.
  - ✓ عند الاستفسار عن أحد المنتجات يجب أن تقدم لهم النصيحة المناسبة لزبون بسرعة وبشكل لائق، مع تحديد الخدمات الفعلية التي تستطيع المؤسسات القيام بها.
  - ✓ تقديم الخدمات أو تسليم المنتجات في الوقت المحدد مع الاتصال بالزبائن.
  - ✓ تسهيل الأمور على الزبائن في الاتصال بالمؤسسة بالإضافة إلى تسهيل شراء المنتجات التي يريدونها، وبسعر مناسب مع تسليم المنتجات كاملة في الوقت المحدد.
  - ✓ استخدام البيانات التي يدلي بها الزبائن على نحو صحيح وأخلاقي وبطرق تخدم الزبون مع التأكد من إمكانية الوصول إليها في الوقت اتصال الزبون بالمؤسسة.
- وهناك ثقافة الاهتمام بخدمة البيع والاتصال بالزبون للتأكد من أن صفات المنتج والخدمة على ما يرام وفي مستوى توقعاته والأكثر أهمية انه لدى الزبون مشكلة أو كان يطلب مساعدته فيجب أن تقدم له بسرعة وعلى نحو لائق.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>الهام فخري احمد حسن،التسويق بالعلاقات الملتقى العربي الثاني ، التسويق الوطني العربي الفرص والتحديات الدوحة 2003ص 406

<sup>2</sup> نجاح يخلف،دور التسويق في كسب ولاء الزبائن ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، علوم تسيير تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنصات،

## المبحث الثاني: المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة وإمكانية نموها بالشراكة

### المطلب الأول: المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة

تعتبر المشاريع الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة واحدة من أهم الأسس التي يقوم عليها التطور الاقتصادي في العديد من الدول، ففي العصر الحالي، أصبح الابتكار والتغيير واحد من أهم العوامل التي تحدد نجاح المؤسسات الناشئة، وفي هذا المطلب سنتطرق إلى التعريف بمفهوم المشاريع الابتكارية وأهم خصائصها ومجالاتها ودرجة أصالتها وتخطيط وتنفيذ هذه المشاريع وتمويلها.

### الفرع الأول: مفهوم المشاريع الابتكارية، خصائصها ومجالاتها

#### أولاً: مفهوم المشاريع الابتكارية

المشاريع الابتكارية هي مشاريع تهدف إلى إيجاد حلول جديدة ومبتكرة لمشكلات معينة أو تحسين منتجاتها أو خدمات بطرق جديدة فعالة، تعتمد المشاريع الابتكارية على الإبداع والتفكير الجديد والأفكار المبتكرة لإيجاد حلا فعالا ومستداما لتلبية احتياجات السوق والمستهلكين، وتهدف هذه المشاريع إلى إيجاد فرص جديدة وتحسين العمليات الحالية بطرق مبتكرة تعزز وتعطي قيمة مضافة<sup>1</sup>.

ويعرف أيضا المشروع الابتكاري هو الإجراء التي يتم فيه تطبيق المعرفة والمهارات والتقنيات للاستجابة للاحتياجات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الجديدة، وهو عبارة عن خطة استراتيجية تتضمن على إنشاء أفكار أو منتجات أو خدمات جديدة، والتي تستلزم تطوير مجال مثل التعلم والتكنولوجيا ونماذج الأعمال وغيرها، والتي تسعى إلى تحقيق الأهداف معينة<sup>2</sup>.

#### ثانياً: خصائص المشاريع الابتكارية

تتميز المشاريع الابتكارية بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المشاريع، ومن أهم هذه الخصائص:<sup>3</sup>

- ✓ لديها إستراتيجية بحث وممارسة راسخة فيما يتعلق بالأهداف المقترحة.
- ✓ تدار من قبل خبراء في مجال الدراسة ولديهم القدرة على العمل بشكل مستقل.
- ✓ تسعى إلى الاستجابة أو تحقيق أهداف أكبر من المشاريع المبتكرة التي سبقتها.
- ✓ تعتمد بيئة العمل على ثقة وقدرة جميع المشاركين في المشروع.
- ✓ الابتكار والتميز وسيلة لتحدي المستمر للتممية وزيادة الأعمال.

<sup>1</sup><https://www.lawinsider.com/dictionary/innovation-project.10/04/2023,12:00H>

<sup>2</sup>قطيب ليندة، فندو صبرينة، دور حاضنات الأعمال في ترقية وتأهيل المشاريع المبتكرة، نيل شهادة ماستر أكاديمي إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة احمد دراية، أدرار، 2021-2022، ص6.

<sup>3</sup> قطيب ليندة، فندو صبرينة، مرجع سابق، ص6.

### ثالثا: مجالات المشاريع الابتكارية

- هناك العديد من المجالات التي تبرز فيها المشاريع الابتكارية ومن هذا المجالات نذكر ما يلي:<sup>1</sup>
- ✓ **التكنولوجيا والاتصالات:** تشمل تطوير التقنيات جديدة وابتكارات في مجالات مثل التكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الذكاء الصناعي، الواقع الافتراضي والواقع المعزز، الأمن السيبراني، الاستفادة من البيانات الضخمة، والتكنولوجيا الاتصالات المتقلة والشبكات الذكية.
  - ✓ **الطاقة والبيئة:** تتضمن المشاريع الابتكارية في مجال تطوير مصادر طاقة جديدة ومستدامة مثل: الطاقة الشمسية، الرياح، الهيدروجين، وتحسين كفاءة استخدام الطاقة، وتقليل انبعاثات الغازات الدفنية وإدارة المياه والموارد البيئية.
  - ✓ **الصحة والرعاية الصحية:** تتضمن مشاريع الابتكار في هذا المجال تطوير تكنولوجيا الرعاية الصحية، والأجهزة الطبية التكنولوجيا الحيوية، والتشخيص والعلاج مبتكر، والرعاية الصحية عن بعد والصحة الرقمية.
  - ✓ **الزراعة والأغذية:** تشمل الابتكار في هذا المجال تطوير تقنيات الزراعة المبتكرة، ومنتجات غذائية محسنة، والاستدامة الزراعية، والتكنولوجيا الذكية في الزراعة والإدارة الزراعية.
  - ✓ **الصناعة والتصنيع:** تتضمن مشاريع الابتكار في هذا المجال تطوير عمليات التصنيع والإنتاج، وتحسين الكفاءات واستدامة في الصناعة واستخدام التقنيات.
  - ✓ **التعليم:** حيث يتم التركيز على التطوير حلول تكنولوجيا جديدة لتحسين عملية التعليم والتدريب مثل تقنيات الواقع الافتراضي والتعليم عن بعد.
  - ✓ **السفر والسياحة:** تتضمن حول تحسين التجربة الشخصية والجماعية في السفر والسياحة وتوفير الخدمات الجديدة والفريدة من نوعها.

### الفرع الثاني: درجة أصالة المشاريع الابتكارية

تختلف المشاريع الابتكارية من حيث درجة أصالة فكرة المشروع فإن كل مشروع ابتكاري يتميز بفكرة جديدة تختلف عن أفكار المشاريع القبلية من حيث أصالة الفكرة ومميزاتها:<sup>2</sup>

#### أولا: أصالة الفكرة

يقصد بالأصالة عند المبدع القدرة على توليد الأفكار الجديدة، أو أنها تعبير عن نزوع يعكس القدرة على النفاذ إلى وراء الواضح، والمباشر، والمألوف من الأفكار، وهي القدرة على إتيان بالأفكار الجديدة والنادرة والمفيدة وغير مرتبطة بتكرار الأفكار السابقة، وهي إنتاج غير مألوف وبعيد المدى، والمبدع صاحب الأصالة يمل من تكرار أفكار الآخرين والحلول التقليدية للمشكلات الفنية والصناعية والتجارية والثقافية، ويميل إلى الناس إلى التفرد والوحدة في أفكاره وحلوله.

<sup>1</sup>https://www.lawirsider.com/dictionary/innovation-project,10/04/2023,12: 30h

<sup>2</sup> يوسف كافي، مصطفى كافي، إدارة المشاريع الريادية وحاضنات الأعمال، الدار الجزائرية، الوراق، ط1، 2020، ص 124.

## ثانيا: مميزات ومعايير الفكرة الابتكارية الأصلية

تعتبر الأصالة أنها القدرة على التجديد في الأفكار والإتيان بالأفكار الجديدة والنادرة وغير مألوفة، ويوصف الأشخاص ذو الأصالة المرتفعة بأنهم أولئك الذين يستطيعون الابتعاد عن الشائع والمألوف ويدركون العلاقات ويفكرون في أفكار وحلول جديدة واصلية عن تلك التي يفكر بها الآخرون، وليس المهم في الأصالة كميته الأفكار الإبداعية بل قيمه ونوعيه وجده تلك الأفكار ومدى اختلافها عن أفكار الآخرين، ويصف أنها ويصف أيضا عن الأصالة بأنها الأفكار التي تتميز بـ:

✓ الجدة (الفكرة الغير مسبوقة).

✓ الطرفة أو (فكرة طريقه أو مثيره للدهشة أو الابتسامة).

✓ الندرة أو (فكرة يندر التفكير فيها أو لا تخطر على بال الكثيرين).

✓ تجاوز الواقع (فكره تتسم بالخيال النشط وجمع ناصر متباعدة).

ومن اهم المعايير الفكرية الأصلية حيث يعتمد أن نجاح المشروع على وجود فكره جذابة قابله للتغيير، ويمكن أن تترجم على شكل سلعه أو خدمه تشبه حاجات المستهلكين، وتحقق في نفس الوقت دخلا يستطيع أن يفوق التكاليف الخاصة بالإنتاج، حيث يعتمد نجاح المشروع إلى حد كبير على الدقة في اختيار الفكرة الجذابة التي يمكن تحويلها إلى سلع وخدمات ناجحة.

## الفرع الثالث: تخطيط وتنفيذ المشاريع الابتكارية

سنتطرق في هذا الفرع عن كل ما يتعلق بعملية تخطيط المشاريع الابتكارية وتنفيذها.

### أولاً: مبادئ وأهمية وأهداف تخطيط وظائف وعمليات المشاريع الابتكارية

يعد التخطيط أحد أهم الوظائف الإدارية المؤثرة في نجاح وفعالية المشروعات، ويعرف التخطيط على انه عمل ذهني يهدف إلى الاستعداد للمستقبل من خلال تحديد مجموعه من الإجراءات والتصرفات وتحليل وتقييم الفرص المحتملة واختيار الأفضل من بينها، فالتخطيط نشاط لا يمكن لأي مشروع الاستغناء عنه مهما كان حجمه أو طبيعة نشاطه<sup>1</sup>.

تتم عملية التخطيط بمبادئ أساسية لتسيير ونجاح هذه العملية المتمثلة في:<sup>2</sup>

✓ يجب تحديد من المسؤول عن عملية التخطيط، ويتحدد بناء على نوع وطبيعة الخطة، فعمليات التخطيط

الاستراتيجي ووضع الخطط والإستراتيجية الكلية للمشروع تكون مسؤولية الإدارة العليا.

✓ يجب أن تكون البيانات التي تعتمد عليها عمليات التخطيط صحيحة وواردة من مصادر موثوقة.

✓ يجب التأكد من أن خطه المنطق عليها من جميع الأطراف ذات الصلة.

<sup>1</sup>ريتشارد نورمان، "الاتجاهات المعاصرة في إدارة المشاريع"، ترجمة: عمر والملاح، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض، 2011، ص 45.

<sup>2</sup>عبير حسن رمضان، داليا محفوظ سويد، ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة، مكتبة الاقتصاد، كلية التجارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، سوتر الشاطبي، جامعة الإسكندرية، 2019، ص 173.

- ✓ يجب تحري الموضوعية أثناء عملية التخطيط.
- ✓ يجب أن تكون التنبؤات الواردة في الخطط بشأن الأوضاع المستقلة للمشروع الدقيقة ومبنية على أساس منهجي وإجراءات صحيحة.
- ✓ يجب أن تتصف أصلية التخطيط بالمرونة حيث يمكن إجراء تعديلات على الخطط الموضوعية إذا ظهرت ظروفه مستجدة تؤثر على إمكانية تنفيذ ما تم التخطيط له مسبقاً.
- ✓ يجب مراجعته الخطط الطويلة الأجل سوياً.
- تعتبر عملية تخطيط المشاريع مهمة في مرحلة حياة المشروع ومن أهمية تخطيط عمليات المؤسسات الناشئة:<sup>1</sup>
  - ✓ دعم قدرة المشروع على الحصول على الدعم والتمويل الخارجي .
  - ✓ تحقيق الفعالية في الاستغلال الموارد المتاحة للمشروع.
  - ✓ تنسيق جهود بين أجزاء المشروع المختلفة .
  - ✓ توضيح جوانب القوة والضعف للمشروع. والمساعدة في دعم نقاط القوة والتغلب على نقاط الضعف.
  - ✓ تحسين العمليات الخاصة باتخاذ قرارات والتنبؤ بالمستقبل .
  - ✓ استغلال الفرص المتاحة في البيئة الخارجية، ووضع إجراءات المواجهة لمواجهة التهديدات.
  - ✓ تحسين عملية المتابعة والرقابة على الأعمال.
- ومن أهداف عملية التخطيط ما يلي:<sup>2</sup>
  - ✓ التخطيط يهدف لمواجهه التغيرات المستقبلية والبيئية الداخلية والخارجية التي يمكن أن تؤثر على المشروع.
  - ✓ إبراز الأهداف وتوحيد الجهود لتحقيقها.
  - ✓ تحقيق التنسيق في ممارسه الأعمال وتحقيق الأهداف الجزئية للوصول إلى الهدف النهائي.
  - ✓ ضبط النفقات المشروع وتقليل الإسراف.
  - ✓ إعداد البدائل الممكنة لمواجهه المشاكل المحتملة.
  - ✓ يهدف التخطيط لضبط عملية الرقابة على جميع أنشطة وموارد المشروع معايير كمي والنوعية .

#### ثانياً: تنفيذ عمليات المشاريع الابتكارية الناشئة

تنفيذ المشاريع الابتكارية يتطلب تحليلاً دقيقاً للمتغيرات الداخلية والخارجية التي قد تؤثر على نجاح المشروع، يتم إحالة المشاريع الابتكارية إلى الجهات التنفيذية المختصة بعد إجراء التحليل اللازم وتحديد جميع الخطوات اللازمة لتحقيق الأهداف المحددة. حيث تتضمن العديد من المتغيرات الداخلية والخارجية التي يجب مراقبتها باستمرار:<sup>3</sup>

<sup>1</sup>عبير حسن رمضان، داليا محفوظ سويد، مرجع سبق ذكره، ص 174.

<sup>2</sup>ريتشارد نورمان، مرجع سبق ذكره، ص 105.

<sup>3</sup>ماضي محمد، إدارة وجدولة المشاريع، دار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص121.

- ✓ المتغيرات الداخلية: تتمثل في الموارد البشرية، الموارد التنظيمية، الموارد التكنولوجية، الموارد المالية.
- ✓ المتغيرات الخارجية: مجموعة القيود التي تكون خارج سيطرة الإدارة المؤسسة الموجودة في بيئة تنفيذ المشروع، ومن بين هذه التغيرات

## الفرع الرابع: تمويل المشاريع الابتكارية

### أولاً: مسائل وتحديات تمويل المشاريع الابتكارية الناشئة

تعتبر كل من عملية التمويل والتخصيص كفاءات بشرية في إدارة المشاريع الابتكارية عملية بالغة التعقيد تتمثل أولى الخطوات النجاح في تمويل أي مشروع ناشئ محل الابتكار ترغبه مؤسسه الأعمال في تقدير احتياجات الرأسمالية المختلفة لتنفيذ خطط وبرامج ونشاطات هذا المشروع الإبداعي في مراحلها المختلفة وتحديدًا بواقعية، ثم تأتي البحث عن مصادر التمويل الملائمة، وبالتالي ينظر إلى تمويل المشاريع الإبداعية على أنه مسألة متعلقة بعمليات: <sup>1</sup>

- ✓ الحصول على الأموال اللازمة من أنسب المصادر وبأفضل الشروط.
- ✓ إدارة استخدامات الأموال المحصل عليها أثناء التنفيذ مختلف النشاطات المشروع الابتدائي الواحد.

ويمكن الإشارة إلى وجود العديد من التحديات الإدارية واجبه الأخذ بعين الاعتبار في شأن تمويل نشاطات المشاريع الابتكارية الناشئة ومن هذه التحديات نجد: حجم التمويل، الاستعداد لطلب التمويل، معايير الاقتراض في التقييم الطلبات التمويل، أشكال التمويل، المقترح المالي، التفاوض على التمويل مصادر التمويل، ضوابط التمويل. <sup>2</sup>

### ثانياً: مصادر التمويل:

تلجأ المشاريع الصغيرة الناشئة في بداية إلى التمويل الذاتي والذي يتم عن طريق ذاتية والمدخرات الشخصية لصاحب المشروع ولكن يتصف قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في معظم الدول خاصة النامية منها بانخفاض القدرة على الادخار، مما يحد من التمويل الذاتي المتاح، فيلجأ أصحاب المشاريع إلى مصادر أخرى تتمثل في: <sup>3</sup>

- ✓ مصادر غير رسمية: من خلال قنوات التي تعمل في الغالب خارج إطار النظام القانوني الرسمي في الدولة، كالاقتراض من أهل والأصدقاء والمدين والرهنات.

✓ مصادر رسمية: من خلال المؤسسات المالية الرسمية وتتمثل في الجهات التالية:

<sup>1</sup> إبراهيم محمد سعيد بدران ومصطفى سعيد الشيخ، "الإبداع في إنشاء المشاريع الريادية"، ط1، الأردن، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2013، ص 504-505.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 506-519.

<sup>3</sup> بن جيمة مريم وآخرون، آليات دعم وتمويل المشاريع الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2020، ص 225 إلى 227

- البنوك التجارية (التمويل المصرفي).
- الهيئات المؤسسات المتخصصة.
- التمويل عن طريق رأس مال المخاطر.
- التمويل عن طريق السوق المالي (البورصة).

### ثالثاً: مراحل التمويل مشاريع الابتكارية الناشئة

يتم تمويل المشاريع الابتكارية الناشئة في عدة مراحل:<sup>1</sup>

- ✓ **المرحلة الأولى:** وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة" يقوم شخص ما، أو مجموعة بطرح نموذج لفكرة جديدة، حيث يتم التعمق في البحث، ودراسة فكرة جيداً والسوق والسلوك وأذواق المستهلك، والبحث عن يمولها، ويكون التمويل في المرحلة الأولى ذاتي أو مساعدات حكومية.
- ✓ **المرحلة الثانية:** "مرحلة الانطلاق" يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو خدمة، حيث تكون غير معرفة، ويمولها مادياً فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم للحصول على التمويل .
- ✓ **المرحلة الثالثة:** "مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو" يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هذه المرحلة يمكن أن يتوسط النشاط إلى خارج مبتكره الأوائل.
- ✓ **المرحلة الرابعة:** "الانزلاق" بالرغم من استقرار الممولين المغامرين (راس مال المغامر) بتمويل المشروع الا انه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو واد الموت، حيث تكون معدلات النمو منخفضة وتؤدي إلى خروج المشروع من السوق .
- ✓ **المرحلة الخامسة:** تسلق المنحدر: يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ الشركات الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل.
- ✓ **المرحلة السادسة:** "مرحلة النمو مرتفع" يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار وطرحه في السوق المناسب، لتبدأ الشركة بالنمو المستمر .

### المطلب الثاني: تطور ونمو أعمال المشاريع الابتكارية للمؤسسات الناشئة

تطور العديد من المفاهيم والأفكار في العصر الجديد لإدارة الأعمال وتطوير المشاريع الابتكارية، حيث أصبحت المؤسسات الناشئة تلعب دوراً هاماً في هذا المجال، ويتطلب تطوير المشاريع الابتكارية الكثير من الجهد والوقت والمال ومن هنا في هذا المطلب سنسلط الضوء على نمو رأس المال المشاريع الابتكارية ونمو رقم الأعمال وأيضا نمو حجم النشاط وزيادة المبيعات ونمو الأرباح.

<sup>1</sup> بن جيمة مريم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 522-523.

## الفرع الأول: نمو رأس المال

يعتبر رأس المال من أهم العوامل التي تؤثر على نجاح المشاريع الابتكارية الناشئة، حيث يمكن لرأس المال الكافي أن يساعد في تمويل الأنشطة والمشاريع الجديدة، وفيما يلي بعض الطرق التي تساعد على نمو وزيادة رأس المال المشاريع الناشئة:<sup>1</sup>

- ✓ **إيجاد مستثمرين ملاك:** تعتبر هذه الاستثمارات خيارا شائعا للتمويل العديد من الشركات الناشئة، حيث تمت بشكل ملحوظ وأصبحت مصدرا قويا للتمويل المبكر لرواد الأعمال الجدد.
- ✓ **رأس المال الاستثماري:** رأس المال المغامر مرحله النمو التي تبحث عنها الشركات الناشئة قليلا في حله نموها، وهي عبارة عن الشركات أو مجموعات المستثمرين توفر التمويل للمرحلة الأولية.
- ✓ **الحوافز في إطار مخططات الحكومية:** هناك برامج حكومية داعمة للمشاريع الناشئة حيث أطلقت الحكومات حوافز مختلفة تقيد في زيادة رأس المال وكذلك تعزيز النمو الاجتماعي والاقتصادي.
- ✓ **الحصول على قروض:** يمكن للمؤسسة الناشئة الحصول على قروض من المؤسسات المالية والبنوك وعادة ما يكون رأس مال الديون أحد مصادر الرئيسية لتمويل الأعمال والتي لديها ضمانات لتقديمها لمؤسسات الاقتراض.

- ✓ **التمويل المستمد إلى إجراءات:** يمكن الوصول إليه من قبل الشركات التي لديها مسار نمو مرتفع .
- ✓ **الشراكة ومسرعات ومراكز الاحتضان:** الشراكة مع شركة أكبر أو الانضمام إلى برامج حاضنة أو مسرع طريقة جيدة للوصول إلى أسواق وعملاء وموارد جديدة (تبادل الأسهم وغيرها من الأشكال التعويض المالي، حيث تساعد في تعزيز الابتكار في النظام البيئي).

## الفرع الثاني: نمو رقم الأعمال

- لتحقيق نمو رقم الأعمال في المشاريع الابتكارية وتطويره عن طريق عدة خطوات نذكر منها:<sup>2</sup>
- ✓ **الابتكار:** فكرة جديد أو سلوك جديد من قبل إدارة المؤسسة أو السوق أو المحيط تعمل فيه وهو التمسك بالأفكار الإبداعية.
  - ✓ **توليد الأفكار:** الاهتمام بالتطوير ثقافة المؤسسة وتشجيع انتقال المعلومات الجديدة بين الأفراد.
  - ✓ **تحويل الفكرة إلى مشروع:** وضع مخطط تطبيق يتضمن نوع التجديد المستخدم وحدود تطبيقه.
  - ✓ **تتويج المشروع واقعيًا:** إنتاج المنتج التجريبي، يسمح لها من التأكد من جاهزية وسائل الإنتاج.

<sup>1</sup>ANKURMITTAL ,6Ways To Raise Capital for You Startup In 2023, JAN 19,2023.

تم الاطلاع <https://www.entrepreneur.com/en-in/business-news/6-ways-to-raise-capita.for-your-startup> 27 /05 /2023. 00:15h

<sup>2</sup> ليتيم ليندة ،المؤسسات الناشئة،دراسة في مقومات النجاح،مجلة قضايا المعرفة، المجلد 2، العدد2، 2022، ص128،129

- إن تطور ونمو رقم الأعمال لدى المؤسسات الناشئة قد يكون متقلبا ومختلفا بشكل كبير حسب مشاريعها الابتكارية، وما يساعد على نجاح المؤسسة الناشئة في الرفع من معدل نمو رقم أعمال مشاريعها هو: <sup>1</sup>
- ✓ توافق المنتج أو الفكرة مع سوق العملاء.
  - ✓ تمكن المؤسسة من جذب الاستثمارات اللازمة.
  - ✓ التمكن المؤسسة من الحفاظ على فريق عمل متميز ومحترف .

#### الفرع الثالث: نمو حجم النشاط (المبيعات)

نمو حجم نشاط المشاريع الابتكارية يساعد على تعزيز الإجراءات وتحسين أداء الشركة، وزيادة ربحيتها ولتحقيق ذلك، يجب على المؤسسة الناشئة العمل على توسيع على توسيع قاعدة العملاء وتحسين خدماتها اللوجستية وتسويقية لتعريف المزيد من العملاء وتطوير منتجاتها وخدماتها لتلبية احتياجات العملاء، وتحسين عمليات الترويج والتسويق للتعريف المزيد من العلماء العملاء بمنتجاتها وخدماتها، ويمكن أيضا توسيع في الأسواق الدولية، بالإضافة إلى الجغرافيا للشركة عن طريق فتح فروع في مناطق أخرى، توفير عروض وخصومات جذب للعملاء، تحفيز العملاء الحاليين على شراء المستمر <sup>2</sup>.

#### الفرع الرابع: نمو الأرباح

- تحقيق نمو الأرباح المشاريع الابتكارية يتطلب جهودا متعددة من قبل الفريق التنفيذي والموظفين وإدارة المشروع يمكن أن تلخص فيما يلي بعض الخطوات التي يمكن إتباعها: <sup>3</sup>
- ✓ الابتكار: الاستقرار بالابتكار وتحسين المنتجات والخدمات بشكل مستمر لجذب المزيد من العملاء والحفاظ على العملاء الحاليين يجب على الفريق التنفيذي على الدراية بالتقنيات والاتجاهات الحالية في مجالها والتحديث بالاستمرار لتحسين المنتجات.
  - ✓ توفير خدمة العملاء: تقديم خدمة عملاء ممتازة واستجابة سريعة للاستشارات والشكاوى .
  - ✓ التسويق: توظيف إستراتيجية تسويقية فعالة وتعزيز مبيعات المنتجات والخدمات، يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وإعلانات المدفوعة.
  - ✓ تحسين الإدارة المالية.
  - ✓ جذب المستثمرين: يمكن للمؤسسة جذب الاستثماريين الذين يؤمنون بمشروعها ويمكنهم توفير رأس مال لازم تطوير المشروع.

<sup>1</sup>M.Irfanullah Arfeen and Nawar Khan.public Sector Innovation: case study of e-govern ment .....March 16-18.2010(winter 2009 )PP.439-457(19pages)

<sup>2</sup>M.Irfanullah Arfeen and Nawar Khan. Public Innovation: Case study of e-governrnt projects in Pakistan. The Pakistan perolopnent. Vol.48. N.4.March 16.18.2010 .pp439-457.

<sup>3</sup>M.Irfanullah Arfeen and Nawar Khan, ibid, p440.

### المطلب الثالث: ثقافة الشراكة التنظيمية لدى المؤسسات الناشئة ونمو مشاريعها الناشئة

تعتبر الشراكة التنظيمية عامل مهم في نمو المشاريع الابتكارية لدى المؤسسة الناشئة من عدة جوانب، ومن هنا سنتطرق إلى ثقافة المساهمة وثقافة الخدمات التجارية وأيضاً ثقافة التأمينات المساعدة والمشاركة بالتكنولوجيا.

#### الفرع الأول: ثقافة المساهمة ونمو المشاريع الابتكارية

المساهمة تعني تشجيع جميع الشركاء أصحاب الحصص أو الأسهم أو السندات أو الهياكل أو الاستثمارات أو الموظفين على المشاركة في تطوير فكرة المشاريع الناشئة والمساهمة في تمويلها بالأموال والمعلومات والمعارف والتوجيهات والخبرات وتحسينها بشكل مستمر، وبالتالي فهي من العوامل الأساسية التي تؤثر على نمو المشاريع الابتكارية ونجاح تنفيذها في المستقبل وإدامة دورة حياتها.

تعمل المساهمة في تعزيز نمو المشاريع الابتكارية الناشئة على المساهمة بأفكارهم ومقترحاتهم وخبراتهم في تطوير المشروع، بما أن المشاريع الابتكارية تعتمد بشكل كبير على الإبداع والابتكار، فإنها تعزز هذا الجانب بشكل كبير، كما أنها تساعد على تحسين التواصل بين الفريق وتبادل المعلومات والخبرات بشكل أفضل وتوسيع دائرة المساهمة في المشروع.<sup>1</sup>

كما تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في بناء قدرات الإنتاجية الشاملة، حيث تساعد على استيعاب الموارد المتاحة، على كافة مستويات الاقتصاد وتساهم في إرساء الأنظمة الاقتصادية تتميز بالمرونة تترابط فيها الشركات الصغيرة والكبيرة، كما أنها تنتشر على نطاق الجغرافي الواسع.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني: ثقافة الخدمات التجارية ونمو المشاريع الابتكارية

يظهر دور ثقافة الخدمات التجارية في نمو المشاريع الابتكارية من خلال المعرفة الدقيقة الواعية للبيئة المحلية والخارجية المحيطة بعالم الأعمال التجارية، وتطوير أساليب العمل التجاري والتسويق في عالم نماذج الأعمال الرقمية والتجارة الإلكترونية ومن خلالها والتفاعل معها بإيجابية، كما أن المبادرات الحديثة في المقاولاتية أو أعمال المؤسسات الناشئة صاحبة المشاريع المبتكرة، تتمثل في إطلاق تشكيلة تجارية وبيع لمؤسسه حديثه تماماً أو إعادة بعث المؤسسات القديمة القائمة بطرق تجارية معاصرة، وبالمناسبة كل مبادرات تحفيز الخدمات التجارية مع الشركاء التسويقيين وفي ظل ضمان الإنتاجية كلها عوامل تنمي روح المقاولاتية والمخاطرة والمنافسة، من خلال أنها تشبه مؤسسات الأخرى على العمل بأحسن أداء وابتكار في المؤسسات مهما كان المستوى التنظيم للعمليات، المنتجات، الخدمات أو الأسواق وتدعم التنافسية الاقتصادية بشكل عام، وهذا ما يستفيد منه العملاء المستهلكين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أمين مزياني، واقع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، دراسات الاقتصادية، جامعة الجزائر3، ص 295

<sup>2</sup> سرور هوبوم، المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، تجربة اليونيدو، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، دت، ص 24

<sup>3</sup> رايح دارمو محمد بن جبار، دور الابتكار في تفعيل المشاريع المقاولاتية، نماذج مقاولاتية ابتكارية، مجلة الإبداع، المجلد 09، العدد 1، 2019، ص 292.

### الفرع الثالث: ثقافة التأمينات ونمو المشاريع الابتكارية (الناشئة)

تشير ثقافة التأمين أي "الوعي التأميني" في المشاريع الناشئة أمر مهم في تطوير الصناعات التأمين كخدمة تهتم في نشر الأمن، وترجع أهمية وظيفية التأمين توفير فرص تأمين براءات الاختراع وتطوير رؤية الآخرين في هذا المجال.<sup>1</sup>

إيصال الخدمات التأمينية من الشركة التأمين إلى المستفيد عن طريق منافذ التوزيع المخالفة وتعد هذه العملية من عمليات المهمة في شركه التأمين إذ عن طريقها يمكن إيصال الحماية التأمينية التي تحقق الأمان والاستقرار للمستفيدين حيث تتضمن الثقافة التأمينات تشجيع المشاريع الابتكارية على تطبيق مبادئ الحكومة الرشيدة والمسؤولية الاجتماعية والاستدامة في جميع جوانب المشروع المتعلقة بها.<sup>2</sup>

كما تساهم بعض الشركات التأمينية دعم الشباب من خلال استفادة الطلبة من التدريب والتوجيه عن طريق خبراء ومختصين، قطاع التأمين شريك فاعل في تطوير الاقتصاد وخلف الثورة، وكما تعتمد الشفافية لتسجيل التعاملات الاقتصادية للمشاريع. حيث أن وجود مشروع جديد في قطاع التأمينات يضمن استقلالية تامة للجنة المرافقة لقطاع التأمينات وإحداث التغييرات وإصلاح للأفضل في السنوات القادمة<sup>3</sup>.

### الفرع الرابع: ثقافة المشاركة بالتكنولوجيا ونمو المشاريع الابتكارية

أحد أسس الهامة والضرورية لنمو للمشاريع الناشئة هي المشاركة بالتكنولوجيا حيث تلعب دورا كبيرا في تحسين إنتاجية المشاريع وتسهيل عملياتها.

#### أولاً: الحاضنات التكنولوجية

مؤسسة تنموية تعمل على تشجيع ودعم الشباب المبادر من أصحاب الأفكار الإبداعية والذين لا يملكون الموارد المالية أو الخبرة المالية لتحقيق مشاريعهم وأفكارهم، حيث تقوم بتقديم مكان عمل والخدمات الاستشارية الفنية والإدارية والإنتاجية وتسويقية والمالية والقانونية وصولاً إلى تأسيس مؤسسة، وحيث تدعم أصحاب المشاريع ورجال الأعمال من تبني الأفكار التكنولوجية المبتكرة.<sup>4</sup>

#### ثانياً: الاستفادة من مميزات حاضنات الأعمال للمشاركة في التكنولوجيا

هناك عدة مميزات عملية تعين على المضي نحو التعاقد من أجل نقل التكنولوجيا واكتسابها من حاضنات التكنولوجيا وذلك ب:<sup>5</sup>

<sup>1</sup>مصطفى، رؤية حول العوامل التي تساهم في زيادة الوعي التأميني في العالم العربي ، مداخلة بملتقى دمشق الخامس، 2010.

<sup>2</sup>كريمة، إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2010، ص 137.

<sup>3</sup>منتوج تأميني لتغطية مخاطر حاملي المشاريع، الشعب Online، 2021/01/05.

<sup>4</sup>على سماء، دور الحاضنات التكنولوجية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 7، 2010، جامعة المدينة، ص 146.

<sup>5</sup>مرجع السابق، 147

- ✓ وجود وحدات الدعم العلمي والتكنولوجي التي تقام بالتعاون مع الجامعات ومراكز الأبحاث.
- ✓ الاستفادة من الأبحاث العلمية والابتكارية التكنولوجية.
- ✓ توفير مشاريع ذات جودة عالية وأسعار منافسة.
- ✓ تركز على الشراكة والتعاون كإستراتيجية للتنمية الاقتصادية.

### ثالثاً: طرق أخرى للمشاركة في التكنولوجيا

يوجد العديد من المشاريع الابتكارية الناشئة في مجال التكنولوجيا حول العالم، ويمكن تقديم دعم لهذه المشاريع بطرق مختلفة، وفيما يلي بعض الأمثلة المتعلقة بثقافة المشاركة بالتكنولوجيا لتنمية المشاريع الناشئة:

- ✓ تنظيم الوكالة الدولية للطاقة الذرية مسابقة للطلاب الدولية لتصميم وتطوير المشاريع الإبداع بشأن التكنولوجيا<sup>1</sup>.

- ✓ صندوق تطوير المشاريع الابتكارية. في العراق يقدم استكشاف طرق جديدة للتفكير في إدارة الأعمال، من أجل تطوير قطاع التكنولوجيا في المنطقة<sup>2</sup>.
- ✓ يهدف مركز الابتكار ونقل التكنولوجيا بالدار البيضاء، المغرب، إلى توفير الدعم والمواكبة العلمية والتقنية لأصحاب المشاريع الابتكارية<sup>3</sup>.

كما يمكن تقديم الدعم للمشاريع في مجال التكنولوجيا بطرق مختلفة، مثل الاستثمار المالي والمساندة العلمية والتقنية وتبادل المعرفة والخبرات. وتشجيع ثقافة المشاركة التكنولوجية في الوسط الجامعي: تجد العديد من البرامج التي تساهم في زيارة هذا النمو بما في ذلك<sup>4</sup>:

- ✓ برنامج طالب السفير.
- ✓ برنامج اكتشاف.
- ✓ برنامج المؤسسات المنطلقة.

### المطلب الرابع: ثقافة الشراكة في محيط أعمال المؤسسات ونمو مشاريعها الابتكارية الناشئة

من المهم أن تساهم ثقافة الشراكة في محيط الأعمال للمؤسسات الريادية في نمو مشاريعها الابتكارية الناشئة، وعليه في هذا المطلب سنتطرق إلى ثقافة الحكومة والمساهمين والموردين وأيضاً الزبائن في نمو مشاريع الابتكارية الناشئة.

<sup>1</sup><https://www.iaea.org/ar/newscenter/alwikalat-tutlp-musabagat> تم الاطلاع 18 /05/2023 11: 00h

<sup>2</sup> [https //Edf .iam.int /Ar/programs](https://Edf.iam.int/Ar/programs)

<sup>3</sup>[https//bay anealy aoume.press.ma](https://bay anealy aoume.press.ma) تم الاطلاع عليه 18/05/2023 , 11: 30h

<sup>4</sup> عبد الحكيم بيبصار، دور حاضرات الأعمال في مرافقة المشاريع الابتكارية إنشاء المؤسسة الناشئة، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد6، العدد 02، 2022، ص 394-395.

## الفرع الأول: ثقافة الحكومة ونمو المشاريع الابتكارية

أعلنت الحكومة الجزائرية عن مجموعه القرارات لتنفيذ إستراتيجية تطوير المشاريع الناشئة وطرق تمويلها على رأسها إنشاء صندوق استثماري لدعمها حيث تم تناول عرض حول آليات المساعدة المقاولاتية وقيودها وحدودها في تمويل المؤسسات، تتمثل هذه القرارات في:<sup>1</sup>

✓ إنشاء مجلس أعلى للابتكار والذي سيكون حجر الزاوية للتوجه الاستراتيجي في مجال تثمين الأفكار والمبادرات المبتكرة وإمكانيات الوطنية للبحث العلمي.

✓ وضع إطار قانوني الذي يحدد مفاهيم المؤسسات الناشئة والحضانات تحويل الوكالة الوطنية لترقيه الحضائر التكنولوجية وتطويرها ANPT .

✓ تمكين حامل المشاريع المبتكرة والمؤسسات من الاستفادة من المساحات المتاحة داخل المؤسسات التابعة لقطاع الشباب والتكوين المهني على المستوى الوطني.

✓ هيئة الجماعات المحلية المساحات مخصصة للمؤسسات الناشئة مع إعطاء الأولوية للمناطق التي تتوفر على إمكانيات كبيرة.

✓ إنشاء صندوق استثماري مخصص لتمويل المشاريع والدعم المؤسسات الناشئة.

✓ تحويل قطب الامتياز الجهوي التكنولوجي "HUP" للمؤسسات الناشئة، يجري إنجازه من قبل شركة "سوناطراك" على مستوى حديقة الرياح الكبرى "دنيا بار" إلى وزارة المؤسسات الصغيرة الناشئة واقتصاد المعرفة.  
✓ تقديم الإعفاءات الضريبية.

كما شاهدت الدول المتقدمة تدخلات حكومية عديدة بتحفيزات المالية للاستثمارات الخاصة في مجال البحث والتطوير، على سبيل المثال يقوم برنامج بحوث الابتكار خاصة بالمنشآت المصغرة في الولايات المتحد " Program (SBIR) Small Business Innovation Research " بالتخصيص نحو 4% من ميزانية البحث المخصصة لتقوم بتمويل الشركات الصغيرة ذات أفكار الجديدة والمبتكرة ومن بين الإجراءات المقترحة لتحسين هذا الوضع:<sup>2</sup>

✓ تخصيص جزء من ميزانيات البحث الخاصة بالمؤسسات البحثية لدعم المشاريع التي تتميز بإمكانية تحقيق ميزة تنافسية.

✓ الالتزام بتغطية جزء من التكاليف من خلال البحوث المشتركة .

✓ تقديم حوافر ضريبية جذابة لدعم البحث والتطوير في القطاع الخاص .

<sup>1</sup> بوشارية عبد الرزاق وآخرون، المؤسسات الناشئة "Startup" كمحفز لإنشاء المؤسسات الناشئة، ماستر أكاديمي، إدارة أعمال، جامعة حمة لحصر، الوادي، 2022/2021، ص 35.

<sup>2</sup> أمين مزباني، مرجع سبق ذكره، ص 29-294 .

- ✓ إطلاق برنامج تطوير مؤسسي وطني، يستهدف تنشيط المؤسسات البحثية والجامعات لتعزيز ما ترغب فيه الحكومة، وتحسين الكفاءة في هذه البرامج.
- ✓ الحصول على مساعدة فنية ومالية من الجهات المانحة للتطوير برامج البحث وتطوير، وهذا باستخدام أفضل الممارسات. العمومية للابتكار.
- ✓ تحسين تحديد الأولويات لتمويل الأنشطة التي تتوافق مع القدرة التنافسية الحالية والمستقبلية.

إذا يتضح أن الثقافة الحكومية تساعد وتدعم المشاريع الابتكارية الناشئة لنمو والتطور من البرامج الداعمة والتعاون والشراكة وتوفير البرامج التدريبية المناسبة لتطوير المهارات وتحسين جوده المشاريع الناشئة.

### الفرع الثاني: ثقافة الشركاء المساهمين ونمو المشاريع الابتكارية

تتميز ثقافة المساهمين في المشاريع الناشئة بالتركيز على الابتكار والإبداع، وتشجيع الفريق على المشاركة الفعالة في عملية صنع القرارات وتطوير الأفكار، ومن خلال تبني هذه الثقافة، يتمكن المساهمين في الشركة صاحبة المشاريع الناشئة من تعزيز التفاعل والتعاون بين أعضاء الفريق وتحقيق نمو مستدام للمشروع، حيث يلعب المساهمون دورا هاما في دعم النمو المشروع الابتكاري، حيث يمكنهم تقديم الخبرات والمعارف والشبكات الاجتماعية وتمويل لدعم تحقيق أهداف المشاريع، وبالتالي فان الحصول على الدعم المساهمين المؤهلين يساعد على تحقيق نجاح مستدام للمشروع الابتكاري وزيادة فرص النمو والتوسع في المستقبل.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: ثقافة الموردون ونمو المشاريع الابتكارية

يعتبر الموردون جزءا حاسما من النمو المشاريع الناشئة حيث يمكن أن تؤثر بشكل كبير على جودة المنتج وكفاءة العملية تتضمن عوامل ثقافية الموردون ما يلي:<sup>1</sup>

- ✓ اختيار الموردون.
  - ✓ بناء علاقة جيدة مع الموردون .
  - ✓ ضمان الجودة .
  - ✓ التعامل بشفافية ونزاهة .
  - ✓ العمل على تحسين العلاقات .
- ومن النقاط التي توضح أهمية عقد شراكات مع الموردون في سبيل تطوير رقم أعمال وحصص البيع وكميات الإنتاج هناك ما يلي:<sup>2</sup>
- ✓ مراقبة جودة المواد المشتراة.
  - ✓ تحديد الاحتياجات تحديد واضح ودقيقة.

<sup>1</sup>M.Irfanullah Arfeen and Nawar Khan.Public Sector Innovation ..... تم ذكره من قبل

<sup>2</sup>خالد بن سامي محمد،إدارة الجودة الشاملة ، الفصل الثامن العلاقات مع الموردون، جامعة الملك عبد العزيز.

✓ دقة العقد والشمولية.

✓ التركيز على المصلحة مصلحة العميل .

الشراكة مع الموردون قد تساهم في نمو الأعمال الابتكارية في المشاريع الناشئة من خلال علاقة العمل

بين المؤسسة الناشئة والمورد والتي ستبنى على أساس المصالح المشتركة ومن أشكال الشراكة:

✓ مساهمة المورد في عملية التصميم ما يزيد في تصاميم منتجات جديدة مبتكرة.

✓ مشاركته المورد في مراقبة المواد وتكاليها وكمياتها ما يزيد في حجم الإنتاج.

✓ تكوين فرق عمل مشتركة لضبط الجودة.

✓ تبادل الأفكار والاقتراحات حول طرق الإمداد الممكنة التي تزيد في حجم الإنتاج دون تخزين.

### الفرع الرابع: ثقافة الزبائن في نمو المشاريع الابتكارية الناشئة

أولاً: ثقافة العمل وفق مفاهيم إدارة العلاقة مع الزبون

وهي من أهم الأدوات في الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن محتملين، وتعرف بأنها علم وفن جذب

الزبائن وتعرف أيضا على أنها زيادة الأرباح والرضا الزبون.<sup>1</sup>

ثانياً: جذب الزبون لتنمية أعمال المشاريع الناشئة

يكون من خلال تطبيق عدة مبادئ وممارسات مهمة في التوقع لتنمية رضاه على المؤسسة وبالتالي نمو

حجم المبيعات المتعاقد معه، وذلك من خلال:<sup>2</sup>

✓ العناية الجيدة بموظفي البيع والتسويق.

✓ التدريب والتحسين المستمر لموظفي البيع على إعداد برامج الوفاء للزبون.

✓ إعطاء الزبائن المعلومات الكافية .

✓ الاستماع إلى آراء وانطباعات الزبائن .

✓ المتابعة الدائمة للعملاء .

تعزيز ثقافة الزبائن يمكن إتباع بعض الإجراءات الفعالة منها، ينبغي على الشركات أن تضع العميل في

تصميم الاهتمام وتستمر في فهم احتياجاته وتطلعاته ويمكن تحقيق تلك من خلال إجراء دراسات على السوق

والاستبيانات والمراجعات المستمرة للتقييم رضا العملاء .

<sup>1</sup>مير احمد وآخرون،دراسة مدى تأثير برنامج إدارة علاقات الزبائن(CRM)على ولاء الزبائن المحتملين، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، المجلد الثاني، العدد 2، المسيلة، دت، ص 46، ص49.

<sup>2</sup>Mzaki. Journal of services Marketing. University of comb ridge <https://www.ropository.com.ac.uk,PDF-Proof.2019.P11>.

<sup>3</sup>مير احمد، بركاتي حسين،تأثير برامج كيف الوفاء على ولاء المستهلكين ،مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، دراسات اقتصادية، (2)27، جامعة زيان عاشور الجلفة، دت، ص332.

### ثالثاً: إعداد برامج وفاء الزبون للمؤسسة

تعتبر برامج وفاء الزبون أنها إستراتيجية تستخدمها المؤسسات لجذب والحفاظ على العملاء عن طريق تقديم مزايا ومكافآت خاصة للعملاء المميزين، وحيث تهدف هذه البرامج إلى بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء وتعزيز رضاهم وولائهم للمؤسسة.<sup>3</sup>

## خلاصة الفصل

تعتبر المؤسسات وسيلة تهدف إلى تنفيذ مشاريع صغيرة ومتوسطة حيث توفر لها التمويل والدعم التسويقي التي تحتاج إليه، كذلك تساهم في خلق فرص العمل الجديدة، وكل هذا مرتبط بدعم كبير الذي تقدمه المؤسسات الناشئة من أجل إنجاح هذه المشاريع المبتكرة ودعمها إلى وصولها إلى نسبة كبيرة في النمو والتطور والنجاح كما تم التطرق إلى العامل الأساسي المساهم في نمو المشاريع من حيث جوانب ثقافة الشراكة من عدة جوانب من ناحية الشراكة التنظيمية ومحيط الأعمال ودورها في دعم المشاريع الناشئة للنمو، حيث توصل الفصل النظري إلى استخلاص نقاط الآتية:

✓ تعتبر المؤسسات الناشئة تنظيمات أعمال حديثة النشأة أو متجددة قابلة للنمو في قطاع ما، حيث ترغب في تطبيق أعمال جديدة ومبتكرة، قد تكون حلا من الحلول الحديثة للمشكلة التجارية ما بإنتاج وبيع السلع وخدمات جديدة.

✓ ثقافة الشراكة تمتد إلى اتفاق مع الشركاء في مجالات عدة مثل، فتح رأس المال، طلب المساهمات والهياكل، ورخص الأصول المعنوية، الإدماج التكنولوجي، تسهيل المناولات، الحصول على خدمات المساعدة، استغلال التحفيز الحكومية... الخ، كما تقلل ثقافة الشراكة من المخاطر والعراقيل التي تعثر مسار الإطلاق ونمو أعمال المشاريع الناشئة.

✓ المشاريع الابتكاري الناشئة تعتمد على زيادة الإبداع في مجالات التكنولوجيا الإنتاجية والبيعية والخدماتية.

الفصل الثاني:

الإطار التطبيقي للدراسة

## تمهيد

لقد جاء هذا الفصل كتقرير مخصص للإطار التطبيقي في الدراسة ميدانية، هذه الدراسة التي أجريت على مجموعة من الشركات صاحبة المشاريع الناشئة والتي تنشط بمنطقة المسيلة، وهذا بغرض الكشف عن واقع ووعي وتبني هذه الشركات لثقافة عقود الشراكة في عدة عمليات تنفيذية متعلقة بالأعمال، ثم تم الانتقال إلى مناقشة دور هذه ممارسة هذه الثقافة في صور النمو المحتملة على رأس المال ورقم الأعمال وحجم النشاط وكذا الأرباح والعوائد، وهذه المناقشة ستطبق بناء على إجابات وآراء إطارات منتمين لهذه الشركات المدروسة.

ضم هذا التقرير التعريف بتفاصيل الإطار المنهجي لهذه الدراسة الميدانية، من خلال التصريح بأسلوب ومجتمع وعينة الدراسة، والتنبيه إلى جملة الأدوات الإحصائية المستخدمة. ثم تم سرد بعض الشروح حول الأدوات الرئيسية الموظفة في جمع بيانات الدراسة، من حيث التصميم ونتائج اختبار ثبات هذه الأدوات (الاستبيان)، وكذلك تحليل طبيعة توزيع بيانات المحاور المجسدة في هذا الاستبيان (أبعاد ثقافة الشراكة، أبعاد نمو المشاريع الناشئة). وبعد هذا تم عرض التحليلات الإحصائية للإجابات المرتبطة بالمحاور المعلنة في الاستبيان. وهكذا اختتم هذا الفصل بقسم يظهر فيه نتائج اختبار الفرضيات المستوحاة من نموذج الدراسة الميدانية.

## المبحث الأول: الإطار المنهجي وأدوات الدراسة

لوصف الإطار المنهجي المتبع في الدراسة الميدانية المطبقة سيتم تحديد نوع المنهجية العلمية المستخدمة فيها، وكذلك مجتمع الدراسة وعينة المستجيبين، إضافة بالتصريح بالأداة التي تم الاستعانة بها لجميع البيانات الحقائق الموجودة، هذا مع ضرورة التعريف الدقيق بمتغيرات الدراسة وضبط نموذج العلاقات الممكنة بينها، وفي الأخير توضيح كيفية توظيف أساليب الإحصائية لعرض وتحليل النتائج وتفسير الاستدلالات.

### المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة

عند كل بحث يتبع الباحث منهج علمي معين لتوليد الانسجام بين فرضيات البحث واختبارها ميدانيا، ويحتاج الباحث في ذلك إلى تحديد مجتمع وعينه للدراسة، وعليه تجدر الإشارة انه تم تحديد منهج هذه الدراسة والتدرج فيها في اختيار المستجوبين في مختلف شركات الناشئة المتواجدة في ولاية المسيلة المبحوثة، وهذا عند تحديد مجتمع المقصود وصولا إلى عينتهم التي تم استجوابها فعلا في هذه الدراسة الميدانية.

### الفرع الأول: منهج الدراسة (المنهج الوصفي)

يعد منهج الدراسة كطريق علمي منظم ومنتظم يستخدمه من يريد دراسة ظاهرة ما أو مسألة ما أو إشكالية ما، وهو الإمكانية التي يمكن من خلالها التوصل إلى الحقيقة الثابتة نسبيا في الأشياء، ومحاولة اختبار هذه الحقيقة للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى. وللسير مع أهداف هذه الدراسة الميدانية، ومن أجل تحقيقها، عبر دراسة الإشكالية المطروحة حول ثقافة الشراكة وعلاقتها بنمو المشاريع الناشئة لدى الشركات الريادية، وتحليل أبعادها، والإجابة على السؤال الرئيسي لها، وفحص صحة الفرضيات الموضوعية لذلك، تم استعمال المنهج الوصفي، وكان ذلك بأسلوب دراسة عينة من الشركات الريادية التي تتشط بمنطقة المسيلة.

لقد وقع الاختيار على هذا المنهج الوصفي بدراسة الظواهر كما هي، من حيث خصائصها وأشكالها والعوامل المؤثرة فيها، فهو يناقش حاضر هذه الظواهر عن طريق وصفها من جوانب وأبعاد عدة، ويهدف لاكتشاف الحلول وتحديد المسببات وضبط العلاقات التي أدت إلى نشوء هذه الظواهر، وكذلك تعيين العلاقات مع بعضها، والعوامل المؤثرة بها، وهذا لاستغلالها في التنبؤ بمستقبل هذه الظواهر. ويتأسس المنهج الوصفي على جمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وترتيبها وتحليلها ومحاولة تقديم تفسير لها من أجل معرفة وقياس تأثير العوامل المحدودة والمرصودة على أحداث تشكل الظاهرة محل الدراسة.

### الفرع الثاني: مجتمع الدراسة

في نطاق تنفيذ خطوات اختيار مكان الدراسة (منطقة إقليمية) والمؤسسات الاقتصادية (شركات) المشاركة في تزويد البحث بالبيانات والمعطيات والمعلومات وإجراءات جمعها من الميدان، وهذا لأجل أشغال الحسابات الإحصائية في هذا الفصل التطبيقي، قامت الطالبتان بتحديد مجتمع الدراسة كالآتي:

### أولاً: بالنسبة للشركات المعنية بموضوع الدراسة (ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة)

فيما يخص الجانب الميداني وأبعاده التنظيمية ورقعته الجغرافية، فإن مجتمع المؤسسات الاقتصادية، محل الدراسة المتعلقة بمبادرات تبني عقود الشراكة كثقافة عملية تطبيق الأعمال، سيتمثل في كل الشركات (الصناعية والخدماتية والتجارية وغيرها) التي تنشط في قطاع الأعمال بولاية المسيلة، وعددها معتبر لا بأس به.

### ثانياً: بالنسبة للمستجوبين المعنيين بموضوع الدراسة (ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة)

من ناحية مصدر البيانات والمعلومات فقد تمثل المجتمع في المالكين والمسؤولين الموظفين في الشركات الريادية الناشطين بالمسيلة، والذين سيكونون مقصودين بالإجابة على أسئلة استبيان الدراسة الميدانية، بعبارة أخرى هذا المجتمع يكون معني بحقائق ممارسات ثقافة الشراكة المطبقة في العقود والاتفاقيات المبرمة مع أطراف آخرين متعاونين في مجال الأعمال، وبالتالي فهم جميع الإطارات المسؤولين المشتغلين في إدارة الشركات صاحبة المشاريع الناشئة، والتي تنشط بأعمالها ضمن المنطقة الجغرافية لولاية المسيلة.

### الفرع الثالث: عينة الدراسة (الشركات صاحبة المشاريع الناشئة في منطقة المسيلة)

بعد تحديد مجتمع الدراسة المعني (ميدانيا وبيانيا) بموضوع حقيقة اعتماد ممارسة ثقافة الشراكة بالشركات صاحبة المشاريع الناشئة، أتى الدور على مهمة تحديد عينة الدراسة من مجتمع الدراسة الذي تم ذكر مواصفاته وطبيعته آنفاً. وبهذه المناسبة كانت عينة الشركات المشاركة في الدراسة كعينة بسيطة وتم اختيارها بطريقة عشوائية من حيث اختصاصات قطاع الأعمال الذي تنشط فيه، فيحين بالنسبة لعينة المسؤولين المستجوبين فكانت كعينة انتقائية، نظراً لكون هؤلاء المستجوبين ينتمون إلى مجتمع انتقائي متمثل في المالكين والإطارات المسؤولين أصحاب القرار الوظيفي والاستراتيجي في إدارة الشركات الريادية صاحبة المشاريع الناشئة والمبتكرة، ومن هنا تم اختيار عينة المستجوبين ضمن ما أمكن من تمثيله للنطاق الجغرافي والمتمثل في منطقة المسيلة، وبالتالي ساهمت عينة المستجوبين المتاحة في الإجابة على الاستبيان. ولقد كان ذلك من خلال:

### أولاً: اختيار عينة المستجوبين للإجابة على استبيان الدراسة

اختيار عينة المالكين والمسؤولين المستجوبين المنتمين إلى تنظيم الشركات الريادية (صاحبة المشاريع الناشئة) محل توزيع الاستبيان كان من خلال اختيار عشوائي لعدة قطاعات وفروع اقتصادية موجودة في ولاية المسيلة. حيث قامت الطالبتان بتحديد عينة بسيطة استهدافية للمالكين للإطارات المسؤولين عن إدارة هذه الشركات الاقتصادية (الصناعية والخدماتية) المتواجدة جغرافياً في منطقة المسيلة، حيث تألفت عينة المالكين والإطارات المسؤولين المستجوبين، والذين وزع عليهم نسخ الاستبيان، من: 66 فرد.

### ثانيا: تفاصيل توزيع الاستبيان على الشركات الناشئة المدروسة

لقد تم توزيع نسخ من استبيان الدراسة الميدانية بالتعاون مع المالكين والإطارات المسؤولين في مصالح عينة الشركات صاحبة المشاريع الناشئة (الريادية) المدروسة ضمن النطاق الجغرافي لمنطقة المسيلة. والجدول الموالي يوضح أرقام حول توزيع واسترجاع نسخ الاستبيان على هذه العينة المعنية بالإجابة:

#### الجدول رقم (1): أرقام حول التوزيع واسترجاع الاستبيان في عينة شركة المبحوثة

عدد		اختصاص الشركة	اسم الشركة
نسخ الاستبيان المسترجعة	نسخ الاستبيان الموزعة		
3	4	نقل المسافرين	المؤسسة العمومية للنقل الحضري وشبه الحضري بالمسيلة
4	4	اتصالات	اتصالات الجزائر
3	3	القطاع المالي	البنك الوطني الجزائري BNA
3	4	تغذية	المركب الصناعي التجاري مطاحن سيدي عيسى
4	4	سياحة	وكالة سياحة وأسفار
4	5	سياحة	أنوار الصباح للسياحة والأسفار
2	3	صناعي	كومود للصناعة
2	2	بريد	البريد السريع بالدين
4	4	صناعة الدهون	مؤسسة ديلمي لصناعة الدهون
3	4	تغذية	مطاحن الحضنة
1	3	تجارة	شركة الامتياز للتجارة
3	3	بناء	لافارج إسمنت الجزائر
2	2	قماش	المؤسسة الجزائرية للأنسجة
2	2	بناء	مؤسسة عابي عبد الرزاق لصناعة الخرسانة والمواد المصنعة
2	2	صناعي	شركة الامتياز
1	1	صناعي	ش.ذ.م.م. بريمايك
2	4	صناعي	ACI
3	3	صناعة أنابيب وملحقات الألياف الزجاجية	مغرب بايب اندستري
2	2	قطع غيار العتاد الفلاحي	GAC/VAB
2	2	خدماتي نقل البضائع	ش.ش.و.ذ.م.م.بن ناصر عبد الله
2	2	صناعة البلاستيك	شركة أدنين المنيوم لتحويل البلاستيك
2	3	صناعة البلاط	شركة عطابي وشوبار
56	66	-	مجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين

## المطلب الثاني: أداة ونموذج الدراسة

يقتضيتوضيح كيفية مباشرة الدراسة الميدانية تقديم تلك التفاصيل الوصفية المهمة المتعلقة بكل من الأدوات التي جرى استخدامها في جميع البيانات والمعلومات من الميدان، إضافة إلى تحديد الدقيق المتغيرات التي تم إسقاطها على الميدان تطبيقي، هذا مع الكشف عن تخطيط كيفية ارتباط هذه المتغيرات ضمن نموذج فرضي بفرضيات أساسية مفصلة. ولقد اعتمدت الطالبتين على أداة من الأدوات جمع البيانات، لتتمكننا من تحقيق أهداف الدراسة الميدانية، حيث تمثلت هذه الأداة في "الاستبيان"، فتم تطبيق جمع البيانات بطريقة الاستبيان على مستوى الشركات صاحبة المشاريع الناشئة المدروسة بتوزيعه على عدد من المسؤولين.

### الفرع الأول: الاستبيان

استخدم الاستبيان في هذه الدراسة الميدانية كأداة بحث رئيسية لكونها تمكن من الحصول على المعلومات الأساسية حول ثقافة الشراكة ودورها في نمو المشاريع الناشئة وكذا للإجابة على الفرضيات هذه الدراسة

#### أولاً: تعريف الاستبيان

هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المدونة ورقياً أو رقمياً بهدف الحصول على المعلومات لظاهرة معينة، ويتم إرسالها إما عن طريق البريد العادي أو ترسل عبر البريد الإلكتروني أو توضع في موقع على شبكة المعلومات أو تسلم مباشرة للفرد المعني بالدراسة، ومن أهم مميزاتها أنها تترك حرية أكبر للمستجوب في الإجابة دون أي تأثير من قبل الباحث، إضافة لتبني التكاليف المرتبطة بالجهد والوقت.

#### ثانياً: تصميم الاستبيان

من أجل اختبار فرضيات الدراسة الميدانية، صمم استبيان انطلاقاً من الاستبانات الواردة في الجانب النظري للدراسة، والاستعانة بالدراسات السابقة لها الصلة بموضوع الإشكالية المدروسة، وبعد البناء الميداني والتحكيم العلمي، تم إعداد استبيان الدراسة الموجه للتوزيع في شكله النهائي، وهو موضح في (الملحق رقم 01)، احتوى على 34 عبارة تم تقسيمها إلى ثلاث محاور رئيسية تمثلت في:

✓ **محور البيانات الشخصية:** متعلق بالمعلومات الشخصية للمستجوب، من خلاله تم معرفة خصائص المفردات عينة الدراسة فيما يخص: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، الشركة التي ينتمي إليها المستجوب، القطاع الاقتصادي الذي تنشط فيه شركة المستجوب.

✓ **المحور الرئيسي الأول:** متعلق بأبعاد ثقافة الشراكة، تم تقسيمه إلى محاور تشكل حيثياته المتمثلة في: ثقافة فتح رأس مال وطلب مساهمات التمويل، ثقافة جلب الاستثمارات هيكلية وأصول المعنوية، ثقافة التعاقد الإدماج التكنولوجيا، ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة، ثقافة استغلال تحفيزات حكومية للمشاريع الناشئة، ثقافة المناولة الإمداد من الموردين.

✓ **المحور الرئيسي الثاني:** متعلق بأبعاد نمو المشاريع الناشئة بأبعاده الفرعية المتمثلة الفرعية المتمثلة في: نمو رأس المال، نمو رقم الأعمال، نمو حجم النشاط، نمو العوائد والأرباح والوفرات. لقد تم صياغة عبارات الاستبيان في المحورين الرئيسيين: الأول والثاني، على شكل أسئلة مغلقة، بالاعتماد على مقياس ليكرت (LIKERT) خماسي الأبعاد (أوافق تماما، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق تماما) كمقياس للإجابة على عبارات الاستبيان في هذين القسمين، والجدول الموالي يوضح القيم الممنوحة لدرجات مقياس ليكرت.

**الجدول رقم (2): مقياس ليكرت (LIKERT) الخماسي**

المقياس	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماما
العلامة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالبتين

### الفرع الثاني: تحكيم الاستبيان

بعد إتمام الاستبيان برفقة الأستاذ المؤطر والذي كان له دور كبير في إنجازه تم عرض الاستبيان الأولي على مجموعة من الأساتذة المحكمين، وقد استجبتنا لأرائهم وتصويباتهم وقمنا بإجراء ما يلزم من حذف وإضافة وتعديل حتى خرجنا بالاستبيان بشكله النهائي. (الملحق 01)

وتتمثلت ملاحظات الأساتذة المحكمين فيما يلي:

✓ د. حوجو مصطفى: نصحنا بضرورة تبسيط العبارات وتقليص عدد العبارات لكل محور من أجل سهولة استيعابها وفهمها للمستجوبين.

✓ د. الوافي رابح: تمحورت ملاحظاته حول تقليص جمل العبارات وعدم تركيبها وتبسيطها قدر الإمكان، ودمج بين الأبعاد والاستغناء عن بعض الأبعاد الأخرى.

✓ د. بن تومي سارة: إعادة صياغة بعض العبارات، والاستغناء عن بعض العبارات الأخرى غير المهمة، وتنبيهنا عن تكرار بعض العبارات وتغيير بعض الكلمات الغامضة.

والجدول الموالي سيبين توزيع عبارات المحورين الرئيسيين الثاني والثالث للدراسة الميدانية:

**الجدول رقم (3): تفاصيل فنية ورقمية حول عبارات المحاور الأساسية للاستبيان**

بيان المحور	المحور الفرعي	ارقام العبارات	عدد العبارات	النسبة %
محور أبعاد ثقافة الشراكة في المؤسسة	ثقافة فتح راس مال وطلب مساهمات التمويل	1-3	3	8,82 %
	ثقافة جلب الاستثمارات هيكلية وأصول معنوية	4-6	3	8,82 %
	ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا	7-9	3	8,82 %
	ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة	10-12	3	8,82 %
	ثقافة استغلال التحفيزات الحكومية للمشاريع الناشئة	13-15	3	8,82 %

8,82 %	3	18-16	ثقافة مناوبات الامداد من الموردين	محور نمو المشاريع الناشئة
11,76%	4	22-19	نمو راس مال	
11,76%	4	26-23	نمو رقم الأعمال	
11,76%	4	30-27	نمو حجم النشاط (الإنتاج التسليم التمويل)	
11,76%	4	34-31	نمو العوائد والأرباح والوفرات	
%100	34	المجموع		

المصدر: من إعداد الطالبتين

### الفرع الثالث: متغيرات الدراسة

لقد جرى تقسيم متغيرات الدراسة إلى متغيرين أساسيين (رئيسيين)، متغير مستقل متمثل في ثقافة الشراكة. أما المتغير التابع فهو: نمو المشاريع الناشئة.

### المطلب الثالث: الأساليب والأدوات الإحصائية المستعملة في الدراسة

مثلما هو متعارف عليه ومطبق في الدراسات الكثيرة السابقة، جرت العادة توظيف عدة أساليب وأدوات إحصائية في تحليل بيانات الدراسة الميدانية، تمثلت في كل من أساليب: الاختبارات الأولية لأداة الدراسة (الثبات)، وكشف التوزيع الطبيعي للبيانات، والإحصاء الوصفي للبيانات المتعلقة بخصائص وإجابات عينة المستجوبين، بالإضافة إلى التحليل الإحصائي لمحاور الدراسة، واختبار فرضيات الارتباط والانحدار وجودته.

### الفرع الأول: فحص ثبات الاستبيان الموجه للدراسة باستخدام اختبار (ألفا كرونباخ)

تتطلب الدراسات التي تعتمد على الاستبيانات الموجهة للمستجوبين لزوم اختبار مدى ثبات وصدق هذه الاستبيانات، باستخدام على الأقل طريقة تقدير معامل الثبات (ألفا كرونباخ). وسيتم التحقق من مدى ثبات أداة الدراسة بقياس وتقدير معامل الثبات ألفا كرونباخ، وذلك لأن هذه الطريقة تسعى إلى قياس معامل التباين الداخلي بين إجابات أفراد عينة المستجوبين في الدراسة، وبعبارة أكثر وضوحاً يعني التأكد من ثبات الاستبيان ومدى إمكانية الحصول على نفس النتائج أو نتائج مقاربة فيما لو كرر البحث في ظروف متشابهة باستخدام نفس الاستبيان. وبالمناسبة، تتراوح قيمة تتراوح قيمة (ألفا كرونباخ) ما بين (0) و(1)، حيث كلما اقتربت قيمته المحسوبة من قيمة (1) دلت على وجود ثبات عال في محاور وعبارات استبيان الدراسة الميدانية المنجزة، وكلما اقتربت من قيمة (0) دلت على عدم وجود ثبات في عبارات الاستبيان ومحاوره وتعتبر القيمة المحصل عليها لمعامل (ألفا كرونباخ) مقبولة إحصائياً إذا بلغت: 0,65 أي 65% فما أكثر.

### الفرع الثاني: فحص طبيعة توزع البيانات المجمعة من عينة المستجوبين

يتم الكشف عن التوزيع الطبيعي للبيانات المجمعة من عينة المستجوبين في هذه الدراسة، عبر اختبار التوزيع الطبيعي، Test de Normalité إذ يعتبر هذا الاختبار من أفضل الطرق المستخدمة لمعرفة فيما إذا كانت قاعدة البيانات المجمعة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، حيث يتم اعتماد فرضية العدم ( $H_0$ )

عندما يفترض بأن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً، والفرضية البديلة ( $H_1$ )، عندما يفترض بأن البيانات لا تتوزع توزيعاً طبيعياً، ولمعرفة نتيجة ما إذا كانت بيانات الدراسة تتوزع طبيعياً أو لا، يتم استخدام أحد الاختبارات الإحصائية (كولموغروف سميرنوف) Kolmogrov-Smirnov حيث يستخدم هذا الاختبار الإحصائي في الغالب عندما يكون حجم عينة المستجوبين أكبر من 50 مفردة.

### الفرع الثالث: أدوات الإحصاء الوصفي المطبقة على بيانات المستجوبين

يهدف الإحصاء الوصفي للبيانات المستحضرة من إجابات عينة المستجوبين (المشاركين في الدراسة الميدانية على مستوى الشركات) إلى وصف المعالم الإحصائية المهمة للظواهر المرصودة حسب آراء هذه العينة من المستجوبين، ويكون ذلك بتوظيف أدوات إحصائية كشفية عديدة، مثل: التكرارات، النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

#### أولاً: التكرارات والنسب

تتعدد وتكرر استجابات مفردات عينة المستجوبين بالنسبة لمتغيرات الدراسة بشكل مطلق بين درجة وأخرى، وللتعرف كذلك على مدى استجاباتهم نحو كل عبارة من عبارات الاستبيان يمكن استخدام:

- ✓ التكرارات: للتعرف على مدى تكرار قيمة الإجابة الواحدة التي تبديها مفردات عينة المستجوبين في هذه دراسة الميدانية، وذلك لوصف عدة أشياء، منها: خصائص معلوماتهم الشخصية.
- ✓ النسب: هي طريقة رياضية يتم من خلالها استخلاص مدى شيوع نوع معين ضمن عينة ما، أي هي جزء من عينة على شكل عدد، تتم قسمته على عدد العينة ككل، تكون مطلقة أو مئوية، تستخدم للتعرف على معدل عدة أشياء مثلاً: تكرارات مفردات عينة الدراسة ووصف خصائصهم، الثبات، التوزيع الطبيعي، الارتباطات والتباينات... الخ.

#### ثانياً: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

للتعرف على مدى استجابة مفردات عينة الدراسة لمتغيرات الدراسة، وللتعرف كذلك على مدى استجاباتهم نحو كل عبارة من عبارات الاستبيان، يتم استعمال مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت:

- ✓ المتوسط الحسابي: يعتبر من أهم مقاييس النزعة المركزية وأكثرها استخداماً في النواحي التطبيقية، ويعرف في بأنه القيمة التي تتجمع حولها مجموعة قيم العينة، ومن خلالها يمكن الحكم على كل قيم إجابات المستجوبين في الدراسة، فهذه القيمة هي الوسط الحسابي، ويتم حساب المتوسط الحسابي لمجموعة من القيم من خلال جمع قيم كل عناصر هذه المجموعة وقسمة ناتج المجموع على عدد عناصر المجموعة، رياضياً هو: المتوسط الحسابي = مجموع كل عناصر المجموعة / عدد عناصر المجموعة.
- ✓ الانحراف المعياري: تعتبر قيمة هذا المقياس الأكثر استخداماً من بين مقاييس التشتت الإحصائي، وهذا المقياس مدى تبعثر وتشتت البيانات المستقاة حول المتوسط الحسابي المحسوب، أي مدى امتداد مجالات القيم ضمن بيانات إجابات عينة المستجوبين.

### ثالثا: تصنيف المتوسطات حسب مقياس ليكرت الخماسي المستخدمة في الدراسة

لقد تم عرض وتحليل البيانات المجمعة من إجابات المستجوبين عن العبارات المتعلقة بمحوري الاستبيان ب استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي المتمثلة في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، المنسجمة مع مقياس ليكرت الخماسي، ولقد تم ضبط الحدود الدنيا والقصى للمقياس، وهذا بغرض الحصول على المتوسط المرجح، بحساب المدى عن طريق الفرق بين أكبر وأصغر وزن: (1-5+4) حيث يتم قسمة الناتج الحاصل على الدرجات الموجودة في المقياس، والبالغ عددها (5)، وبالتالي يتم الحصول على طول الدرجة الواحدة لهذا المقياس، والمقدرة ب: (8)، بحيث تضاف هذه القيمة لكل درجة في المقياس، للحصول على الحدود الدنيا والقصى لكل درجة، والجدول التالي يوضح هذه الحدود:

الجدول رقم (4): الحدود الدنيا والقصى لمقياس ليكرت LIKERT الخماسي

الدرجة	لا أوافق تماما	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماما
المتوسط المرجح	1 - 1.79	1.80 - 2.59	2.60 - 3.39	3.40 - 4.19	4.20 - 5
الوزن	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبين

### الفرع الرابع: الاختبارات الإحصائية المطبقة على محاور وفرضيات الدراسة

التحليل الإحصائي، للبيانات المتعلقة بإجابات المستجوبين حول أسئلة المحاور الأساسية في الدراسات الميدانية، يحتاج إلى توظيف بعض الوسائل لاختبار الفروق مع المتوسطات الحسابية الافتراضية المعتمدة، بناء على مستوى معين من معنوية الدلالة الإحصائية، وهذا لمباشرة تحليل محاور هذه الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة وهذا حسب شروط محددة.

#### أولاً: تحليل محاور الدراسة باختبار (ستيودنت) Test T

يستخدم اختبار ستيودنت لتحليل الفروق في متوسطات بيانات إجابات عينة المستجوبين في محاور الاستبيان، ويستخدم عندما تتبع بيانات المحور الواحد التوزيع الطبيعي. ويجرى تطبيقه في اختبارات لعينة واحدة وحالة من حالات اختبار الفرق بين المتوسطات، حيث تتم مقارنة متوسط مجموعة واحدة بمتوسط معلوم أو متوسط افتراضي، كمتوسط المجموعة الذي تم الحصول عليه من العينة هو إحصائي في العينة، أو المتوسط المعلوم المأخوذ من المجتمع، الذي هو معلمة المجتمع معروفة مسبقا.

#### ثانياً: اختبار فرضيات الدراسة بمعاملات: الارتباط، الانحدار الخطي والتباين الأحادي

لاختبار الفرضيات المفصلية في الدراسات الميدانية المعتمدة على وسيلة رئيسية تتمثل في الاستبيان ووفقا لشروط معينة، يتم استعمال العديد من الأدوات والاختبارات، من أهمها: معامل الارتباط (Pearson) للتحقق من العلاقة بين متغيرين كميين، ثم قياسات معاملات نموذج الانحدار الخطي لاستخراج الأثر، وأخير تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في الإجابات.

## المطلب الرابع: نتائج اختبار ثبات وصدق الاستبيان وطبيعة توزيع بيانات الدراسة

في هذا المطلب سيتم التأكد من صلاحية أداة الدراسة المتخصصة في سبر الآراء المجمع من المسؤولين المستجوبين في الشركات الريادية (صاحبة المشاريع الناشئة) المدروسة بمنطقة المسيلة، حيث سيجري تطبيق الاختبارات الأولية لأداة الدراسة (الصدق والثبات) والتعليق على نتائجها، ثم تطبيق اختبار التوزيع الطبيعي على بيانات الإجابة على محاور الاستبيان والكشف نتائجه.

### الفرع الأول: نتائج اختبار صدق وثبات الاستبيان

تجدر الإشارة أن محوري الدراسة (ثقافة الشراكة، نمو المشاريع الناشئة) يكونا ثابتين أن أعطت عباراتهما في الاستبيان النتائج ذاتها في كل مرة يتم اعتماده، بغض النظر عن الفرد القائم بعملية القياس، وللتأكد من ثبات الاستبيان تم الاعتماد على قياس معامل (ألفا كرونباخ) بالنسبة لأبعاد ثقافة الشراكة (فتح رأس مال وطلب مساهمات التمويل، جلب الاستثمارات هيكلية وأصول المعنوية، التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا، التعاقد في مجال الخدمات المساعدة، استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة، المناولة الإمداد من الموردين) وكذا أبعاد نمو المشاريع الناشئة (نمو رأس المال، نمو رقم الأعمال، نمو حجم النشاط، نمو العوائد والأرباح والوفرات). والجدول التالي يوضح النتائج المتوصل إليها:

الجدول رقم (5): نتائج معامل "ألفا-كرونباخ" لثبات الاستبيان

Cronbach's Alpha			أبعاد محاور الاستبيان	
النتيجة	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ		
ثابت	3	0.88	البعد(1): ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل	01
ثابت	3	0.83	البعد(2): ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية	02
ثابت	3	0.80	البعد(3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات	03
ثابت	3	0.79	البعد(4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة	04
ثابت	3	0.91	البعد(5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة	05
ثابت	3	0.92	البعد(6): ثقافة مناوولات الإمداد من الموردين (Fournisseurs)	06
ثابت	18	0.85	محور المتغير المستقل: ثقافة الشراكة	
ثابت	4	0.79	البعد(1): نمو رأس المال	01
ثابت	4	0.87	البعد(2): نمو رقم الأعمال	02
ثابت	4	0.84	البعد(3): نمو النشاط (الإنتاج/التسليم/التمويل)	03
ثابت	4	0.83	البعد(4): نمو العوائد والأرباح والوفرات	04
ثابت	16	0.92	محور المتغير التابع: نمو المشاريع الناشئة	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول رقم (05): أن قيم معامل (ألفا كرونباخ) لجميع أبعاد الاستبيان تراوحت بين 0.79 كأدنى قيمة و0.92 كأعلى قيمة، ما يؤكد تمتع محوري الاستبيان (ثقافة الشراكة، نمو المشاريع الناشئة) بدرجة مرتفعة من الثبات وصلاحيته للاستخدام مع العينة النهائية للدراسة الحالية.

### الفرع الثاني: نتائج اختبار طبيعة توزيع بيانات الإجابة على محاور الدراسة

لقد تم تنفيذ اختبار التوزيع الطبيعي بواسطة مقياس (Kolmogorov- Smirnov) لمعرفة طبيعة توزيع بيانات الإجابات المستلمة من عينة المسؤولين المستجوبين في الشركات الناشئة المدروسة بالمسيلة، إذ يعتبر هذا الاختبار ضروري لمعرفة فيما إذا كانت البيانات المجمعة عن أسئلة المحورين (ثقافة الشراكة، نمو المشاريع الناشئة) تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وذلك ما سوف يسمح فيما بعد بتحديد الاختبارات المناسبة حول تحليل وإثبات كينونة الظاهرتين كواقع موجود في هذه الشركات المدروسة. وفيما يلي جدول يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

الجدول رقم (6): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة

النتيجة	sig	Kolmogorov- Smirnov	أبعاد محوري الاستبيان
أبعاد ثقافة الشراكة	01	.924	البعد(1): ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل
	02	.882	البعد(2): ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية
	03	.934	البعد(3): ثقافة التعاقد لإنماج التكنولوجيات
	04	.921	البعد(4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة
	05	.887	البعد(5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة
	06	.891	البعد(6): ثقافة مناوالات الإمداد من الموردين
محور المتغير المستقل: ثقافة الشراكة			
أبعاد نمو المشاريع الناشئة	01	.883	البعد(1): نمو رأس المال
	02	.937	البعد(2): نمو رقم الأعمال
	03	.987	البعد(3): نمو النشاط (الإنتاج/التسليم/التمويل)
	04	.835	البعد(4): نمو العوائد والأرباح والوفرات
محور المتغير التابع: نمو المشاريع الناشئة			
	.249	.899	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول رقم (06) أن جميع أبعاد محور ثقافة الشراكة وكذا محور نمو المشاريع الناشئة تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا بناء على مخرجات اختبار Kolmogorov- Smirnov. فكلها تحتوي على قيمة sig محصورة بين 0.051 و0.521 وهذه القيم أكبر من القيمة الجدولية: 0.05، ما يعني عدم قبول الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) وإثبات الفرضية البديل ( $H_1$ )، وعليه يمكن القول أن بيانات إجابات المستجوبين في الشركات المدروسة بالمسيلة على مضمون الأبعاد (فتح رأس مال وطلب مساهمات التمويل/ جلب الاستثمارات هيكلية

وأصول معنوية/ التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا/ التعاقد في مجال الخدمات المساعدة/ استغلال تحفيزات الحكومة للمشاريع الناشئة/ المناولة الإمداد من الموردين) تتبع التوزيع الطبيعي وكذلك الشأن بالنسبة للأبعاد (نمو رأس المال/ نمو رقم الأعمال/ نمو حجم النشاط/ نمو العوائد والأرباح والوفرات).

### المبحث الثاني: التحليلات الإحصائية لمحاور الدراسة واختبار الفرضيات

#### المطلب الأول: وصف الخصائص الشخصية لعينة المستجوبين

في هذه الدراسة الميدانية، وبعد أن تم تصنيف المتوسطات الحسابية وفقا لمقياس ليكرت، والذي يضم خمس درجات (المقياس الخماسي)، سيتم تقديم تفصيل أكثر حول العرض الوصفي لخصائص عينة المستجوبين، فقد كان باستخدام نتائج حساب التكرارات والنسب المئوية مع بعض الشروح والتفسيرات المهمة.

#### الفرع الأول: خصائص جنس المستجوبين

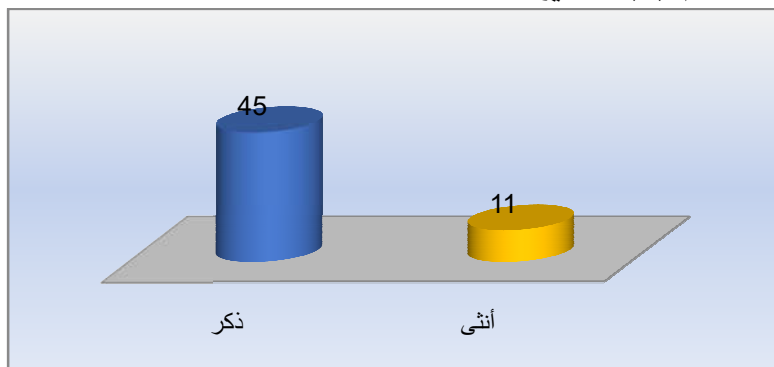
انطلاقا من خصائص جنس المسؤولين المستجوب في مجموعة الشركات الريادية (صاحبة المشاريع الناشئة) المدروسة بالمسيلة، ظهرت نتائج التحليل الوصفي للتكرارات والنسب المئوية الخاصة بجنس المستجوبين كما يلي:

الجدول رقم (7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	45	%80.4
أنثى	11	%19.6
الإجمالي	56	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (2): توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 56 فرد، نلاحظ أن عدد الذكور قدر بـ 45 فرد بنسبة 80.4% وهم الأعلى نسبة، في حين نلاحظ أن عدد الإناث قدر بـ 11 فرد أي ما نسبته: 19.6% وذلك راجع لنقص الفئة النسوية وان الشركات المدروسة أغلبهم فئة شبابية.

### الفرع الثاني: الفئة العمرية

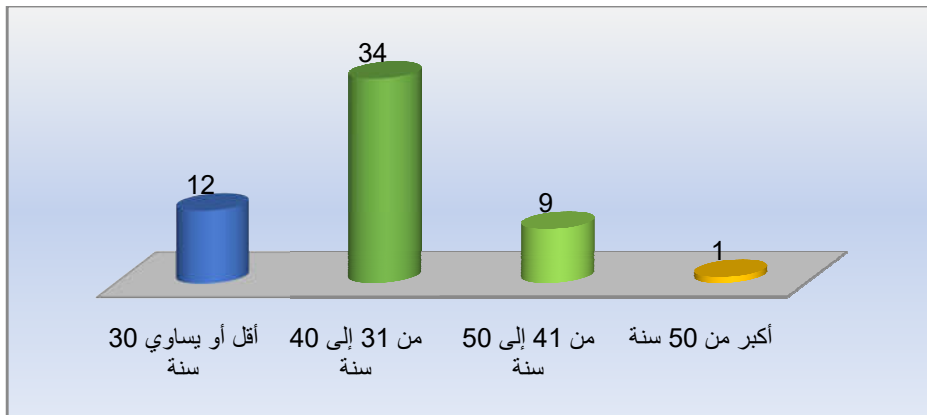
لقد تم تقسيم مستويات الفئة العمرية للمستجوب في مجموعة الشركات الناشطة المدروسة بالمسيلة إلى أربعة فئات، فكان توزيع مفردات عينة المستجوبين بين هذه الفئات وهو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرارات	الفئة العمرية
21.4%	12	أقل أو يساوي 30 سنة
60.7%	34	من 31 إلى 40 سنة
16.1%	9	من 41 إلى 50 سنة
1.8%	1	أكبر من 50 سنة
100%	56	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (3): توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 56 فرد، يلاحظ أن عدد الأفراد الذين سنهم أقل من أو يساوي 30 سنة قدر بـ 12 فرد بنسبة 21.4%، في حين نلاحظ أن عدد الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين 31 إلى 40 سنة قدر بـ 34 فرد أي ما نسبته 60.7% وهم الأعلى نسبة، أما عدد الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين 41 إلى 50 سنة فقد قدر عددهم بـ 9 أفراد أي ما نسبته 16.1% وأخيراً نلاحظ أن عدد الأفراد الذين سنهم أكبر من 50 سنة قدر بـ 1 فرد فقط بنسبة 1.8% وذلك يبين أن الشركات تهتم بالفئة الشبابية المساعدة على التأقلم والتعلم والإبداع .

### الفرع الثالث: المستوى التعليمي

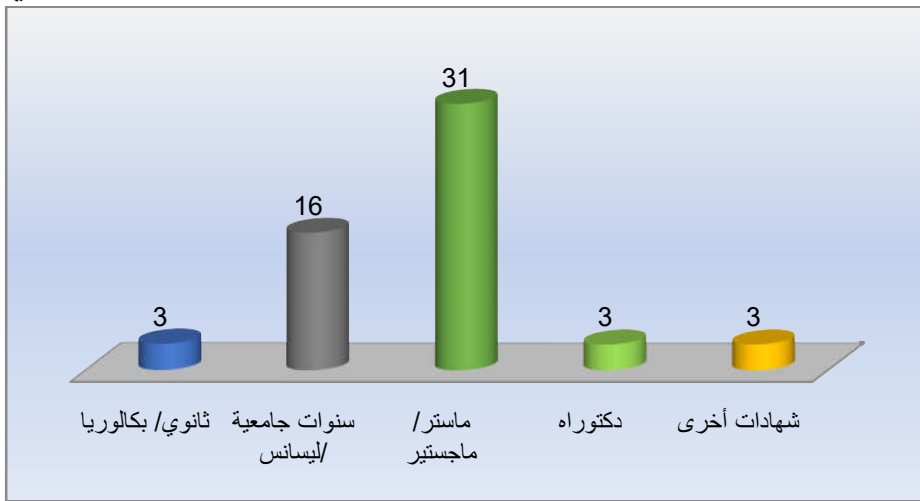
شمل المستوى التعليمي للمستجوبين خمسة مستويات: ثانوي/ بكالوريا، سنوات جامعية /ليسانس، ماستر/ ماجستير، دكتوراه، شهادات أخرى، حيث توزع مفردات عينة الدراسة بين هذه الفئات حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
5.4%	3	ثانوي/ بكالوريا
28.6%	16	سنوات جامعية /ليسانس
55.4%	31	ماستر/ ماجستير
5.4%	3	دكتوراه
5.4%	3	شهادات أخرى
100%	56	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (4): توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 56 فرد، نلاحظ أن عدد الأفراد الذين مستواهم التعليمي ثانوي / بكالوريا قدر 03 أفراد بنسبة 5.4%، ونفس النسبة السابقة تمثل الأفراد الذين مستواهم التعليمي دكتوراه وكذا شهادات أخرى، في حين نلاحظ أن عدد الأفراد الذين مستواهم التعليمي سنوات جامعية/ ليسانس قدر بـ16 فرد بنسبة 28.6%، أما الأفراد أصحاب المستوى التعليمي ماستر / ماجستير فقد قدر عددهم بـ31 فرد بنسبة 55.4% وهم الأعلى نسبة.

### الفرع الرابع: الخبرة المهنية

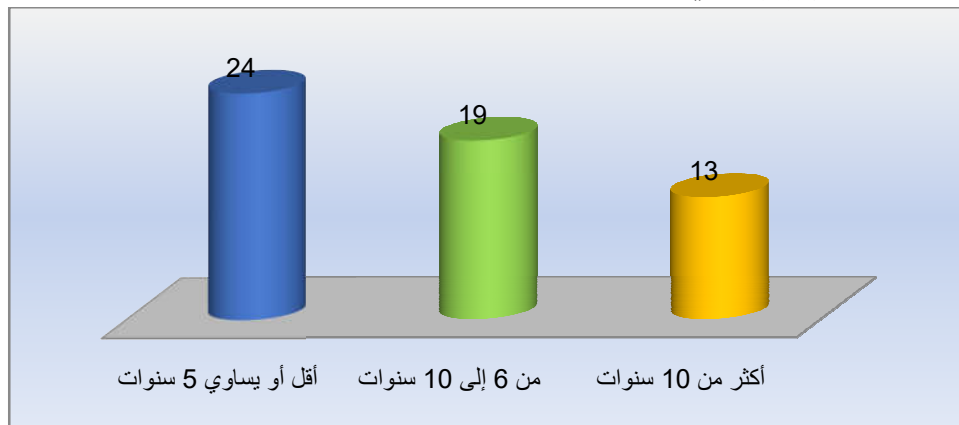
لقد جرى في الدراسة الميدانية تصنيف مستوى الخبرة المهنية للمستجوبين إلى ثلاث فئات: أقل أو يساوي 5 سنوات، من 6 إلى 10 سنوات، أكثر من 10 سنوات، كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرارات	النسبة المئوية
أقل أو يساوي 5 سنوات	24	42.9%
من 6 إلى 10 سنوات	19	33.9%
أكثر من 10 سنوات	13	23.2%
الإجمالي	56	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (5): توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 56 فرد، نلاحظ أن عدد الأفراد الذين تقل أو تساوي الخبرة المهنية لديهم 5 سنوات قدر بـ 24 فرد بنسبة 42.9% وهم الأعلى نسبة، في حين عدد الأفراد الذين تتراوح الخبرة المهنية لديهم بين 6 إلى 10 سنوات قدر بـ 19 فرد بنسبة 33.9%، أما الأفراد الذين تفوق الخبرة لديهم 10 سنوات فقد قدر عددهم بـ 13 فرد بنسبة 23.2%.

### المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لمحور ثقافة الشراكة

اعتماداً على مخرجات برنامج spss المتعلقة بالإحصاء الوصفي (المتوسطات والانحرافات) لبيانات عينة الدراسة، سيتم عرض نتائج الإحصاء الوصفي لتفاصيل المحاور الرئيسية، المتمثلة في: محور ثقافة الشراكة، وهذا بغرض معرفة وتحليل مدى استجابة مفردات عينة الدراسة نحو درجة الموافقة على مجموعة العبارات المكونة لأبعاد هذا المحور الرئيسي.

## الفرع الأول: عرض نتائج قياسات المعالم الإحصائية لبيانات محور ثقافة الشراكة

في هذا الفرع سيتم عرض نتائج عمليات قياس معالم الإحصاء الوصفي لمحور ثقافة الشراكة من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد عينة الدراسة، ثم تحديد درجة الموافقة على أبعادها وترتيبها وتحليلها. والجدول الموالي يعرض هذه النتائج بتفاصيل رقمية.

### الجدول رقم (11): نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور ثقافة الشراكة

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الترتبة
1	تبحث مؤسستك عن حصص مشاركة من مساهمين خارجيين في شكل مبالغ مالية لتضمها إلى رأسمالها الموجه نحو تطوير مشاريعها الاستثمارية الناشئة.	3.69	1.278	أوافق	1
2	تفضل مؤسستك اللجوء إلى آليات القرض البنكي كمصدر تمويل من أجل توسعة نشاطات مشاريعها الاستثمارية الناشئة.	3.51	1.235	أوافق	2
3	ترغب مؤسستك في التوجه نحو أسواق المال لطرح سندات (أو أسهم) توفر لها أموال تُستخدم في تطوير مشاريعها الاستثمارية الناشئة.	3.32	1.252	محايد	3
6	<b>البعد(1): ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل</b>				
4	تحاول مؤسستك انتهاز فرص الحصول على الأراضي الممنوحة لأجل الاستثمارات الناشئة، سواء بامتيازات الأراضي التي تمنحها الدولة أو عن طريق عروض الأراضي من الملاك الخواص.	3.92	.870	أوافق	1
5	تبادر مؤسستك في عقد اتفاقات مع ملاك بنابات الأعمال (مثل: محلات العرض السلعي، مستودعات التخزين، ورشات التصنيع...الخ)حتى تتمكن من إقامة مشاريعها الاستثمارية الناشئة.	3.71	.867	أوافق	3
6	تسعى مؤسستك إلى اقتناء رخص براءات الاختراع التي تخدم مشاريعها الاستثمارية الناشئة.	3.75	.977	أوافق	2
5	<b>البعد(2): ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية</b>				
7	تجتهد مؤسستك في المضي نحو التعاقد مع مؤسسات تكنولوجية متخصصة في تثبيت نظم إنتاج قادرة على مواكبة المواصفات المرغوبة في المشاريع الاستثمارية الناشئة.	3.91	1.031	أوافق	3
8	تعترم مؤسستك الاتفاق مع مؤسسات تكنولوجية توفر الآلات والمعدات أو الأجهزة التي تحتاجها في تنفيذ مشاريعها الاستثمارية الناشئة.	4.10	.845	أوافق	2
9	تبحث مؤسستك عن التعاقد مع شركات تتيح برمجيات (Logiciels) إدارة عمليات المشاريع الاستثمارية الناشئة. (مثلا برمجيات(Logiciels) لتسيير: الإمداد، الإنتاج، المبيعات، المخزونات، المحاسبة...الخ)	4.23	.762	أوافق تماما	1

البعد(3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات			
2	أوافق	.162	4.08
10	أوافق	.8842	3.73
11	أوافق	1.017	4.01
12	أوافق	.903	3.85
البعد(4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة			
13	أوافق	.950	3.92
14	أوافق	1.073	3.71
15	أوافق تماما	.8880	4.21
البعد(5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة			
16	أوافق	.894	4.00
17	أوافق	.840	4.14
18	أوافق	.882	4.19
البعد(6): ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين			
1	أوافق	.101	4.11
//	أوافق	.250	3.88

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss .

### الفرع الثاني: التعاليق الرقمية والشروح الإدارية

من خلال الجدول رقم (11) يلاحظ أن المتوسط الحسابي لبعد ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل قدر بـ(3.51) بانحراف معياري بلغ (0.18) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين (3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة

المرتفعة للمستجوبين على ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.51) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (6) في ترتيب أبعاد ثقافة الشراكة، هذا يا يؤكد أن ثقافة الشراكة تتأثر بثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل.

- حلت العبارة رقم (1) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (3.69) هذا ما يدل على أن المؤسسة تبحث عن حصص مشاركة من مساهمين خارجيين في شكل مبالغ مالية لتضمها إلى رأسمالها الموجه نحو تطوير مشاريعها الاستثمارية الناشئة، وحلت العبارة رقم (3) في الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (3.32) وهذا ما يدل على أن المؤسسة ترغب في التوجه نحو أسواق المال لطرح سندات (أو أسهم) توفر لها أموال تُستخدم في تطوير مشاريعها الاستثمارية الناشئة.

بالنسبة للمتوسط العام لبعده ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية فقد قدر ب(3.79) بانحراف معياري بلغ (0.11) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية، ويمكن الإشارة إلى أهم النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.79) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (5) في ترتيب أبعاد ثقافة الشراكة، هذا يا يؤكد أن ثقافة الشراكة تتأثر بثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية.

- حلت العبارة رقم (4) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (3.92) هذا ما يدل على أن المؤسسة تحاول انتهاز فرص الحصول على الأراضي الممنوحة لأجل الاستثمارات الناشئة، سواء بامتيازات الأراضي التي تمنحها الدولة أو عن طريق عروض الأراضي من الملاك الخواص، وحلت العبارة رقم (5) في الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (3.71) وهذا ما يدل على أن المؤسسة تبادر إلى عقد اتفاقات مع ملاك بنايات الأعمال (مثل: محلات العرض ، مستودعات التخزين، ورشات التصنيع...الخ)حتى تتمكن من إقامة مشاريعها الاستثمارية الناشئة.

بالنسبة للمتوسط العام لبعده ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا فقد قدر ب(4.08) بانحراف معياري بلغ (0.16) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (4.08) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (2) في ترتيب أبعاد ثقافة الشراكة، هذا يا يؤكد أن ثقافة الشراكة تتأثر بثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا.

- حلت العبارة رقم (9) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (4.23) هذا ما يدل على أن المؤسسة تبحث عن التعاقد مع شركات تتيح برمجيات (Logiciels) إدارة عمليات المشاريع الاستثمارية الناشئة. (مثلا برمجيات(Logiciels) لتسيير: الإمداد، الإنتاج، المبيعات، المخزونات، المحاسبة، وحلت العبارة رقم (7) في

الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (3.91) وهذا ما يدل على أن المؤسسة تجتهد في المضي نحو التعاقد مع مؤسسات تكنولوجية متخصصة في تثبيت نظم إنتاج قادرة على مواكبة المواصفات المرغوبة في المشاريع الاستثمارية الناشئة.

بالنسبة للمتوسط العام لبعده ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة فقد قدر بـ(3.86) بانحراف معياري بلغ (0.14) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة، ويمكن الإشارة إلى أهم النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.86) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (4) في ترتيب أبعاد ثقافة الشراكة، هذا ما يؤكد أن ثقافة الشراكة تتأثر بثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة.

- حلت العبارة رقم (11) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (4.01) هذا ما يدل على أن المؤسسة تتوجه نحو التعاقد مع مؤسسات الخدمة التأمينية، مثلاً: تأمين العمال أو التأمين ضد الكوارث الطبيعية أو تأمين سيارات العمل، وهذا للتعويض عن المخاطر في مشاريعها الاستثمارية الناشئة، وحلت العبارة رقم (10) في الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (3.73) وهذا ما يدل على أن المؤسسة تفضل التعاقد مع شركات الخدمة التسويقية لتحصل على دعم لمشاريعها الاستثمارية الناشئة. [خدمات تسويقية مثل: الإشهار أو البيع أو دراسات السوق أو تحديد الأسعار أو طريقة التغليف.

في حين المتوسط العامل بعد ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة قدر بـ(3.95) بانحراف معياري بلغ (0.25) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.95) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (3) في ترتيب أبعاد ثقافة الشراكة، هذا ما يؤكد أن ثقافة الشراكة تتأثر بثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة.

- حلت العبارة رقم (15) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (4.21) هذا ما يدل على أن المؤسسة تسارع نحو طلب الاستفادة من إجراءات حماية منتجات مشاريعها الناشئة من المنافسة غير الشرعية التي تنتهجها مؤسسات أخرى. [مؤسسات تجارية مستوردة أو مؤسسات حرفية مصنعة، وحلت العبارة رقم (14) في الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (3.71) وهذا ما يدل على أن المؤسسة تبادر نحو الاستفادة من الامتياز القانوني الذي يخصص حصة 20% من تعاقدات الصفقات العمومية لصالح المؤسسات وهذا لتنشيط مشاريعها الاستثمارية الناشئة.

بالنسبة للمتوسط العام لبعده ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين فقد قدر بـ(4.11) بانحراف معياري بلغ (0.10) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح

بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:  
 -درجة الموافقة (1.11) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (1) في ترتيب أبعاد ثقافة الشراكة، هذا يا يؤكد أن ثقافة الشراكة تتأثر بثقافة مناوبات الإمداد من الموردين.  
 - حلت العبارة رقم (18) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (4.19) هذا ما يدل على أن المؤسسة ترغب في الحصول على عقود إمداد(Contrats de fourniture) من موردين يضمنون جودة المواد المستخدمة في مشاريعها الاستثمارية الناشئة، وحلت العبارة رقم (16) في الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (4.00) وهذا ما يدل على أن المؤسسة تقوم بالبحث عن إجراء اتفاقيات مع الموردين (Fournisseurs) للتزود بأحجام كافية من المواد التي تضمن تنفيذ مشاريعها الاستثمارية الناشئة.

### المطلب الثالث: التحليل الإحصائي لمحور نمو المشاريع الناشئة

بنفس الطريقة واستنادا على مخرجات برنامج spss المتعلقة بقياس المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبيانات إجابات عينة المستجوبين في الدراسة الميدانية، سيتم عرض نتائج الإحصاء الوصفي لتفاصيل المحور الرئيسي الثاني المتمثل في نمو المشاريع الناشئة. وهذا بغرض معرفة وتحليل مدى استجابة مفردات عينة الدراسة نحو درجة الموافقة على مجموعة العبارات المكونة لأبعاد هذا المحور الرئيسي.

### الفرع الأول: عرض نتائج قياسات المعالم الإحصائية لبيانات محور نمو المشاريع الناشئة

في هذا القسم سيتم عرض نتائج عمليات الإحصاء الوصفي ل: محور نمو المشاريع الناشئة من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد عينة الدراسة، ثم تحديد درجة الموافقة على أبعادها وترتيبها وتحليلها. والجدول الموالي يعرض هذه النتائج بتفاصيل رقمية.

### الجدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور نمو المشاريع الناشئة

رقم	العبارات	متوسط حسابي	انحراف معياري	الدرجة	الرتبة
19	زيادة في الأموال المخصصة للمشاريع الاستثمارية الناشئة بعد حصول مؤسستك على مبالغ الحصص أو الأسهم من الشركاء الملتزمين.	3.73	.797	أوافق	3
20	زيادة في الأصول الثابتة (عقارات أو مباني أو ورشات أو محلات...الخ)الموجهة للمشاريع الاستثمارية الناشئة وهذا بفعل ما قدمها لشركاء الملتزمون لمؤسستك.	3.80	.748	أوافق	2
21	زيادة في الأصول التجهيزية (آلات أو معدات أو أدوات أو مركبات...الخ) الخاصة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة وهذا بفعل ما سلمه الشركاء الملتزمون لمؤسستك.	3.83	.826	أوافق	1
22	زيادة استغلال رخص براءات الاختراع لصالح المشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك بعد موافقة المالكين الأصليين لهذه البراءات.	3.66	.815	أوافق	4

البعد(1): نمو رأس المال				
2	أوافق	.079	3.75	
23	أوافق	.768	3.75	زيادة في مبالغ المنتجات المباعة في إطار العمليات الرئيسية للمشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.
24	أوافق	.792	3.75	زيادة في مبالغ مبيعات الخدمات الأساسية (Prestations de base) في إطار أشغال المشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.
25	أوافق	.889	3.83	زيادة في مبالغ مبيعات خدمات ما بعد البيع (Service après-vente) في إطار الأشغال الأخرى للمشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.
26	أوافق	.884	3.73	زيادة في مبالغ البضائع المباعة (منتجات مصنعة جزئياً أو قطع أو مواد أخرى...الخ) الخاصة بالنشاطات الملحقة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.
البعد(2): نمو رقم الأعمال				
27	أوافق	.782	3.57	زيادة معتبرة في كمية المنتجات التامة التي تصنع داخل الورشات الخاصة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك.
28	أوافق	.711	3.55	زيادة مهمة في كمية الخدمات المقدمة في المراكز المرتبطة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك. [سواء كانت خدمات أساسية (Prestations de base) أو ما بعد البيع (Service après-vente)]
29	أوافق	.821	3.62	زيادة في أحجام الطلبات المسلمة للزبائن الذي يشترون المنتجات الصادرة عن عمليات المشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك.
30	أوافق	.782	3.57	زيادة في عدد الطلبات المسلمة في إطار الصفقات العمومية المبرمة من أجل التزود بالمنتجات الصادرة عن المشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك.
البعد(3): نمو النشاط (الإنتاج/التسليم/التموين)				
31	أوافق	.824	3.78	زيادة في صافي العوائد المتولدة عن مبيعات المنتجات خلال النشاط التجاري الذي قامت به مؤسستك في إطار مشاريعها الاستثمارية الناشئة.
32	أوافق	.738	3.76	زيادة في صافي الأرباح المتولدة عن الخدمات التي قدمتها مؤسستك في إطار مشاريعها الاستثمارية الناشئة. [سواء كانت خدمات أساسية (Prestations de base) أو ما بعد البيع (Service après-vente)]
33	أوافق	.829	3.55	زيادة في نسب الأرباح غير الموزعة المعاد استثمارها لتوسعة المشاريع الناشئة في مؤسستك.
34	أوافق	.851	3.69	زيادة في وفرات المبالغ النقدية بفعل التخفيضات التي قدمها الموردون (Fournisseurs) في إطار تموين أنشطة المشاريع الاستثمارية الناشئة بمؤسستك.
البعد(4): نمو العوائد والأرباح والوفرات				
//	أوافق	.100	3.70	المحور الثاني: نمو المشاريع الناشئة

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

## الفرع الثاني: التعاليق الرقمية والشروح الإدارية

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن المتوسط الحسابي لبعد نمو رأس المال قدر بـ(3.75) بانحراف معياري بلغ (0.07) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على نمو رأس المال، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.75) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (2) في ترتيب أبعاد نمو المشاريع الناشئة، هذا يا يؤكد أن نمو المشاريع الناشئة تتأثر بنمو رأس المال.

- حلت العبارة رقم (21) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (3.83) هذا ما يدل على أن هناك زيادة في الأصول التجهيزية (آلات أو معدات أو أدوات مركبات...الخ) الخاصة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة وهذا بفعل ما سلمه الشركاء الملتزمون للمؤسسة، وحلت العبارة رقم (22) في الترتيب الرابع (4) بدرجة موافقة (3.66) وهذا ما يدل علأن هناك زيادة في استغلال رخص براءات الاختراع لصالح المشاريع الاستثمارية الناشئة في المؤسسة بعد موافقة المالكين الأصليين لهذه البراءات.

بالنسبة للمتوسط العام لبعد نمو رقم الأعمال فقد قدر بـ(3.76) بانحراف معياري بلغ (0.04) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على نمو رقم الأعمال، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.76) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (1) في ترتيب أبعاد نمو المشاريع الناشئة، هذا يا يؤكد أن نمو المشاريع الناشئة تتأثر بنمو رقم الأعمال.

- حلت العبارة رقم (25) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (3.83) هذا ما يدل على أن هناك زيادة في مبالغ مبيعات خدمات ما بعد البيع(Service après-vente) في إطار الأشغال الأخرى للمشاريع الاستثمارية الناشئة في المؤسسة، وحلت العبارة رقم (26) في الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (3.73) وهذا ما يدل على أن هناك زيادة في مبالغ البضائع المباعة (منتجات مصنعة جزئياً أو قطع أو مواد أخرى...الخ) الخاصة بالنشاطات الملحقه بالمشاريع الاستثمارية الناشئة في المؤسسة.

بالنسبة للمتوسط العام لبعد نمو النشاط فقد قدر بـ(3.58) بانحراف معياري بلغ (0.82) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19)

على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على نمو النشاط، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.58) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (4) في ترتيب أبعاد نمو المشاريع الناشئة، هذا يا يؤكد أن نمو المشاريع الناشئة تتأثر بنمو النشاط.

- حلت العبارة رقم (29) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (3.62) هذا ما يدل على أن هناك زيادة في أحجام الطلبات المسلمة للزبائن الذي يشترون المنتجات الصادرة عن عمليات المشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة للمؤسسة، وحلت العبارة رقم (28) في الترتيب الثالث (3) بدرجة موافقة (3.55) وهذا ما يدل على أن هناك زيادة مهمة في كمية الخدمات المقدمة في المراكز المرتبطة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة للمؤسسة.

بالنسبة للمتوسط العام لبعد نمو العوائد والأرباح والوفرات فقد قدر ب(3.70) بانحراف معياري بلغ (0.10) (ما يعني أن هناك تجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة) وهذا المتوسط يقع ضمن الفئة التي تتراوح بين(3.40-4.19) على المقياس الخماسي ما يشير إلى الموافقة المرتفعة للمستجوبين على نمو العوائد والأرباح والوفرات، ويمكن الإشارة إلى أهم الملاحظات حول النتائج الإحصائية لهذا البعد كما يلي:

-درجة الموافقة (3.70) على مضمون عبارات هذا البعد جعلته يحتل المرتبة (3) في ترتيب أبعاد نمو المشاريع الناشئة، هذا يا يؤكد أن نمو المشاريع الناشئة تتأثر بنمو العوائد والأرباح والوفرات.

- حلت العبارة رقم (31) في المرتبة (1) بدرجة موافقة (3.78) هذا ما يدل على أن هناك زيادة في صافي العوائد المتولدة عن مبيعات المنتجات خلال النشاط التجاري الذي قامت به المؤسسة في إطار مشاريعها الاستثمارية الناشئة، وحلت العبارة رقم (33) في الترتيب الرابع (4) بدرجة موافقة (3.55) وهذا ما يدل على أن هناك زيادة في نسب الأرباح غير الموزعة المعاد استثمارها لأجل توسعة المشاريع الناشئة التابعة للمؤسسة.

### المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة

بعدما تم كشف تفاصيل المعالم الإحصائية الوصفية المتعلقة بإجابات أفراد عينة الدراسة حول مختلف الأبعاد الداخلة في تكوين محاور الدراسة، سيتم في هذا المبحث عرض وتحليل نتائج فرضيات الدراسة، وذلك عبر اختبار الفرضيات الرئيسية وكذا الفرعية.

### الفرع الأول: اختبار الفرضية الأولى ف1 والفرضية الثانية ف2

#### أولاً: نتائج اختبار الفرضية الأولى ف1

نصت الفرضية الأولى ف1 لهذه الدراسة على: " هناك ممارسة عملية لثقافة الشراكة في الشركات المدروسة بالمسيلة "، وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T test) للعينة الواحدة، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (13): نتائج اختبار T للأبعاد الجزئية المكونة لمحور ثقافة الشراكة

المتوسط الفرضي 9				الفرق بين متوسط الأفراد والمتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي للأفراد	حجم العينة	أبعاد محور ثقافة الشراكة
القرار	مستوى الدلالة	درجة الحرية	t					
دالة عند 0.05	0.00	55	3.890	1.5351	2.953	10.53	56	البعد(1): ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل
دالة عند 0.05	0.00	55	8.656	2.392	2.068	11.39	56	البعد(2): ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية
دالة عند 0.05	0.00	55	10.769	3.250	2.258	12.25	56	البعد(3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات
دالة عند 0.05	0.00	55	8.448	2.607	2.309	11.60	56	البعد(4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة
دالة عند 0.05	0.00	55	9.172	2.857	2.331	11.85	56	البعد(5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة
دالة عند 0.05	0.00	55	10.319	3.339	2.421	12.33	56	البعد(6): ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (13) يلاحظ أن المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة على بعد ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل بلغ 10.53، أما المتوسط الحسابي لبعد ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية فقد قدر بـ 11.39، في حين قدر المتوسط الحسابي لبعد ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات 12.25، أما المتوسط الحسابي لبعد ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة فقد قدر بـ 11.60، وقد قدر المتوسط الحسابي لبعد ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة 11.85، في حين قدر المتوسط الحسابي لبعد ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين 12.33، وهي كلها أكبر من المتوسط الفرضي المقدر بـ 9 بناء عليه فإن هناك ممارسة شمولية لثقافة الشراكة في الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيم "T" بالنسبة للعينة الواحدة التي بلغت على التوالي (3.89-8.65-10.76-10.31-9.17-8.44-10.31) وهي قيمة موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ).

الجدول رقم (14) اختبار (T test) الإجمالي لمحور ثقافة الشراكة

المتوسط الفرضي 54				الفرق بين متوسط الأفراد والمتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي للأفراد	حجم العينة	بيان المحور
القرار	مستوى الدلالة	درجة الحرية	T					
دال عند 0.05	0.00	55	12.69	15.98	9.42	69.98	56	ثقافة الشراكة

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (14) يلاحظ وبناء على المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة على محور ثقافة الشراكة والذي بلغ 69.98 أنه أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 54 بناء عليه فإن هناك ممارسة شمولية لثقافة الشراكة في الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيمة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة التي بلغت قيمتها 12.69 وهي قيمة موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ )، ومنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة بـ " هناك ممارسة شمولية لثقافة الشراكة في الشركات المدروسة بالمسيلة "، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

### ثانياً: نتائج اختبار الفرضية الثانية ف2

نصت الفرضية الثانية ف2 لهذه الدراسة على: " هناك نمو فعلي في المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة "، وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T test) للعينة الواحدة، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (15): نتائج اختبار T للأبعاد الجزئية المكونة لمحور نمو المشاريع الناشئة

المتوسط الفرضي 12				الفرق بين متوسط الأفراد والمتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي للأفراد	حجم العينة	أبعاد محور نمو المشاريع الناشئة
القرار	مستوى الدلالة	درجة الحرية	t					
دالة عند 0.05	0.00	55	9.332	3.035	2.434	15.03	56	البعد (1): نمو رأس المال
دالة عند 0.05	0.00	55	8.223	3.071	2.795	15.07	56	البعد (2): نمو رقم الأعمال
دالة عند 0.05	0.00	55	6.714	2.321	2.587	14.32	56	البعد (3): نمو حجم النشاط (الإنتاج/التسليم/التموين)
دالة عند 0.05	0.00	55	7.911	2.803	2.652	14.80	56	البعد (4): نمو العوائد والأرباح والوفورات

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (15) يلاحظ أن المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة على بعد نمو رأس المال بلغ 15.03 أما المتوسط الحسابي لبعد نمو رقم الأعمال فقد قدر بـ 15.07، في حين قدر المتوسط الحسابي لبعد نمو حجم النشاط (الإنتاج/التسليم/التموين) 14.32، أما المتوسط الحسابي لبعد نمو العوائد والأرباح والوفرات فقد قدر بـ 14.80، وجميع المتوسطات السابقة أكبر من المتوسط الفرضي المقدر بـ 12 بناء عليه فإن هناك نمو في المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيم "ت" بالنسبة للعينة الواحدة التي بلغت على التوالي (9.33-8.22-6.71-7.91) وهي قيمة موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ).

الجدول رقم (16) اختبار (T test) الإجمالي لمحور نمو المشاريع الناشئة

المتوسط الفرضي 48				الفرق بين متوسط الأفراد والمتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي للأفراد	حجم العينة	بيان المحور
القرار	مستوى الدلالة	درجة الحرية	T					
دال عند 0.05	0.00	55	9.65	11.23	8.71	59.23	56	نمو المشاريع الناشئة

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (16) يلاحظ وبناء على المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة على محور نمو المشاريع الناشئة والذي بلغ 59.23 أنه أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 48 بناء عليه فإن هناك نمو في المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيمة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة التي بلغت قيمتها 9.65 وهي قيمة موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ )، ومنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة بـ "هناك نمو في المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

### الفرع الثاني: اختبار الفرضية الثالثة ف3

نصت الفرضية الثالثة ف3 لهذه الدراسة على: "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة"، وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على معامل الارتباط بيرسون (Pearson)، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (17): مصفوفة الارتباطات الثنائية الجزئية بين أبعاد ثقافة الشراكة وأبعاد نمو المشاريع الناشئة

نمو المشاريع الناشئة				ثقافة الشراكة	
البعد (4): نمو العوائد والأرباح والوفورات	البعد (3): نمو النشاط (الإنتاج/التسليم/التمويل)	البعد (2): نمو رقم الأعمال	البعد (1): نمو رأس المال		
**0.30	**0.49	**0.34	**0.48	معامل الارتباط	البعد (1): فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل
0.04	0.00	0.01	0.00	Sig	
56				N	
**0.46	**0.39	**0.61	**0.66	معامل الارتباط	البعد (2): جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية
0.00	0.00	0.00	0.00	Sig	
56				N	
*0.33	**0.35	**0.44	**0.37	معامل الارتباط	البعد (3): التعاقد لإدماج التكنولوجيات
0.012	0.00	0.00	0.00	Sig	
56				N	
**0.48	**0.50	**0.42	*0.29	معامل الارتباط	البعد (4): التعاقد في مجال الخدمات المساعدة
0.00	0.00	0.00	0.03	Sig	
56				N	
**0.61	**0.37	**0.66	**0.60	معامل الارتباط	البعد (5): استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة
0.00	0.00	0.00	0.00	Sig	
56				N	
**0.46	**0.35	**0.48	**0.49	معامل الارتباط	البعد (6): مناوبات الإمداد من الموردين
0.00	0.00	0.00	0.00	Sig	
56				N	

\*\* : La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

\* : La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

يلاحظ من خلال الجدول رقم (17) أن معامل الارتباط بيرسون بلغ (0.48) بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو رأس المال، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو رقم الأعمال (0.34)، أما قيمة معامل بيرسون بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو النشاط فقد قدرت بـ (0.49)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو العوائد والأرباح والوفورات (0.30).

أما معامل الارتباط بيرسون بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو رأس المال فقد بلغ (0.66)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو رقم الأعمال (0.61)، أما قيمة معامل بيرسون بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو النشاط فقد قدرت بـ (0.39)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو العوائد والأرباح والوفرات (0.46).

فيحين معامل الارتباط بيرسون بين ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات ونمو رأس المال بلغ (0.37)، وبلغ معامل بيرسون بين ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات ونمو رقم الأعمال (0.44)، أما قيمة معامل بيرسون بين ثقافة جلب ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات ونمو النشاط فقد قدرت بـ (0.35)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات ونمو العوائد والأرباح والوفرات (0.33).

أما معامل الارتباط بيرسون بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو رأس المال فقد قدر بـ (0.29)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو رقم الأعمال (0.42)، أما قيمة معامل بيرسون بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو النشاط فقد قدرت بـ (0.50)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو العوائد والأرباح والوفرات (0.48).

فيحين معامل الارتباط بيرسون بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو رأس المال بلغ (0.60)، وبلغ معامل بيرسون بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو رقم الأعمال (0.66)، أما قيمة معامل بيرسون بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو النشاط فقد قدرت بـ (0.37)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو العوائد والأرباح والوفرات (0.61).

أما معامل الارتباط بيرسون بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو رأس المال فقد بلغ (0.49)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو رقم الأعمال (0.48)، أما قيمة معامل بيرسون بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو النشاط فقد قدرت بـ (0.35)، في حين بلغ معامل بيرسون بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو العوائد والأرباح والوفرات (0.46).

كما أن نتيجة جميع معاملات الارتباط السابقة جاءت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0,05$ )، ومنه نتوصل إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة.

الجدول رقم (18): الارتباط الإجمالي بين ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة في الشركات المدروسة بالمسيلة

بيان المحور	نمو المشاريع الناشئة
معامل الارتباط (Pearson)	0.77**
مستوى الدلالة	0.00
حجم العينة	56
القرار: الارتباط دال عند ( $\alpha=0,01$ )	

\*\* :La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (18) يلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون بلغ (0.77\*\*) بين ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة وهي قيمة موجبة ومرتفعة، وهذا يعني أن الارتباط بينهما ارتباط طردي، أي أنه كلما ارتفعت درجات ثقافة الشراكة كلما ارتفعت معها درجات نمو المشاريع الناشئة والعكس صحيح، كما أن نتيجة هذا الارتباط جاءت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0,00$ )، ومنه نستطيع القول بأنه لا يمكن قبول الفرض الصفري الذي ينفي وجود العلاقة، وبالتالي نتوصل إلى قبول فرضية الدراسة القائلة بـ "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

#### الفرع الثالث: اختبار الفرضية الرابعة ف4

لقد نصت الفرضية الرابعة ف4 لهذه الدراسة على أن هناك أثر (ذو دلالة إحصائية) لممارسات ثقافة الشراكة على نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة"، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على قياسات واختبارات الانحدار المتعدد، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (19): نتائج الانحدار المتعدد بين ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة

المتغير التابع	المتغيرات المفسرة (المنبئة)					
	ثقافة الشراكة	R	R <sup>2</sup>	قيمة F	دلالة F	بيتا
نمو المشاريع الناشئة	البعد(1): فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل	0.79	0.63	14.36	0.00	0.160
	البعد(2): جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية					0.860
	البعد(3): التعاقد لإدماج التكنولوجيات					0.494
	البعد(4): التعاقد في مجال الخدمات المساعدة					0.937
	البعد(5): استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة					1.280
	البعد(6): مناوبات الإمداد من الموردين					0.488
						دلالة t
						قيمة t
						دلالة t

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (19)، تظهر النتائج أن نموذج الانحدار معنوي، وذلك من خلال قيمة (F) البالغة (14.36) بدلالة (0.00) أصغر من مستوى المعنوية (0.01)، وتفسر النتائج أن المتغيرات المفسرة تفسر حوالي (63%) من التباين الحاصل في نمو المشاريع الناشئة وذلك بالنظر إلى معامل التحديد (R2). كما يمكن كتابة معادلة الانحدار كالتالي:

نمو المشاريع الناشئة (المتوقعة) =  $9.61 + 0.16 * \text{فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل} + 0.86 * \text{جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية} + 0.49 * \text{التعاقد لإدماج التكنولوجيات} + 0.93 * \text{التعاقد في مجال الخدمات المساعدة} + 1.28 * \text{استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة} + 0.48 * \text{مناوبات الإمداد من الموردين} - \text{خطأ التنبؤ } (e_i)$ .

#### أولاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(1.4)

تنص الفرضية الفرعية ف(1.4) لهذه الدراسة الميدانية على أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة، وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على الانحدار البسيط، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

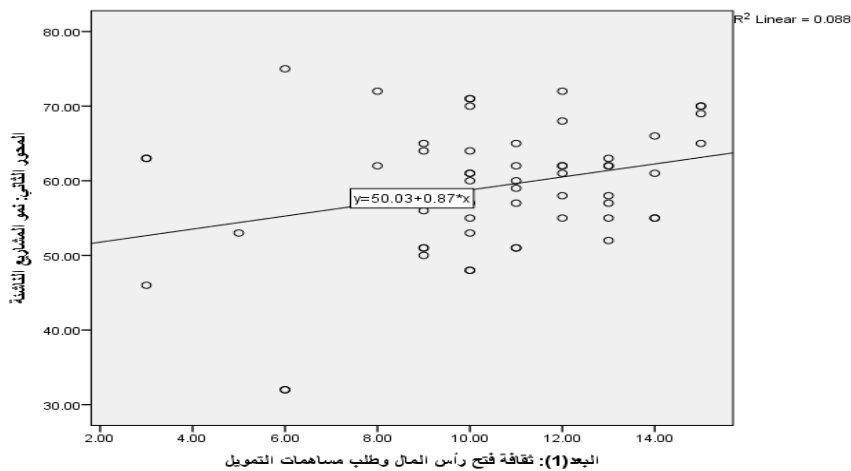
الجدول رقم (20): الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو

#### المشاريع الناشئة

البيان	نمو المشاريع الناشئة	قيمة F	مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	نوع الارتباط
ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل	RSquar0.08 R 0.29	5.18	0.02	2.27	0.02	معنوي

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (6): منحني الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل ونمو المشاريع الناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول رقم (20) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين ثقافة فتح رأس المال مع طلب مساهمات التمويل ونمو المشاريع الناشئة بلغت (0.29)، وهي قيمة موجبة وطردية، أي انه كلما ارتفعت درجات ممارسة ثقافة فتح رأس المال مع طلب مساهمات التمويل ارتفعت معها درجات نمو المشاريع الناشئة، في حين بلغت قيمة (R Square): 0.08، أي أن ثقافة فتح رأس المال مع طلب مساهمات التمويل تفسر حوالي 0.8 بالمائة من التباين في نمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروس بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيمة (F) حيث بلغت (5.18)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن الانحدار معنوي.

#### ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية ف(2.4)

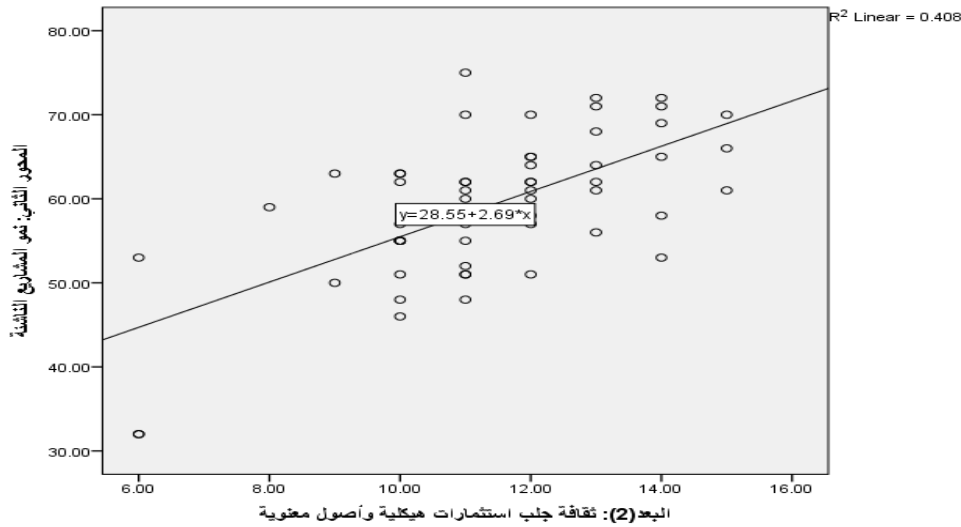
نصت الفرضية الفرعية ف(2.4) لهذه الدراسة على أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة، ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على الانحدار البسيط، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (21): الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو المشاريع الناشئة

نوع الارتباط	مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة F	نمو المشاريع الناشئة	بيان الانحدار الخطي
معنوي	0.00	6.10	0.00	37.28	RSquar0.40 R 0.63	ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (7): منحني الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ونمو المشاريع الناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (21) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين ثقافة جلب استثمارات هيكلية مع أصول معنوية ونمو المشاريع الناشئة بلغت (0.63)، وهي قيمة موجبة وطردية، أي أنه كلما ارتفعت درجات ممارسة ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية ارتفعت معها درجات ونمو المشاريع الناشئة، في حين بلغت قيمة (R Square) 0.40، أي أن ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية تفسر حوالي 40 بالمائة من التباين في نمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيمة (F) حيث بلغت (37.28)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن الانحدار معنوي.

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(3.4)

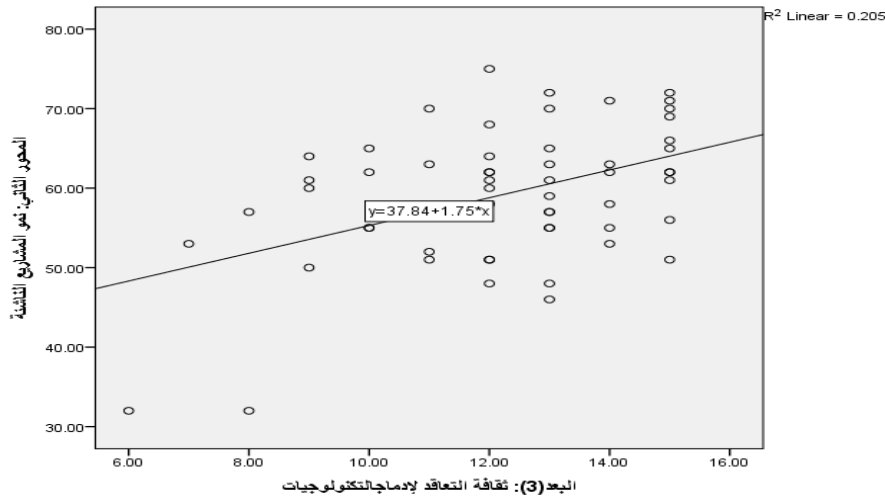
نصت الفرضية الفرعية ف(3.4) لهذه الدراسة على أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة"، وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على الانحدار البسيط، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (22): الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا ونمو المشاريع الناشئة

نوع الارتباط	مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة F	نمو المشاريع الناشئة	بيان الانحدار الخطي
معنوي	0.00	3.72	0.00	13.88	RSquar0.20 R 0.45	ثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (8): منحني الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا ونمو المشاريع الناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (22) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا ونمو المشاريع الناشئة بلغت (0.45) وهي قيمة موجبة وطردية، أي انه كلما ارتفعت درجات ممارسة ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا ارتفعت معها درجات نمو المشاريع الناشئة، في حين بلغت قيمة (R Square) 0.20 أي أن ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا تفسر حوالي 20 بالمائة من التباين في نمو المشاريع الناشئة لدى في الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيمة (F) حيث بلغت (13.88) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن الانحدار معنوي.

#### رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(4.4)

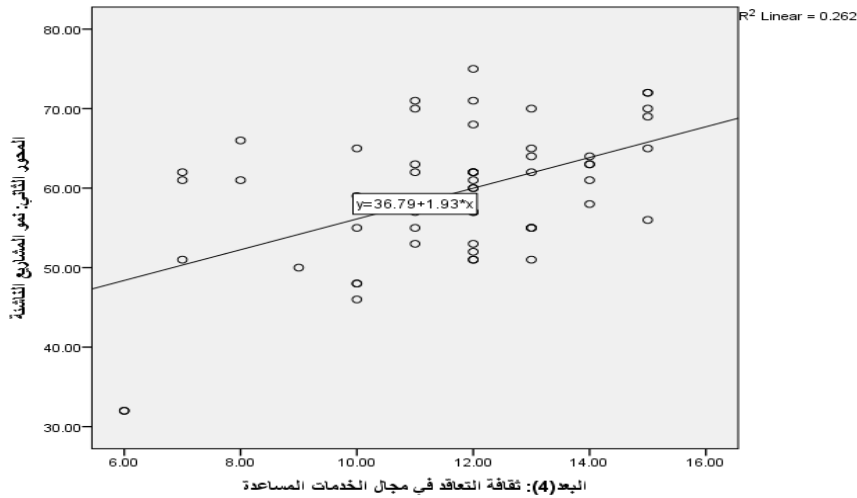
نصت الفرضية الفرعية ف(4.4) لهذه الدراسة على أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة على نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة، ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على الانحدار البسيط، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (23): الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو المشاريع الناشئة

نوع الارتباط	مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة F	نمو المشاريع الناشئة	بيان الانحدار الخطي
معنوي	0.02	4.38	0.00	19.19	RSquar0.26 R 0.51	ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (9): منحى الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو المشاريع الناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول رقم (23) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ونمو المشاريع الناشئة بلغت (0.51)، وهي قيمة موجبة وطردية، أي أنه كلما ارتفعت درجات ممارسة ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة ارتفعت معها درجات نمو المشاريع الناشئة للشركات المدروسة، في حين بلغت قيمة (R Square) 0.26، أي أن ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة تفسر حوالي 26 بالمائة من التباين في نمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيمة (F) حيث بلغت (19.19) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن الانحدار معنوي.

خامسا: اختبار الفرضية الفرعية ف(5.4)

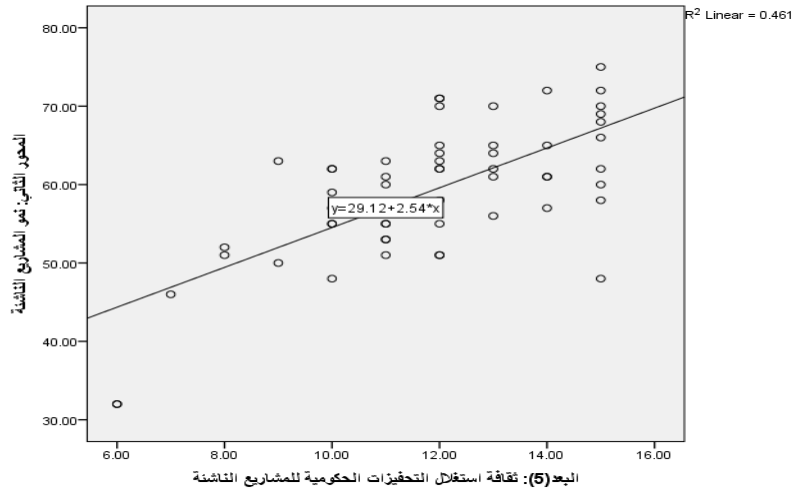
نصت الفرضية الفرعية ف(5.4) لهذه الدراسة على أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة على نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة، وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على الانحدار البسيط، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (24): الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو المشاريع الناشئة

نوع الارتباط	مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة F	نمو المشاريع الناشئة	بيان الانحدار الخطي
معنوي	0.00	6.79	0.00	46.18	RSquar0.46 R 0.67	ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (10): منحني الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو المشاريع الناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (24) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين ممارسة ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ونمو المشاريع الناشئة بلغت (0.67)، وهي قيمة موجبة وطردية، أي انه كلما ارتفعت درجات ممارسة ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة ارتفعت معها درجات نمو المشاريع الناشئة، في حين بلغت قيمة (R Square) 0.46، أي أن ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة تفسر حوالي 46 بالمائة من التباين في نمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة، وهذا ما أكدته قيمة (F) حيث بلغت (46.18)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن الانحدار معنوي.

سادسا: اختبار الفرضية الفرعية ف(6.4)

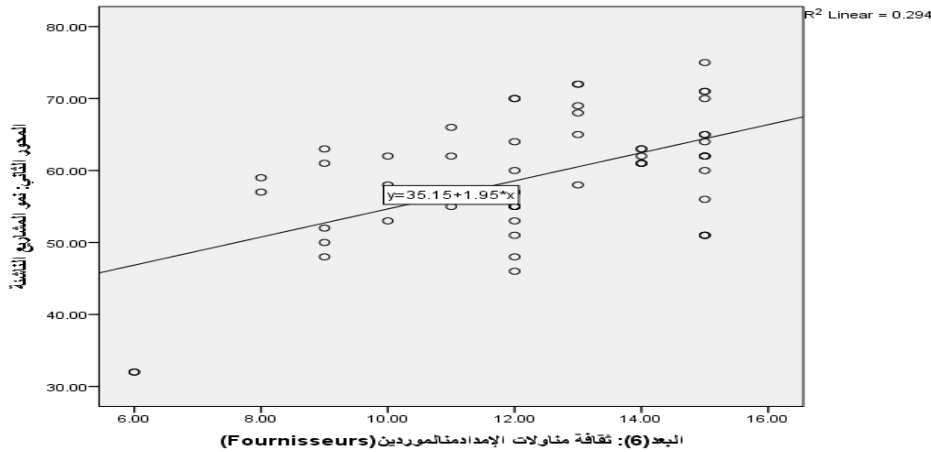
تنص الفرضية الفرعية ف(6.4) لهذه الدراسة على أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة مناوبات الإمداد من الموردين على نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة، وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على الانحدار البسيط، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (25): الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو المشاريع الناشئة

نوع الارتباط	مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة F	نمو المشاريع الناشئة	بيان الانحدار الخطي
معنوي	0.02	4.74	0.00	22.48	RSquar0.29 R 0.54	ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (11): منحني الانحدار الخطي البسيط بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو المشاريع الناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول رقم (25) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ونمو المشاريع الناشئة بلغت (0.54)، وهي قيمة موجبة وطردية، أي أنه كلما ارتفعت درجات ممارسة ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين ارتفعت معها درجات نمو المشاريع الناشئة، في حين بلغت قيمة (R Square) 0.29، أي أن ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين تفسر حوالي 29 بالمائة من التباين في نمو المشاريع الناشئة لدى الشركات الناشئة، وهذا ما أكدته قيمة (F)، حيث بلغت (22.48)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن الانحدار معنوي.

#### الفرع الرابع: اختبار الفرضية الخامسة ف5 والسادسة ف6

نصت الفرضية الخامسة ف5 لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(1.5)

نصت الفرضية الفرعية ف(1.5) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير الجنس، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار (T test) للعينتين، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (26): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية جنس المستجوب

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "T"	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	خاصية: جنس المستجوب
غير دالة عند	0.33	-0.97	54	10.26	69.37	45	ذكر
0.05				4.00	72.45	11	أنثى

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول السابق أن متوسط آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة لدى الذكور بلغ قيمة (58.15) بانحراف معياري (9.82) وهو أدنى من متوسط الإناث البالغ (59.33) بانحراف (6.26)، وبالنظر إلى قيمة اختبار الفروق (T test) والتي بلغت (-0.43) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ )، ومنه نستطيع القول بأنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

### ثانياً: اختبار الفرضية الفرعية ف(2.5)

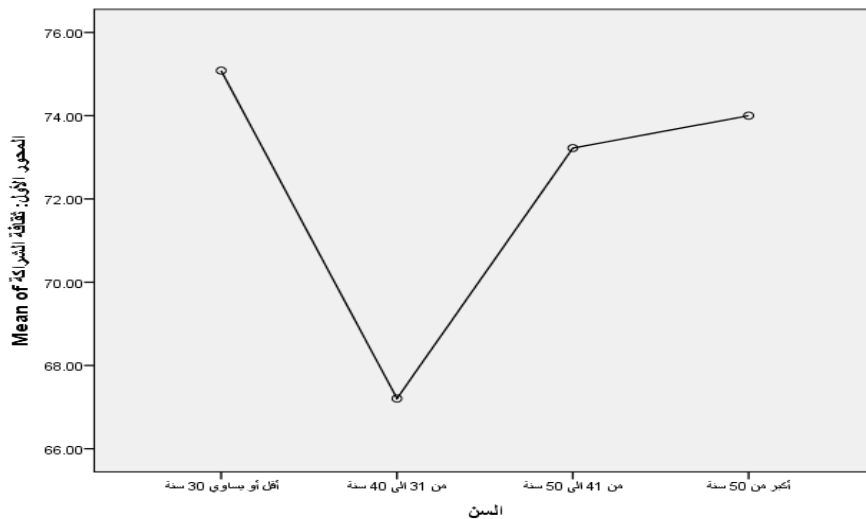
نصت الفرضية الفرعية ف(2.5) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير الفئة العمرية، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (27): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الفئة العمرية

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	خاصية: الفئة العمرية
غير دال عند 0.05	0.057	2.01	228.317	3	684.951	بين المجموعات	ثقافة الشراكة
			80.770	52	4200.031	داخل المجموعات	
			//	55	4884.982	الكلية	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (12): منحنى نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الفئة العمرية



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (2.01) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور ممارسات ثقافة الشراكة، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0,05$ )، وبالتالي تم قبول فرضية الدراسة القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير الفئة العمرية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

### ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(3.5)

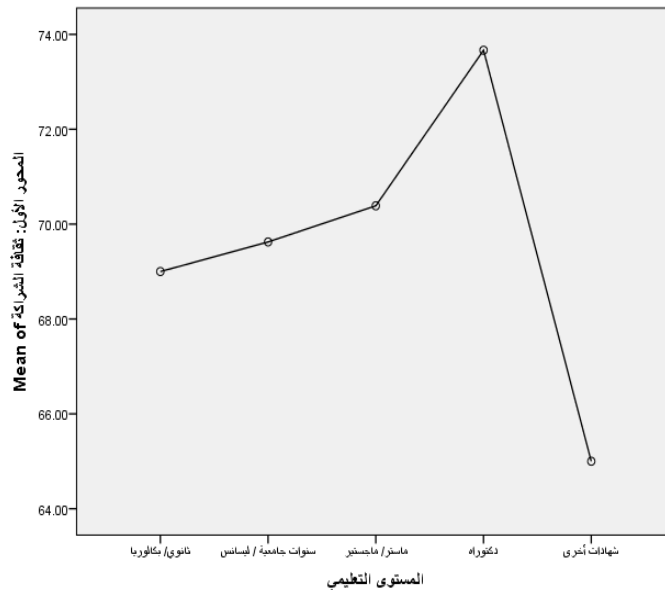
نصت الفرضية الفرعية ف(3.5) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (28): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية المستوى التعليمي

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	خاصية: المستوى التعليمي
غير دال عند 0.05	0.85	0.33	31.303	4	125.211	بين المجموعات	ثقافة الشراكة
			93.329	51	4759.772	داخل المجموعات	
			//	55	4884.982	الكلي	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (13): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول رقم (28) يلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (0.33) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور ممارسات ثقافة الشراكة، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0,05$ )، وبالتالي تم قبول فرضية الدراسة القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

#### رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(4.5)

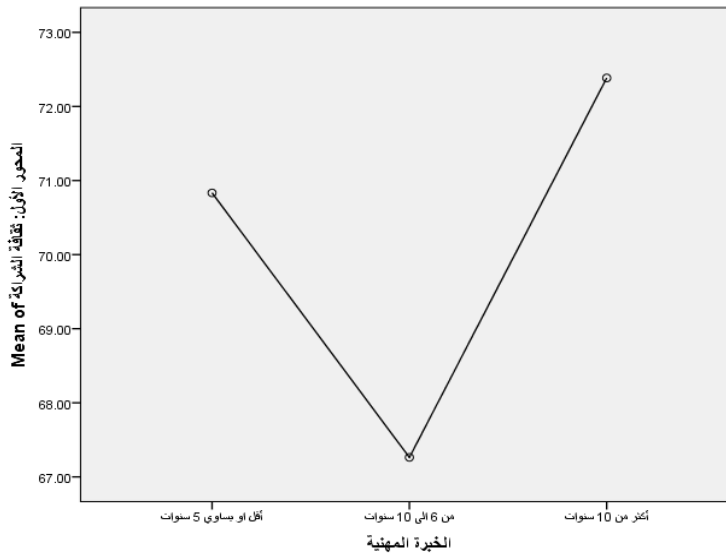
نصت الفرضية الفرعية ف(4.5) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير الخبرة المهنية، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (29): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الخبرة المهنية

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	خاصية: الخبرة المهنية
غير دال عند 0.05	0.27	1.32	116.444	2	232.888	بين المجموعات	ثقافة الشراكة
			87.775	53	4652.094	داخل المجموعات	
			//	55	4884.982	الكلي	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (14): منحني نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول ثقافة الشراكة حسب خاصية الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول رقم (29) نلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (1.32) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور ممارسات ثقافة الشراكة، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0,05$ )، وبالتالي تم قبول فرضية الدراسة القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير الخبرة المهنية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

نصت الفرضية السادسة ف6 لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.

#### أولاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(1.6)

نصت الفرضية الفرعية ف(1.6) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير الجنس، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار (T test) للعينتين، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (30): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية جنس المستجوب

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "T"	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	خاصية: جنس المستجوب
غير دالة عند	0.55	-0.59	52	9.19	58.88	45	ذكر
50.0				6.59	60.63	11	أنثى

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول السابق أن متوسط آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة لدى الذكور بلغ قيمة (58.15) بانحراف معياري (9.82) وهو أدنى من متوسط الإناث البالغ (59.33) بانحراف (6.26)، وبالنظر إلى قيمة اختبار الفروق (T test) والتي بلغت (-0.43) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ )، ومنه نستطيع القول بأنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير الجنس" ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

**ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية ف(2.6)**

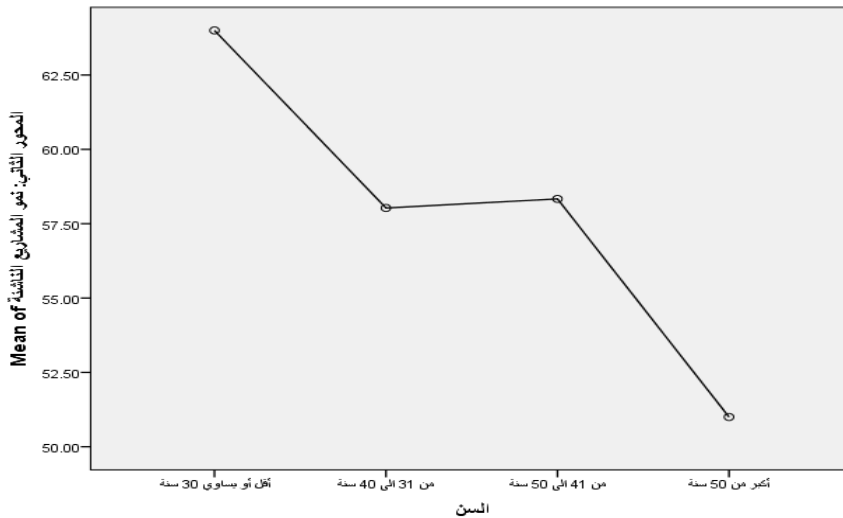
نصت الفرضية الفرعية ف(2.6) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير الفئة العمرية، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (31): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الفئة العمرية

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	خاصية: الفئة العمرية
غير دال عند 0.05	0.15	1.81	132.337	3	397.012	بين المجموعات	نمو المشاريع الناشئة
			72.749	52	3782.971	داخل المجموعات	
			//	55	4179.982	الكلي	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (15): منحني نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الفئة العمرية



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (31) نلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (1.81) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور نمو المشاريع الناشئة، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0,05$ )، وبالتالي تم قبول فرضية الدراسة القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير الفئة العمرية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

### ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(3.6)

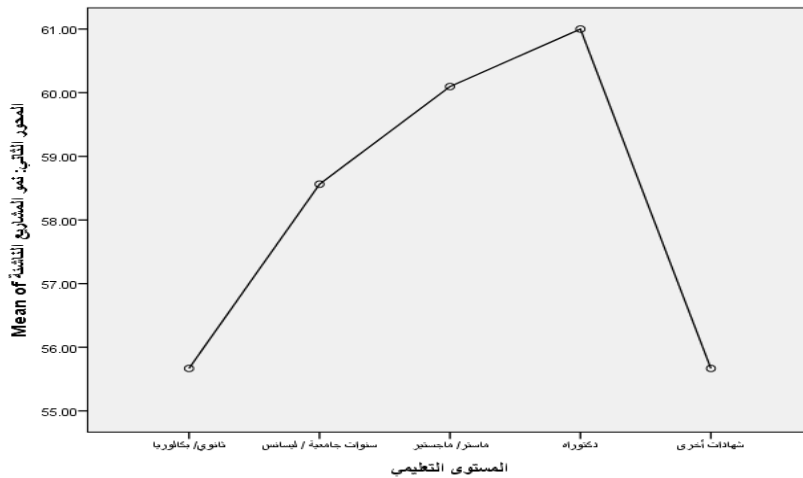
نصت الفرضية الفرعية ف(3.6) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (32): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية المستوى التعليمي

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	خاصية: المستوى التعليمي
غير دال عند 0.05	0.83	0.36	29.000	4	116.002	بين المجموعات	نمو المشاريع الناشئة
			79.686	51	4063.981	داخل المجموعات	
			//	55	4179.982	الكلي	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (16): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (32) نلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (0.36) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور نمو المشاريع الناشئة، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0,05$ )، وبالتالي تم قبول فرضية الدراسة القائلة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية ف(4.6)

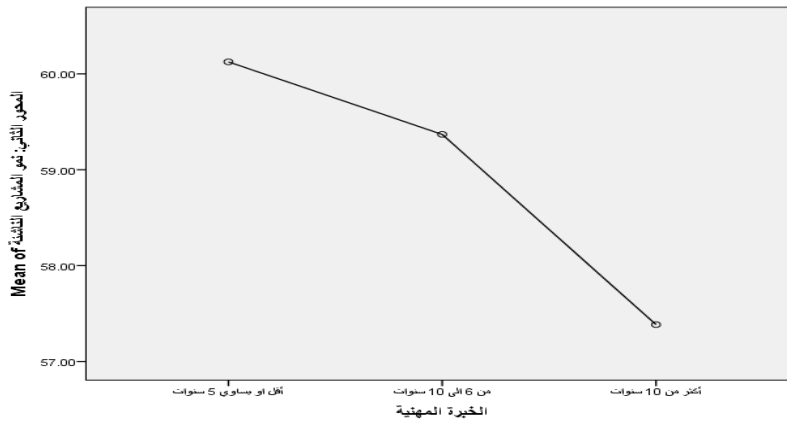
نصت الفرضية الفرعية ف(4.6) لهذه الدراسة على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغير الخبرة المهنية، وللتأكد من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم (33): نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الخبرة المهنية

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	خاصية: الخبرة المهنية
غير دال عند 0.05	0.66	0.41	31.930	2	63.859	بين المجموعات	نمو المشاريع الناشئة
			77.663	53	4116.123	داخل المجموعات	
			//	55	4179.982	الكلية	

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (17): منحني نتائج اختبار الفروق في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة حسب خاصية الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول رقم (33) يلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (0.41) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور نمو المشاريع الناشئة، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0,05)، وبالتالي تم قبول فرضية الدراسة القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لبيانات متغير الخبرة المهنية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

## خلاصة الفصل

بعد نهاية كتابة تقرير الفصل التطبيقي المعني بحوثيات الدراسة الميدانية التي أجريت على مجموعة من الشركات (الريادية صاحبة المشاريع الناشئة) الناشطة بولاية المسيلة، تم استخلاص عدد من النقاط حول الإجابة على إشكالية الدراسة وفق النموذج المسطر، تمثلت أهمها فيما يلي:

1. هناك ممارسة عملية لثقافة الشراكة في مجموعة الشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور، والذي قيمته (69.98)، بالإضافة إلى قيمة اختبار T التي بلغت (12.69)، هذا مع وجود دلالة إحصائية، بقيمة معنوية Sig (0.00) والتي هي أقل من (0.05).

2. هناك نمو في المشاريع الناشئة لدى مجموعة الشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور، والذي قيمته (59.23)، بالإضافة إلى قيمة اختبار T التي بلغت (9.65)، هذا مع وجود دلالة إحصائية، بقيمة معنوية Sig (0.00) والتي هي أقل من (0.05).

3. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة لدى الشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل (Pearson) (0.77) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.01).

4. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لممارسات ثقافة الشراكة على نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) (0.63) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.01).

5. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل (R Square) (0.08) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.02) التي هي أقل من (0.05).

6. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل (R Square) (0.40) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.05).

7. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة التعاقد الإدماجي للتكنولوجيا في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل (R Square) (0.20) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.05).

8. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة على نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل (R Square) (0.26) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.05).

9. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة استغلال التحفيز الحكومية في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل (R Square) (0.46) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.05).

10. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة مناوبات الإمداد من الموردين في نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة. والدليل في ذلك هو: قيمة معامل (R Square) (0.29) ووجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.05).

11. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.

12. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.

خاتمة

## خاتمة

لقد أتاحت هذه الدراسة فرصة التعرف على جملة من المفاهيم والأطر الرئيسية التي يمكن الاتفاق عليها حول موضوع المؤسسات صاحبة المشاريع الناشئة وثقافتها في مجال العمل بالشراكة مع أطراف آخرين، وكذلك انعكاسات هذه الشراكات على مستقبل الاستثمارات في المشاريع الناشئة. ففي الجانب النظري كانت هناك محاولة للتوفيق بين أشكال التعاون والشركات المحتملة والمشاريع الابتكارية ونموها والعلاقة التي تجمع بينهما، أما في الجانب التطبيقي ففيه تم تنفيذ عدة اختبارات إحصائية لتحديد مدى صحة الفرضيات المقترحة، ولعل هذا ما سعين على إيجاد الفوارق الحاصلة بين ما هو منظر وما هو واقع في تجربة مجموعة الشركات المدروسة بمنطقة المسيلة، خاصة في ظل التحفيز التي أدخلتها الدولة الجزائرية في قوانين التمويل والأعمال والتجارة بالنسبة للمؤسسات الناشئة، ومطالبة هذه الأخيرة بمواكبة التطورات التكنولوجية والاقتصادية العالمية.

وبعد تحليل ومناقشة موضوع التبنّي العملي لثقافة الشراكة ودورها في نمو المشاريع الناشئة، يمكن استنتاج أن ثقافة التعاقد في مجالات التمويل والتسويق والإنتاج والإمداد والتكنولوجيا والبيع.. الخ مع شركاء آخرين سيشكل عاملا من العوامل المهمة التي تزيد في نمو حجم أعمال المشاريع الناشئة، فالشراكة هنا تعتبر مبادرة للتعاون المثمر في تنفيذ خطة الأعمال المبتكرة، هذه الأعمال التي تساهم في تعزيز وزيادة فرص النجاح في حل مشكلات حالية في قطاع تجاري ما أو فرع من الفروع الصناعية، وبالتالي تعد ثقافة الشراكة من ناحية التنظيم والعلاقة مع محيط الأعمال (الدولة، الموردون، الزبائن والمساهمين) دافع يسهل الحلول العملية ويخفض مخاطر تطوير المنتجات المبتكرة في المشاريع الناشئة، وكذلك يساعد على فهم توجهات الزبائن وتقديم الحلول المناسبة لها، ويساهم في توسيع نطاق العمل والاستحواد على المزيد من الدعم من لتطوير وتنمية المشاريع المبتكرة في الاقتصاديات التي تشبه اقتصاد الجزائر.

## 1- التذكير بإشكالية الدراسة:

ما مدى ممارسة ثقافة الشراكة في مشاريع الأعمال الناشئة لدى عينة شركات المدروسة بالمسيلة؟ وهل لهذه الممارسات دور في نمو هذه المشاريع الناشئة؟

## 2- نتائج الدراسة النظرية:

من خلال النقاط التي تطرق إليها الشق النظري في هذه الدراسة الحالية تم التوصل لعدة نتائج نظرية، يمكن سرد أبرزها فيما يلي:

- ✓ تعد المؤسسات الناشئة تنظيمات أعمال حديثة النشأة أو متجددة قابلة للنمو في قطاع ما، ترغب في تطبيق أعمال جديدة مبتكرة، قد تكون حلا من الحلول الحديثة لمشكلة تجارية ما بإنتاج وبيع سلع وخدمات جديدة.
- ✓ ثقافة الشراكة تمتد إلى الاتفاق مع الشركاء الآخرين في مجالات عدة مثل: فتح رأس المال، وطلب المساهمات والهياكل، ورخص الأصول المعنوية، الإدماج التكنولوجي، تسهيل المناولات والإمدادات، الحصول على خدمات مساعدة، استغلال التحفيز الحكومية... الخ.

- ✓ ممارسات ثقافة الشراكة تعد جزء فعال في نمو المشاريع الناشئة، من حيث قيمة رؤوس الأموال، وحجم رقم الأعمال، وحجم نشاطات التمويل والإنتاج والبيع... الخ، ومعدل الأرباح والعوائد.
- ✓ ثقافة الشراكة تقلل من المخاطر والعراقيل التي تعترض مسار إطلاق ونمو أعمال المشاريع الناشئة.
- ✓ المشاريع الابتكارية الناشئة تعتمد على زيادة الإبداع في مجالات التكنولوجيا الإنتاجية والبيعية والخدمات.
- ✓ الشراكة تتيح فرص التعاون وخلق علاقات لتطوير المشاريع الناشئة.
- ✓ توفير الموارد المالية والتكنولوجية والأصول الاستثمارية وقنوات التوزيع مهم لدعم مقتضيات توسعة أعمال المشاريع الابتكارية الناشئة.

### 3- نتائج الدراسة التطبيقية:

- بالاعتماد على التحليل الإحصائي لبيانات إجابة عينة الإطارات المستجوبين في مجموعة الشركات صاحبة المشاريع الناشئة المدروسة بمنطقة المسيلة، ومن أجل البت في صحة فرضيات الدراسة، بيّنت الكشوف المفصلة للمعالم والدلالات الإحصائية للاختبارات المختلفة مجموعة النتائج الآتية:
- ✓ تم إثبات الفرضية ف1، فهناك ممارسة عملية لبعض مظاهر ثقافة الشراكة في مجال تنفيذ المشاريع الابتكارية الناشئة لدى عينة الشركات المدروسة بمنطقة المسيلة. والدليل في ذلك هو وجود الدلالة الإحصائية، قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.05).
  - ✓ تم إثبات الفرضية ف2، فهناك فعلا نوع من النمو في المشاريع الناشئة لدى مجموعة الشركات المدروسة بمنطقة المسيلة. والدليل في ذلك هو وجود الدلالة الإحصائية، قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.05).
  - ✓ تم إثبات الفرضية ف3، أي بالفعل هناك علاقة (ذات دلالة إحصائية) بين ثقافة الشراكة ونمو المشاريع الناشئة لدى مجموعة الشركات المدروسة بمنطقة المسيلة. والدليل في ذلك هو: وجود الدلالة الإحصائية، أي قيمة Sig (0.00) التي هي أقل من (0.01).
  - ✓ تم إثبات الفرضية ف4، فحقيقة هناك اثر (ذو دلالة إحصائية) لثقافة الشراكة في زيادة نمو المشاريع الناشئة لدى مجموعة الشركات المدروسة بمنطقة المسيلة. والدليل في ذلك هو: ظهور الدلالة الإحصائية، بقيمة احتمالية ل: Sig (0.00) والتي هي أقل من الخطأ (0.01).
- ومنه يمكن الاستنتاج أن ممارسات ثقافة الشراكة لها دور مهم في نمو المشاريع الناشئة. كما أن هذه النتائج المتوصل لها بينت أن لا توجد فروق في الآراء حول طرفي هذه العلاقة، فقد تم إثبات أنه:
- ✓ لا توجد فروق (ذات إحصائية) في آراء المستجوبين حول ممارسات ثقافة الشراكة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.
  - ✓ لا توجد فروق (ذات إحصائية) في آراء المستجوبين حول نمو المشاريع الناشئة بالشركات المدروسة بالمسيلة تعزى لمتغيرات الخصائص الشخصية.

## 4- توصيات ومقترحات الدراسة:

في ظل المستخلصات النظرية والنتائج التطبيقية، التي تم الوصول إليها خلال الإجابة على إشكالية هذا البحث، يمكن تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات، إن صح التعبير، لمجموعة الشركات التي شاركت في هذه الدراسة الميدانية، وذلك فيما يلي:

- ✓ السعي المستمر للاستفادة من الامتيازات القانونية والمالية والهيكلية والعقارية والتعاقدية التي تتيحها برامج الحكومة الجزائرية في سبيل توسعة المشاريع الناشئة في الاقتصاد الجزائري.
- ✓ البحث عن فرص الحصول على شركاء خواص يمنحون قطع الأراضي والموارد المالية لمشاركة أصحاب المشاريع الناشئة وضرورة تدعيمها باللوازم الأساسية.
- ✓ محاولة استغلال آليات الشمول المالي من قبل البنوك والمؤسسات المالية لتنوع شراكات التمويل.
- ✓ طلب رخص براءات الاختراع الأقل تكلفة من أصحاب الشهادات والمعاهد التكنولوجية المحلية (الجزائر).
- ✓ إنشاء علاقات طويلة الأجل مع الزبائن في إطار برامج الوفاء لمنتج المؤسسة الناشئة.
- ✓ التفكير في تسويق منتجات المشاريع الناشئة خارج حدود الجزائر باتجاه دول الجوار، وذلك باستغلال قنوات التسويق والبيع والتجارة الإلكترونية.
- ✓ توسيع توليفة الشركاء في مجال توريد المواد والتكنولوجيا والمعلومات والخدمات والتأمينات.

## 5- آفاق الدراسة:

- من الممكن في المستقبل إثراء هذا الموضوع بإجراء دراسات أخرى متجددة حول نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر، وتأثره بالتطورات الحاصلة في السنوات القادمة:
- ✓ دور نظم البيع الإلكتروني في توسعة الحصة السوقية للشركات الناشئة في الجزائر.
  - ✓ الشركات الكبرى الأمرة للمناولة ودورها في ترقية أعمال المشاريع الناشئة بالجزائر.
  - ✓ دور نظام الصفقات العمومية في تحفيز نشاط المؤسسات الناشئة بالجزائر.
  - ✓ سوء تسيير العقار الصناعي ودوره في تثبيط نمو الصناعات الناشئة بالجزائر.

...انتهى.

# قائمة المرجع

## المراجع العربية

### أولاً: الكتب

1. إبراهيم محمد سعي بدران ومصطفى سعيد الشيخ، "الإبداع في إنشاء المشاريع الريادية"، ط1، الأردن، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2013.
2. ريتشاردنورمان، "الاتجاهات المعاصرة في إدارة المشاريع"، ترجمة عمر والملاح، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض، 2011.
3. سعيد اوكيل، ريادة الأعمال أو المقاولاتية مقارنة شاملة وحصيلة، ديوان للمطبوعات الجامعية 03، 2017.
4. ماضي محمد توفيق، "إدارة وجدولة المشاريع"، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
5. يوسف كافي، د. مصطفى كافي، "إدارة المشاريع الريادية والحاضنات الأعمال"، الدار الجزائرية، الوراق، الطبعة الأولى، 2020.

### ثانياً: الرسائل الجامعية

1. احمد حد ناظم، اثر الثقافات التأمينية فيالاقتصاد المنخفضة في سوق التامين العراقي، الدبلوم العالي المعادل للماجستير، تخصص دراسات مالية، كلية دجلة الجامعة الأهلية، 2019.
2. بن مسعود الدين، دراسة وتقييم المشاريع الاستثمارية دراسة حالة، شركة الإسمنت بني صاف، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010.
3. بوشارية عبد الرزاق وآخرون، المؤسسات الناشئة، " Startup " كمحفز لإنشاء مؤسسات ابتكارية، ماستر أكاديمي، إدارة أعمال، جامعة حمة لخضر، الوادي، 2022/2021.
4. بوضوار لميس، عائدة واقع تمويل مؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2022/2021.
5. حرمة محمد، إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر أهداف تحديات، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي، تخصص إدارة الأعمال، جامعة احمد دراية، أدرار، 2022-2021.
6. بوهوار بو بعير، واقع تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، سنة 2020 / 2021.
7. غدالي نجاة، دور المؤسسات الناشئة STARTUP في دعم تنافسية المؤسسات الصناعية الجزائرية، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص إدارة إستراتيجية جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2020/2019.
8. قطيب ليندة، فنودو صبرينة، دور حاضنات الأعمال في ترقية وتأهيل المشاريع المبتكرة، مذكر ضمن نيل شهادة ماستر أكاديمي إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة احمد دراية، أدرار، 2022/2021.
9. نجاح يخلف، دور التسويق في كسب ولاء الزبائن، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تسيير تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنضّمات، 2018-2017.

## ثالثا: المجالات والملتقيات العلمية

1. أمين مزياني، واقع الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية-حالة مؤسسات قطاع الصناعة الغذائية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، دراسات اقتصادية.22(2) ، جامعة الجزائر.3.
2. أمينة منال، المؤسسات الناشئة في الجزائريين جهودا لتنظيم وهياكل الدعم، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2021.
3. بن جبهة مريم وآخرون، آليات دعم وتمويل المشاريع الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2020.
4. رابع دارم، محمد بن جبار، دور الابتكار في تفعيل المشاريع المقاولاتية، نماذج مقاولاتية ابتكارية، مجلة الإبداع، المجلد 09 - العدد 01-2019.
5. سرور هويوم، المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، تجربة اليونيدو، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية.
6. سناء عبد الله، جرجان وآخرون، تشخيص مراحل المشاريع الابتكارية في مجال الاتصالات، مداخلة، جامعة جهان، العراق، د.ت.
7. عبد الحكيم بيسار، دور حاضنات الأعمال في مرافقة المشاريع الابتكارية وإنشاء المؤسسة الناشئة، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 6، العدد 02، 2022.
8. عبد الوهاب مخلوفي، إبراهيم بن مختار ضمانات حق المساهم في الإعلام وفي القانون، الجزائري، مجلة البيان للدراسات السابقة، 2015.
9. عبد الوهاب، خلوفي إبراهيم بن مختار، ضمانات حق المساهم في الإعلام في القانون الجزائري مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية.
10. عبير حسن رمضان، داليا محفوظ سويد، ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة، مكتبة الاقتصاد، كلية التجارة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، سوتر الشاطبي، جامعة الإسكندرية، 2019.
11. عدنان مقدم، محاسبة الأصول المعنوية وفق النظام المحاسبي المالي مجلة البديل الاقتصادي، كلية الاقتصاد والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016.
12. على سماء، دور الحاضنات التكنولوجية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد، 07، جامعة المدية، 2010.
13. فاطمة بنت حسن بن سعيد المرفدي اليافعي، العوامل المحددة استثمار في الأصول الثابتة، قسم المحاسبة والتمويل جامعة ظفار، سلطة عمان المجلة العربية للإدارة، 2016.
14. ليتيم ليندة، المؤسسات الناشئة، دراسة في مقومات النجاح، مجلة قضايا، المجلد 2، العدد 2، 2022.
15. مجموعة من الباحثين، إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، الكتاب الجماعي الدولي المحكم كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة جيجل، مارس 2021.

16. مصطفى السيد، رؤية حول العوامل التي تساهم في زيادة الوعي التأميني في العالم العربي، مداخلة بملتقى (دمشق) الخامس، 2010.
17. مير احمد وآخرون، دراسة مدى تأثير برنامج إدارة علاقات الزبائن (CRM) على ولاء الزبائن المحتملين، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، المجلد الثاني، العدد 2، المسيلة، 2018.
18. مير احمد، بركاتي حسين، تأثير برامج كيف الوفاء على ولاء المستهلكين، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، دراسات اقتصادية، 27(2)، جامعة زيان عاشور الجلفة، د.ت.

#### رابعاً: المحاضرات

1. اريا الله محمد، الساسة المالية ودورها في تفعيل الاستثمار حالة الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية، الجامعة المسيلة، 2011.
2. خالد بن سامي محمد حسين، إدارة الجودة الشاملة، الفصل الثامن العلاقات مع الموردون، جامعة الملك عبد العزيز.
3. الهام فخري احمد حسن التسويق بالعلاقات الملتقى العربي الثاني التسويق الوطني العربي الفرص والتحديات الدوحة، 2013.
4. عراب فاطمة، صديقي حضرة، دور الدولة في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر الجديدة، 2021.
5. قدوم لزهري، مطبوعة المحاضرات في مقياس إدارة المشاريع، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2018 / 2019.
6. كريمة شيخ، إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري، جامعة ابي بكر بلقائد، تلمسان، 2010.
7. مليكة جامع، استندار التكنولوجيا في المؤسسات المالية والمؤسسات الناشئة، برلين المانيا، يونيو 2022.

#### المراجع الأجنبية

1. ANKURMITTAL ,6Ways To Raise Capital for You Startup In 2023, JAN 19,2023.
2. Éric Riec, the lean-startup idees, line article sur www-marketing.com, consulte le
3. M,Irfanullah Arfeen and Nawar Khan.public Sector Innovation: case study of e-government .....March 16-18.2010 (winter 2009).
4. M.Irfanullah Arfeen and Nawar Khan. Public Innovation: Case study of e-government projects in Pakistan. ThePakistan perolopnent. Vol.48. N.4.March 16.18.2010.

المواقع الالكترونية

1. [https //Edf. iam.int /Ar/programs](https://Edf.iam.int/Ar/programs)
2. <https://bay anealy aoume.press.ma>
3. <https://www.lawirsider.com/dictionary/innoration-project>.
4. <https://www.entrepreneur.com/en-in/business-news/6-ways-to-raise-capita>.
5. <https://www.iaea.org/ar/newscenter/alwikalat-tutlp-musabagat>
6. <https://www.lawinsisder.com/dictionary/innoration-project>.
7. Université doum-EL-Bouaghi.dz
8. WWW blog.khamasat.com.
9. Mzaki. Journal of services Marketing. University of comb ridge <https://www.ropository.com.ac.uk,PDF-Proof.2019>.

الملاحق

## المحور الأول: ثقافة الشراكة

### البعد(1): ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
1	تبحث مؤسستك عن حصص مشاركة من مساهمين خارجيين في شكل مبالغ مالية لتضمها إلى رأسمالها الموجه نحو تطوير مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
2	تفضل مؤسستك اللجوء إلى آليات القرض البنكي كمصدر تمويل من أجل توسعة نشاطات مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
3	ترغب مؤسستك في التوجه نحو أسواق المال لطرح سندات (أو أسهم) توفر لها أموال تستخدم في تطوير مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					

### البعد(2): ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
4	تحاول مؤسستك انتهاز فرص الحصول على الأراضي الممنوحة لأجل الاستثمارات الناشئة، سواء بامتيازات الأراضي التي تمنحها الدول أو عن طريق عروض الأراضي من الملاك الخواص.					
5	تبادر مؤسستك في عقد اتفاقات مع ملاك بنايات الأعمال (مثل: محلات العرض السلعي، مستودعات التخزين، ورشات التصنيع... الخ) حتى تتمكن من إقامة مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
6	تسعى مؤسستك إلى اقتناء رخص براءات الاختراع التي تخدم مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					

### البعد(3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيات

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
7	تجتهد مؤسستك في المضي نحو التعاقد مع مؤسسات تكنولوجية متخصصة في تثبيت نظم إنتاج قادرة على مواكبة المواصفات المرغوبة في المشاريع الاستثمارية الناشئة.					
8	تعترم مؤسستك الاتفاق مع مؤسسات تكنولوجية توفر الآلات أو المعدات أو الأجهزة التي تحتاجها في تنفيذ مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
9	تبحث مؤسستك عن التعاقد مع شركات تنتج برمجيات (Logiciels) لإدارة عمليات المشاريع الاستثمارية الناشئة. (مثلا برمجيات (Logiciels) لتسيير: الإمداد، الإنتاج، المبيعات، المخزونات، المحاسبة... الخ)					

### البعد(4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
10	تفضل مؤسستك التعاقد مع شركات الخدمة التسويقية لتحصل على دعم لمشاريعها الاستثمارية الناشئة. [خدمات تسويقية مثل: الإشهار أو البيع أو دراسات السوق أو تحديد الأسعار أو طريقة التغليف... الخ]					
11	تتوجه مؤسستك نحو التعاقد مع مؤسسات الخدمة التأمينية، مثلا: تأمين العمال أو التأمين ضد الكوارث الطبيعية أو تأمين سيارات العمل، وهذا للتعويض عن المخاطر في مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
12	تسعى مؤسستك إلى التعاقد مع شركات نقل البضائع والمواد وهذا لتسهيل تسليمات المنتجات الصادرة عن مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					

**البعد(5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاريع الناشئة**

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
13	تسغل مؤسستك فرص الإعانات المالية الممنوحة قانونيا من قبل الحكومة في إطار تطوير مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
14	تبادر مؤسستك نحو الاستفادة من الامتياز القانوني الذي يخصص حصة 20% من تعاقدات الصفقات العمومية لصالح المؤسسات الصغيرة وهذا لتنشيط مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
15	تسارع مؤسستك نحو طلب الاستفادة من إجراءات حماية منتجات مشاريعها الناشئة من المنافسة غير الشرعية التي تنتهجها مؤسسات أخرى. [مؤسسات تجارية مستوردة أو مؤسسات حرفية مصنعة]					

**البعد(6): ثقافة مناوبات الإمداد من الموردين (Fournisseurs)**

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
16	تقوم مؤسستك بالبحث عن إجراء اتفاقيات مع الموردين (Fournisseurs) للترود بأحجام كافية من المواد التي تضمن تنفيذ مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
17	تسعى مؤسستك إلى اكتتاب عقود مع موردين (Fournisseurs) يضمنون أسعار معقولة للمواد الداخلة في تشغيل مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					
18	ترغب مؤسستك في الحصول على عقود إمداد (Contrats de fourniture) من موردين يضمنون جودة المواد المستخدمة في مشاريعها الاستثمارية الناشئة.					

**ثالثا: معلومات حول واقع نمو المشاريع الاستثمارية الناشئة في المؤسسة**

**المحور الثاني: نمو المشاريع الناشئة**

**البعد(1): نمو رأس المال**

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
19	زيادة في الأموال المخصصة للمشاريع الاستثمارية الناشئة بعد حصول مؤسستك على مبالغ الحصص أو الأسهم من الشركاء الملتزمين.					
20	زيادة في الأصول الثابتة (عقارات أو مباني أو ورشات أو محلات...الخ) الموجهة للمشاريع الاستثمارية الناشئة وهذا بفعل ما قدمه الشركاء الملتزمون لمؤسستك.					
21	زيادة في الأصول التجهيزية (آلات أو معدات أو أدوات أو مركبات...الخ) الخاصة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة وهذا بفعل ما سلمه الشركاء الملتزمون لمؤسستك.					
22	زيادة استغلال رخص براءات الاختراع لصالح المشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك بعد موافقة المالكين الأصليين لهذه البراءات.					

**البعد(2): نمو رقم الأعمال**

رقم	بيان العبارات	أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماما
23	زيادة في مبالغ المنتجات المباعة في إطار العمليات الرئيسية للمشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.					
24	زيادة في مبالغ مبيعات الخدمات الأساسية (Prestations de base) في إطار أشغال المشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.					

					25	زيادة في مبالغ مبيعات خدمات ما بعد البيع (Service après-vente) في إطار الأشغال الأخرى للمشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.				
					26	زيادة في مبالغ البضائع المباعة (منتجات مصنعة جزئياً أو قطع أو مواد أخرى...الخ) الخاصة بالنشاطات الملحقه بالمشاريع الاستثمارية الناشئة في مؤسستك.				
<b>البعد(3): نمو النشاط (الإنتاج/ التسليم/ التموين)</b>										
رقم	بيان العبارات					أوافق تماماً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماماً
27	زيادة معتبرة في كمية المنتجات التامة التي تصنع داخل الورشات الخاصة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك.									
28	زيادة مهمة في كمية الخدمات المقدمة في المراكز المرتبطة بالمشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك. [سواء كانت خدمات أساسية (Prestations de base) أو ما بعد البيع (Service après-vente)]									
29	زيادة في أحجام الطلبات المسلمة للزبائن الذي يشترون المنتجات الصادرة عن عمليات المشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك.									
30	زيادة في عدد الطلبات المسلمة في إطار الصفقات العمومية المبرمة من أجل التزود بالمنتجات الصادرة عن المشاريع الاستثمارية الناشئة التابعة لمؤسستك.									
<b>البعد(4): نمو العوائد والأرباح والوفرات</b>										
رقم	بيان العبارات					أوافق تماماً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا تماماً
31	زيادة في صافي العوائد المتولدة عن مبيعات المنتجات خلال النشاط التجاري الذي قامت به مؤسستك في إطار مشاريعها الاستثمارية الناشئة.									
32	زيادة في صافي الأرباح المتولدة عن الخدمات التي قدمتها مؤسستك في إطار مشاريعها الاستثمارية الناشئة. [سواء كانت خدمات أساسية (Prestations de base) أو ما بعد البيع (Service après-vente)]									
33	زيادة في نسب الأرباح غير الموزعة المعاد استثمارها لأجل توسعة المشاريع الناشئة التابعة لمؤسستك.									
34	زيادة في وفرات المبالغ النقدية بفعل التخفيضات التي قدمها الموردون (Fournisseurs) في إطار تموين أنشطة المشاريع الاستثمارية الناشئة بمؤسستك.									

## ملاحق spss

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
1 من	56	3.6964	1.27806	.17079
2 من	56	3.5179	1.23570	.16513
3 من	56	3.3214	1.25201	.16731
4 من	56	3.9286	.87089	.11638
5 من	56	3.7143	.86790	.11598
6 من	56	3.7500	.97701	.13056
7 من	56	3.9107	1.03180	.13788
8 من	56	4.1071	.84592	.11304
9 من	56	4.2321	.76256	.10190
10 من	56	3.7321	.88402	.11813
11 من	56	4.0179	1.01786	.13602
12 من	56	3.8571	.90310	.12068
13 من	56	3.9286	.95073	.12705
14 من	56	3.7143	1.07389	.14351
15 من	56	4.2143	.88860	.11874
16 من	56	4.0000	.89443	.11952
17 من	56	4.1429	.84053	.11232
18 من	56	4.1964	.88255	.11794

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
.1 بعد	3	3.5119	.18757	.10829
.2 بعد	3	3.7976	.11482	.06629
.3 بعد	3	4.0833	.16202	.09354
.4 بعد	3	3.8690	.14327	.08272
.5 بعد	3	3.9524	.25085	.14483
.6 بعد	3	4.1131	.10153	.05862

Report				
ثقافة الشراكة				
Mean	N	Std. Deviation		
3.8879	18	.25036		
One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
19 من	56	3.7321	.79752	.10657
20 من	56	3.8036	.74881	.10006
21 من	56	3.8393	.82631	.11042
22 من	56	3.6607	.81524	.10894
23 من	56	3.7500	.76871	.10272

24	س	56	3.7500	.79201	.10584
25	س	56	3.8393	.88988	.11891
26	س	56	3.7321	.88402	.11813
27	س	56	3.5714	.78293	.10462
28	س	56	3.5536	.71146	.09507
29	س	56	3.6250	.82158	.10979
30	س	56	3.5714	.78293	.10462
31	س	56	3.7857	.82494	.11024
32	س	56	3.7679	.73833	.09866
33	س	56	3.5536	.82945	.11084
34	س	56	3.6964	.85109	.11373

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
.1 بعد	4	3.7589	.07921	.03961
.2 بعد	4	3.7679	.04837	.02419
.3 بعد	4	3.5804	.03093	.01546
.4 بعد	4	3.7009	.10551	.05276

Report		
تمويل المشاركة الناشئة		
Mean	N	Std. Deviation
3.7020	16	.10054

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
البيع (1): ثقافة فتح حرس المال والوظيفة مساهمات التمويل	56	10.5357	2.95398	.39474
البيع (2): ثقافة جلب استثمارات هيكليّة وأصول معنوية	56	11.3929	2.06863	.27643
البيع (3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا	56	12.2500	2.25832	.30178
البيع (4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة	56	11.6071	2.30949	.30862
البيع (5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومي للمشاركة الناشئة	56	11.8571	2.33104	.31150
البيع (6): ثقافة ميناو لاتا الإمداد (Fournisseurs)	56	12.3393	2.42170	.32361

One-Sample Test							
		Test Value = 9					
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper

البعد (1): ثقافة افتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل	3.890	55	.000	1.53571	.7446	2.3268
البعد (2): ثقافة جلب استثمارات هيكلية وأصول معنوية	8.656	55	.000	2.39286	1.8389	2.9468
البعد (3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا	10.769	55	.000	3.25000	2.6452	3.8548
البعد (4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة	8.448	55	.000	2.60714	1.9887	3.2256
البعد (5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومي للمشاركة الناشئة	9.172	55	.000	2.85714	2.2329	3.4814
البعد (6): ثقافة مناوئاة لإمدادنا الموردين (Fournisseurs)	10.319	55	.000	3.33929	2.6908	3.9878

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
المحور الأول: ثقافة الشراكة	56	69.9821	9.42432	1.25938

One-Sample Test						
Test Value = 54						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
المحور الأول: ثقافة الشراكة	12.691	55	.000	15.98214	13.4583	18.5060

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
البعد (1): نمور أسامال	56	15.0357	2.43433	.32530
البعد (2): نمور قما لأعمال	56	15.0714	2.79517	.37352
البعد (3): نمو النشاط (الإنتاج/التسليم/التمويل)	56	14.3214	2.58743	.34576
البعد (4): نمو العوائد والأرباح والوفورات	56	14.8036	2.65206	.35440

One-Sample Test						
Test Value = 12						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
البعد (1): نمور أسامال	9.332	55	.000	3.03571	2.3838	3.6876
البعد (2): نمور قما لأعمال	8.223	55	.000	3.07143	2.3229	3.8200
البعد (3): نمو النشاط (الإنتاج/التسليم/التمويل)	6.714	55	.000	2.32143	1.6285	3.0143
البعد (4): نمو العوائد والأرباح والوفورات	7.911	55	.000	2.80357	2.0933	3.5138

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
المحور الثاني: نمو المشارية الناشئة	56	59.2321	8.71778	1.16496

One-Sample Test						
	Test Value = 48					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
المحور الثاني: نمو المشاريع الناشئة	9.642	55	.000	11.23214	8.8975	13.5668

		البعد (1): نمو رأس المال	البعد (2): نمو رقم الأعمال	البعد (3): نمو النشاط (الإنتاج/التسليم/التمويل)	البعد (4): نمو العوائد والأرباح والوفرات
البعد (1): ثقافة فتح رأس المال لطلب مساهمات التمويل	Pearson Correlation	.480**	.343**	.490**	.301**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.041
	N	56	56	56	56
البعد (2): ثقافة جلب استثمار التهيكلية أو أصول معنوية	Pearson Correlation	.662**	.611**	.394**	.465**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000
	N	56	56	56	56
البعد (3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا	Pearson Correlation	.375**	.441**	.353**	.333*
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.008	.012
	N	56	56	56	56
البعد (4): ثقافة التعاقد فيما لخدمات المساعدة	Pearson Correlation	.290*	.421**	.502**	.483**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.000	.000
	N	56	56	56	56
البعد (5): ثقافة استغلال التحيزات الحكومية للمشاريع الناشئة	Pearson Correlation	.606**	.663**	.376**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000
	N	56	56	56	56
البعد (6): ثقافة سناوات الأمد الموردين (Fournisseurs)	Pearson Correlation	.494**	.485**	.357**	.469**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000
	N	56	56	56	56

Correlations		
	المحور الأول: ثقافة الشراكة	المحور الثاني: نمو المشاريع الناشئة
المحور الأول: ثقافة الشراكة	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.774**
	N	.000
المحور الثاني: نمو المشاريع الناشئة	Pearson Correlation	.774**
	Sig. (2-tailed)	1
	N	.000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 <sup>a</sup>	.637	.593	5.56113

Predictors:(Constant), ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل	a. البعد (6): ثقافة منا وولاتا لإمداد من الموردين
ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة	البعد (3): ثقافة التعاقد لإمداد التكنولوجيا
ثقافة جلب استثمار تهيكلي أو أصول معنوية	البعد (5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاركة الناشئة
	البعد (2):
b. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة	

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2664.598	6	444.100	14.360	.000 <sup>p</sup>
	Residual	1515.384	49	30.926		
	Total	4179.982	55			
a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة						
b. Predictors:(Constant), ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل, البعد (3): ثقافة التعاقد لإمداد التكنولوجيا, البعد (4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة, البعد (5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاركة الناشئة, البعد (2): ثقافة جلب استثمار تهيكلي أو أصول معنوية						

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.613	5.725		1.679	.099
	البعد (1): ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل	.160	.304	.054	.528	.600
	البعد (2): ثقافة جلب استثمار تهيكلي أو أصول معنوية	.860	.584	.204	1.471	.148
	البعد (3): ثقافة التعاقد لإمداد التكنولوجيا	.494	.404	.128	1.224	.227
	البعد (4): ثقافة التعاقد في مجال الخدمات المساعدة	.937	.391	.248	2.394	.021
	البعد (5): ثقافة استغلال التحفيز الحكومية للمشاركة الناشئة	1.280	.493	.342	2.596	.012
	البعد (6): ثقافة منا وولاتا لإمداد من الموردين (Fournisseurs)	.488	.398	.136	1.227	.226
a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة						

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	34.9318	71.0732	59.2321	6.96040	56
Residual	-13.53153-	11.26484	.00000	5.24904	56
Std. Predicted Value	-3.491-	1.701	.000	1.000	56
Std. Residual	-2.433-	2.026	.000	.944	56
a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة					

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296 <sup>a</sup>	.088	.071	8.40427
a. Predictors:(Constant), ثقافة فتح رأس المال وطلب مساهمات التمويل				
b. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة				



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.547	5.106		5.591	.000
	البيع المستثمرات هيكلياً وأصولاً معنوية ثقافياً جلباً استثماراً تهيكلياً وأصولاً معنوية ثقافياً	2.693	.441	.639	6.106	.000

a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	44.7074	68.9473	59.2321	5.57148	56
Residual	-13.25402-	16.82595	.00000	6.70509	56
Std. Predicted Value	-2.607-	1.744	.000	1.000	56
Std. Residual	-1.959-	2.487	.000	.991	56

a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 <sup>a</sup>	.205	.190	7.84678

a. Predictors: (Constant), البعد (3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا  
b. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	855.098	1	855.098	13.888	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3324.884	54	61.572		
	Total	4179.982	55			

a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة  
b. Predictors: (Constant), البعد (3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.844	5.834		6.486	.000
	البعد (3): ثقافة التعاقد لإدماج التكنولوجيا	1.746	.469	.452	3.727	.000

a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	48.3197	64.0336	59.2321	3.94300	56
Residual	-19.81169-	16.20436	.00000	7.77512	56
Std. Predicted Value	-2.768-	1.218	.000	1.000	56
Std. Residual	-2.525-	2.065	.000	.991	56

a. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة  
المحورالثاني: نموالمشاريعالناشئة

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 <sup>a</sup>	.262	.249	7.55679

a. Predictors: (Constant), ثقافةالتعاقدفيمجالاتالخدماتالمساعدة  
المحورالثاني: نموالمشاريعالناشئة  
b. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1096.310	1	1096.310	19.198	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3083.672	54	57.105		
	Total	4179.982	55			

a. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة  
المحورالثاني: نموالمشاريعالناشئة  
b. Predictors: (Constant), ثقافةالتعاقدفيمجالاتالخدماتالمساعدة

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	36.794		
	ثقافةالتعاقدفيمجالاتالخدماتالمساعدة البيعدي(4):	1.933	.441	.512	4.382	.000

a. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة  
المحورالثاني: نموالمشاريعالناشئة

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	48.3926	65.7911	59.2321	4.46463	56
Residual	-16.39262-	15.00840	.00000	7.48777	56
Std. Predicted Value	-2.428-	1.469	.000	1.000	56
Std. Residual	-2.169-	1.986	.000	.991	56

a. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة: المحورالثاني

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 <sup>a</sup>	.461	.451	6.45941

a. Predictors: (Constant), البعد(5): ثقافةاستغلالالتحفيزاتالحكوميةللمشاريعالناشئة

b. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1926.888	1	1926.888	46.182	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2253.094	54	41.724		
	Total	4179.982	55			

a. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة: المحورالثاني

b. Predictors: (Constant), البعد(5): ثقافةاستغلالالتحفيزاتالحكوميةللمشاريعالناشئة

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.125	4.514		6.452	.000
	البعد(5): ثقافةاستغلالالتحفيزاتالحكوميةللمشاريعالناشئة	2.539	.374	.679	6.796	.000

a. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة: المحورالثاني

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	44.3597	67.2125	59.2321	5.91898	56
Residual	-19.21248-	11.40512	.00000	6.40042	56
Std. Predicted Value	-2.513-	1.348	.000	1.000	56
Std. Residual	-2.974-	1.766	.000	.991	56

a. Dependent Variable: نموالمشاريعالناشئة: المحورالثاني

Model Summary <sup>b</sup>				
----------------------------	--	--	--	--

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542 <sup>a</sup>	.294	.281	7.39255

(Fournisseurs) ثقافة منا ولاتا لإمدادنا الموردين (6) البعد (Constant), Predictors:  
 a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة  
 b. المحور الثاني: نمو المشاريع الناشئة

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1228.889	1	1228.889	22.487	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2951.093	54	54.650		
	Total	4179.982	55			

a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة  
 b. Predictors: (Constant), ثقافة منا ولاتا لإمدادنا الموردين (Fournisseurs) (6) البعد

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.147	5.174		6.793	.000
	البعد (6): ثقافة منا ولاتا لإمدادنا الموردين (Fournisseurs)	1.952	.412	.542	4.742	.000

a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	46.8586	64.4256	59.2321	4.72689	56
Residual	-14.85855-	11.47822	.00000	7.32504	56
Std. Predicted Value	-2.618-	1.099	.000	1.000	56
Std. Residual	-2.010-	1.553	.000	.991	56

a. Dependent Variable: نمو المشاريع الناشئة

Group Statistics					
	الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
المحور الأول: ثقافة الشراكة	ذكر	45	69.3778	10.26975	1.53092
	أنثى	11	72.4545	4.00908	1.20878

Independent Samples Test		
	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means

		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
المحور الأول: ثقافة الشركة	Equal variances assumed	3.555	.065	-.970-	54	.336	-3.07677-	3.17157	-9.43538-	3.28185
	Equal variances not assumed			- 1.577-	42.789	.122	-3.07677-	1.95061	-7.01111-	.85758

Descriptives								
المحور الأول: ثقافة الشركة								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
أقل أو يساوي 30 سنة	12	75.0833	3.84846	1.11095	72.6381	77.5285	70.00	82.00
من 31 إلى 40 سنة	34	67.2059	10.59954	1.81781	63.5075	70.9042	36.00	80.00
من 41 إلى 50 سنة	9	73.2222	6.41829	2.13943	68.2887	78.1558	67.00	87.00
أكبر من 50 سنة	1	74.0000	.	.	.	.	74.00	74.00
Total	56	69.9821	9.42432	1.25938	67.4583	72.5060	36.00	87.00

Test of Homogeneity of Variances			
المحور الأول: ثقافة الشركة			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.226 <sup>a</sup>	2	52	.048
a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for المحور الأول: ثقافة الشركة.			

ANOVA					
المحور الأول: ثقافة الشركة					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	684.951	3	228.317	2.017	.057
Within Groups	4200.031	52	80.770		
Total	4884.982	55			

Descriptives								
المحور الأول: ثقافة الشركة								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ثانوي / بكالوريا	3	69.0000	1.73205	1.00000	64.6973	73.3027	68.00	71.00
سنوات جامعية / ليسانس	16	69.6250	8.71684	2.17921	64.9801	74.2699	54.00	87.00
ماستر / ماجستير	31	70.3871	8.83054	1.58601	67.1480	73.6262	38.00	82.00
دكتوراه	3	73.6667	2.51661	1.45297	67.4151	79.9183	71.00	76.00

شهادات أخرى	3	65.0000	25.11971	14.50287	2.5992	127.4008	36.00	80.00
Total	56	69.9821	9.42432	1.25938	67.4583	72.5060	36.00	87.00

Test of Homogeneity of Variances			
المحور الأول: ثقافة الشراكة			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4.697	4	51	.003

ANOVA					
المحور الأول: ثقافة الشراكة					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	125.211	4	31.303	.335	.853
Within Groups	4759.772	51	93.329		
Total	4884.982	55			

Descriptives								
المحور الأول: ثقافة الشراكة								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
أقل أو يساوي 5 سنوات	24	70.8333	7.44059	1.51880	67.6914	73.9752	54.00	82.00
من 6 إلى 10 سنوات	19	67.2632	12.53813	2.87644	61.2200	73.3063	36.00	79.00
أكثر من 10 سنوات	13	72.3846	6.76435	1.87609	68.2970	76.4723	62.00	87.00
Total	56	69.9821	9.42432	1.25938	67.4583	72.5060	36.00	87.00

Test of Homogeneity of Variances			
المحور الأول: ثقافة الشراكة			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.918	2	53	.157

ANOVA					
المحور الأول: ثقافة الشراكة					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	232.888	2	116.444	1.327	.274

Within Groups	4652.094	53	87.775		
Total	4884.982	55			

Group Statistics					
	الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة	ذكر	45	58.8889	9.19294	1.37040
	أنثى	11	60.6364	6.59201	1.98756

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة	Equal variances assumed	1.838	.181	-.592	54	.556	-1.74747	2.94968	-7.66123	4.16628
	Equal variances not assumed			-.724	20.704	.477	-1.74747	2.41421	-6.77247	3.27752

Descriptives								
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
أقلأوساوي 30 سنة	12	64.0000	5.34279	1.54233	60.6054	67.3946	57.00	72.00
من 31 إلى 40 سنة	34	58.0294	9.64046	1.65333	54.6657	61.3931	32.00	75.00
من 41 إلى 50 سنة	9	58.3333	7.08872	2.36291	52.8845	63.7822	48.00	69.00
أكبرمن 50 سنة	1	51.0000	.	.	.	.	51.00	51.00
Total	56	59.2321	8.71778	1.16496	56.8975	61.5668	32.00	75.00

Test of Homogeneity of Variances			
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.291 <sup>a</sup>	2	52	.284

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for نموالمشاريعالناشئة.

ANOVA					
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	397.012	3	132.337	1.819	.155

Within Groups	3782.971	52	72.749		
Total	4179.982	55			

Descriptives								
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ثانوي /يكالوريا	3	55.6667	7.09460	4.09607	38.0427	73.2906	48.00	62.00
سنواتجامعية / ليسانس	16	58.5625	7.92438	1.98110	54.3399	62.7851	46.00	72.00
ماستر /ماجستير	31	60.0968	8.10084	1.45495	57.1254	63.0682	32.00	75.00
دكتوراه	3	61.0000	10.00000	5.77350	36.1586	85.8414	51.00	71.00
شهاداتاخرى	3	55.6667	20.64784	11.92104	4.3746	106.9587	32.00	70.00
Total	56	59.2321	8.71778	1.16496	56.8975	61.5668	32.00	75.00

Test of Homogeneity of Variances			
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.683	4	51	.042

ANOVA					
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	116.002	4	29.000	.364	.833
Within Groups	4063.981	51	79.686		
Total	4179.982	55			

Descriptives								
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
أقلوايساوي 5 سنوات	24	60.1250	7.62326	1.55609	56.9060	63.3440	46.00	72.00
من 6 إلى 10سنوات	19	59.3684	11.19132	2.56746	53.9744	64.7625	32.00	75.00
أكثرمن 10 سنوات	13	57.3846	6.61486	1.83463	53.3873	61.3819	48.00	69.00
Total	56	59.2321	8.71778	1.16496	56.8975	61.5668	32.00	75.00

Test of Homogeneity of Variances			
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.570	2	53	.569

ANOVA					
المحور الثاني: نموالمشاريعالناشئة					

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	63.859	2	31.930	.411	.665
Within Groups	4116.123	53	77.663		
Total	4179.982	55			



## تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إنجاز مذكرة الماستر

أنا الممضي أسفله:

الطالب (ة): ..... **د. ساييد بن صاغر** ..... المولود(ة) بتاريخ: **1999/09/30** بـ: **بريكة**  
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: **909703497** الصادرة بتاريخ: **2018/04/01** عن: **بلعانية**  
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: **علوم التسيير** تخصص: **إدارة أعمال** خلال السنة الجامعية: **2023/2022**

والمعد للمذكرة التي تحمل عنوان:

**ثقافة الشركة ودورها في نمو المشاريع الناشئة**

**دراسة ميدانية على عينة من الشركات الناشئة بولاية المسيلة**

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز المذكرة المذكورة أعلاه.

حررت بتاريخ: **2023/06/05**

التوقيع والبصمة





## تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والالتزام العلمية في إنجاز مذكرة الماستر

أنا الممضي اسفله:

الطالب (ة): الطالبة شيماء المولود(ة) بتاريخ: 03/06/1999 بـ: مقرة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم 0509253520 الصادرة بتاريخ: 05/05/2022 عن: بلدية

المسجل بالسنة ثانياة ماستر شعبية: علوم التسيير تخصص: إدارة الأعمال خلال السنة الجامعية: 2022-2023

والمعد للمذكرة التي تحمل عنوان:

تقانة الذكاء الاصطناعي في نمو المشاريع الناشئة

دراسة ميدانية على عينة من شركات الناشطة بولاية

المسيلة

أصبح شرفي أني التزمت بمراعاة معايير الأمانة والالتزام العلمية المطلوبة في إنجاز المذكرة المذكورة أعلاه.

حرر بتاريخ: 05/06/2023

التوقيع والبصمة

.....



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ