الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

رقم: .....

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فرع: علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تحت عنوان:

أهمية التوجه نحو تبني اقتصاد المعرفة في خلق المؤسسات الناشئة
- دراسة حالة الجزائر -

من إعداد الطالب:

– غويني تقي الدين

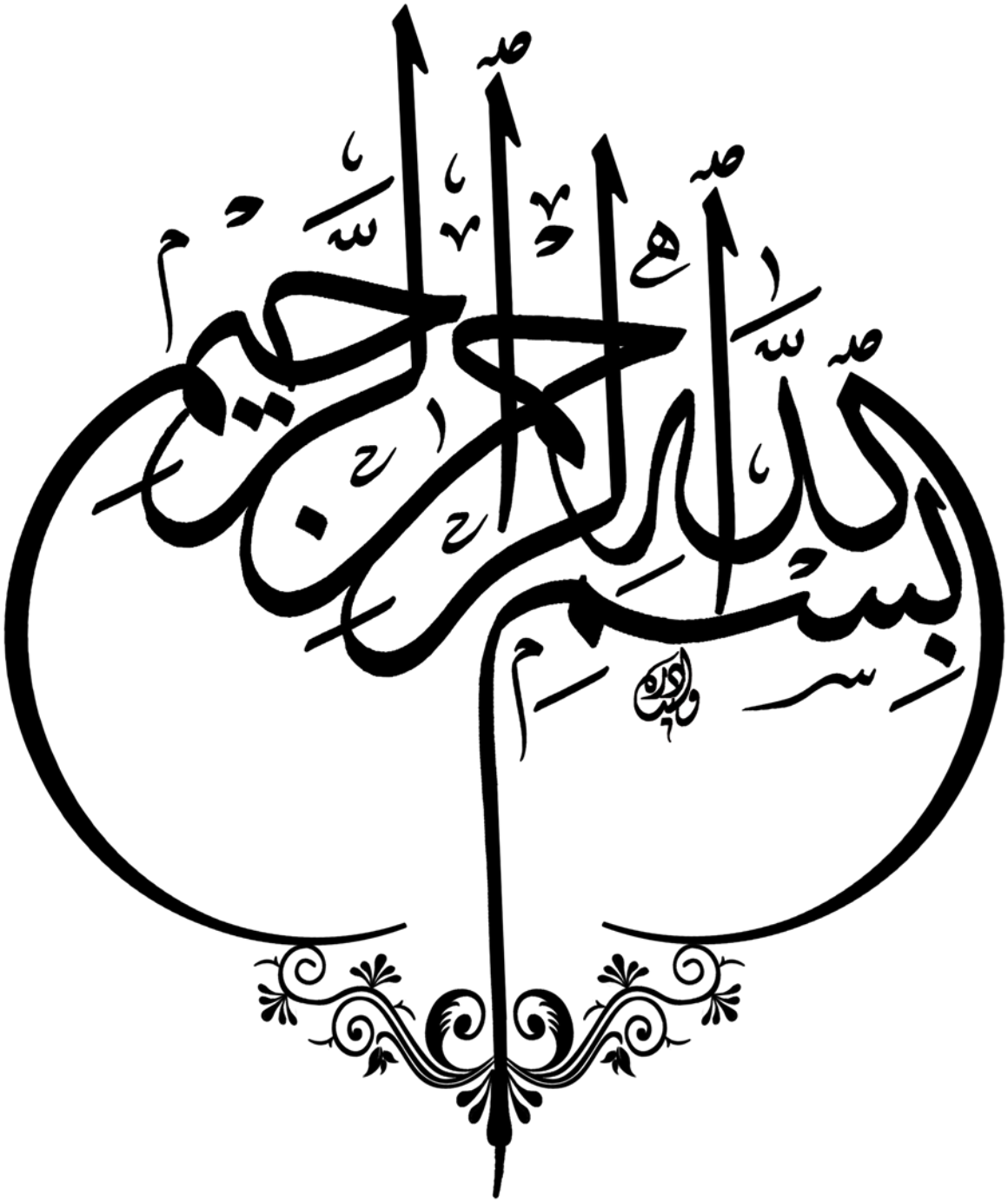
تحت إشراف:

–د. حوحو مصطفى

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
د. مير أحمد	أستاذ محاضر – صنف أ–	محمد بوضياف المسيلة	رئيسا
د. حوحو مصطفى	أستاذ محاضر – صنف أ–	محمد بوضياف المسيلة	مشرفا ومقررا
د. بعيطيش شعبان	أستاذ محاضر – صنف أ–	محمد بوضياف المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية : 2020–2021


بسم الله الرحمن الرحيم

تشكرات

بسم الله الرحمان الرحيم

قال الله تعالى:" ولئن شكرتم لأزيدنكم "صدق الله العظيم

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه ونشكره على فضله ونعمه التي لا تعد ولا تحصى، وصلى اللهم وسلم على سيدنا محمد خاتم الأنبياء والمرسلين.

أما بعد فأشكر أستاذي الفاضل الدكتور حوحو مصطفى على إشرافه لهذا العمل وتقديمه كل النصح والتوجيه ونهئ جامعة المسيلة والوطن لهكذا علماء أدامهم الله ذخرا للعلم والعلماء.

وأشكر كل الأساتذة الأفاضل الذين لم يبخلوا علينا بعلمهم ولا بوقتهم وحرصهم لإكمال مشوارنا الجامعي بأحسن وجه.

إهـــــداء

بسم الله الرحمان الرحيم

"وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

صدق الله العظيم سورة التوبة -الأية 105-

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الوالدين الكريمين أدامهما الله وأطال عمرهما وإلى إخوتي أعانهم الله ووفقهم لما يحب ويرضى وإلى كل العائلة الكبيرة، كبيرها وصغيرها.

إلى رفقاء الدرب وزملاء الدراسة وكل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.

غويني تقي الدين

فهرس المحتويات

تشكرات	
إهداء	//
فهرس المحتويات	//
قائمة الجداول	//
قائمة الاشكال	//
قائمة الملاحق	//
مقدمة عامة	أ- و
الفصل الأول: الإطار النظري الدراسة	
تمهيد	**8**
المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لاقتصاد المعرفة.	**9**
المطلب الأول: مفاهيم حول المعرفة.	**9**
الفرع الأول: مفهوم المعرفة وأنواعها.	**9**
الفرع الثاني: أهمية ومصادر المعرفة.	**12**
المطلب الثاني: مفهوم اقتصاد المعرفة.	**14**
الفرع الأول: تعريف ونشأة اقتصاد المعرفة.	**16**
الفرع الثاني: مميزات اقتصاد المعرفة.	**17**

الفرع الثالث: أهمية اقتصاد المعرفة.	19
المطلب الثالث: مؤشرات اقتصاد المعرفة.	20
الفرع الأول: مؤشرات التنمية البشرية.	20
الفرع الثاني: مؤشر النظام الاقتصادي والحافز المؤسساتي.	21
الفرع الثالث: مؤشر تكنولوجيا الاعلام والاتصال.	22
الفرع الرابع: مؤشر البحث والتطوير ومؤشر الإبداع.	23
المبحث الثاني: ماهية المؤسسات الناشئة.	24
المطلب الأول: عموميات حول المؤسسات الناشئة.	24
الفرع الأول: نشأة وتعريف المؤسسات الناشئة.	24
الفرع الثاني: أنواع وخصائص المؤسسات الناشئة.	29
الفرع الثالث: دورة حياة المؤسسات الناشئة.	30
المطلب الثاني: مصادر تمويل المؤسسة الناشئة من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية والطرق المستحدثة.	32
الفرع الأول: مصادر تمويل المؤسسة الناشئة من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية.	32
الفرع الثاني: مصادر التمويل الخارجي.	33
الفرع الثالث: الطرق المستحدثة لتمويل المؤسسة الناشئة.	35
المطلب الثالث: عوامل نجاح وفشل المؤسسات الناشئة.	36
الفرع الأول: عوامل نجاح المؤسسات الناشئة.	37
الفرع الثاني: عوامل فشل المؤسسات الناشئة.	38
المبحث الثالث: العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة.	38

المطلب الأول: أهمية البحث والتطوير وأثره على ربحية المؤسسات الناشئة.	39
الفرع الأول: أهمية البحث والتطوير.	39
الفرع الثاني: أثر البحث والتطوير على ربحية المؤسسات الناشئة.	40
المطلب الثاني: النظام الوطني للإبداع.SNI	41
الفرع الأول: تعريف النظام الوطني للإبداع.SNI	41
الفرع الثاني: مكونات النظام الوطني للإبداع.SNI	42
الفرع الثالث: طرق تطوير وتدعيم النظام الوطني للإبداع.SNI	42
المطلب الثالث: مجتمع المعرفة وإنتاج المعرفة.	43
الفرع الأول: تعريف مجتمع المعرفة.	43
الفرع الثاني: عناصر إنتاج المعرفة.	44
خلاصة	46
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة.	
تمهيد	48
المبحث الأول: واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر.	49
المطلب الأول: لمحة عن نشأة وتطور اقتصاد المعرفة في الجزائر.	49
المطلب الثاني: المؤشرات الدالة على تطور اقتصاد المعرفة في الجزائر.	50
الفرع الأول: مؤشرات التنمية البشرية.	51
الفرع الثاني: مؤشر النظام الاقتصادي والحافز المؤسساتي.	53
الفرع الثالث: مؤشر تكنولوجيا الاعلام والاتصال.	56

الفرع الرابع: مؤشر البحث والتطوير ومؤشر الإبداع.	**57**
المطلب الثالث: تحديات وفرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة.	**58**
الفرع الأول: فرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة.	**58**
الفرع الثاني: معوقات الجزائر في اقتصاد المعرفة.	**58**
المبحث الثاني: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر.	**60**
المطلب الأول: المؤسسات الناشئة عند المشرع الجزائري.	**60**
المطلب الثاني: آفاق وتحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر.	**61**
المبحث الثالث: تحليل المعطيات والنتائج.	**62**
المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة.	**62**
الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة.	**62**
الفرع الثاني: أداة ومنهج الدراسة.	**62**
المطلب الثاني: عرض نتائج أداة الدراسة وتحليلها.	**64**
الفرع الأول: عرض مناخ المقابلات وظروف إجرائها.	**64**
الفرع الثاني: عرض نتائج أداة الدراسة وتحليلها.	**65**
المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.	**75**
الفرع الأول: اختبار الفرضية الأولى.	**75**
الفرع الثاني: اختبار الفرضية الثانية.	**75**
الفرع الثالث: اختبار الفرضية الثالثة.	**75**
خلاصة	**76**

خاتمة.	77
قائمة المراجع والملاحق	79

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	خصائص اقتصاد المعرفة بالمقارنة مع الاقتصاد القديم.	15
02	مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب تصنيف "الأونكتاد."	23
03	الفرق بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة.	27
04	التطور الكلي للسكان والنمو الطبيعي بالجزائر.	51
05	إحصائيات طلب براءات الاختراع في الجزائر آخر خمس سنوات.	58
06	مناخ المقابلات وظروف إجرائها.	64
07	عرض لنتائج المقابلات وتحليلها.	65

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	الشكل 01: تمثيل للمعرفة الضمنية والصريحة.	10
02	الشكل 02: تصنيفات المعرفة.	11
03	الشكل 03: أفراد المعرفة	13
04	الشكل04: منحنى المؤسسة الناشئة.Startup	31

05	الشكل05: تطور نسب الالتحاق بالتعليم الابتدائي والتعليم العالي في الجزائر آخر ست سنوات.	**52**
06	الشكل 06: تطور الناتج الداخلي الخام ونصيب الفرد الواحد منه.	53
07	الشكل07: تطور معدل النوعية التنظيمية في الجزائر.	54
08	الشكل 08: تطور معدل سيادة القانون في الجزائر.	55
09	الشكل 09: تطور معدل حرية التجارة في الجزائر.	56
10	الشكل 10: تطور عدد مشتركي الهاتف الثابت والهاتف المحمول في الجزائر.	56
11	الشكل 11: تطور عدد مستعملي الأنترنت في الجزائر.	57
12	الشكل 12: تطور نسب الانفاق على البحث والتطوير من الناتج الداخلي الخام في الجزائر.	57
13	الشكل13: تطور مؤشر الابداع في الجزائر	58

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	دليل المقابلة الشخصية مع الخبراء محل الدراسة	**83**

مقدمة عامة:

مع حلول القرن ال 20 وتقدمه والذي تطورت فيه الشبكة العالمية للمواصلات والاتصالات، حيث أصبح العالم الذي كان يبدو متباعدا عالما صغيرا متقاربا وأخذت الدول الصناعية تطور صناعتها مستغلة كل الإمكانيات المتاحة أمامها، حيث نتج عن هذا ظهور نوع جديد من الاقتصاد يطلق عليه باقتصاد المعرفة هذا الأخير الذي يقوم على أساس فهم واسع لدور المعرفة في الاقتصاد، وهو يسعى إلى خلق وتوزيع واستهلاك المعرفة بين قطاعاته الاقتصادية بالشكل الذي يزيد من حجم الإنتاج، وقد ارتبط هذا الاقتصاد الجديد باقتصاديات الدول المتقدمة والتي أصبحت اقتصادياتها فعلا اقتصاديات معرفة تقوم أساسا على عنصر المعرفة وهي المحرك القوي لها ولكافة نشاطاتها الاقتصادية.

إن اقتصاد المعرفة يعتمد على عوامل من خلالها يتم الاندماج فيه وهناك مؤشرات أيضا تقاس بها مدى تحول الاقتصاد إلى اقتصاد المعرفة، كما أنه يؤثر في عملية التنمية الاقتصادية من خلال عوامل الاندماج فيه، فالاعتماد والتركيز على عوامل الاندماج فيه يدفع الاقتصاد ككل إلى تنمية اقتصادية وحقيقية.

ويعد الاندماج في هذا النوع الجديد من الاقتصاد إحدى الاهتمامات الكبرى للدول سواء المتقدمة أو الدول النامية على حد سواء ولازالت هذه المسألة في البلدان النامية ولا سيما الجزائر ذات أهمية أكبر باعتبارها الخيار الأمثل للتحرر من قيد التخلف الاقتصادي، ونظراً لتزايد أهمية هذا الموضوع فإن التدخل من أجل البحث عن أفضل السبل للاندماج في هذا النوع الاقتصادي الجديد بات ضروريا جداً، ومن ثم على الدولة الأخذ بالجوانب الرئيسية الجديدة للتفاعلات الاقتصادية وكيف تؤثر سياسة الدولة، وما إذا كانت هذه السبل التي اتخذتها الدول الأخرى مناسبة لها.

إن الواقع الاقتصادي الجزائري والتحولات الاقتصادية الراهنة التي تعرفها الجزائر وخاصة في ظل الاهتمام الكبير من طرف الدولة بتدعيم قطاع المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة فرض عليها من أي وقت مضى إعادة التفكير في كل حساباتها لتوفير مناخ وبيئة تسمح للمؤسسات الناشئة أن تكون قاطرة للإقلاع الاقتصادي والاندماج في هذا النوع الجديد من الاقتصاد وهذا لتأسيس اقتصاد وطني ناجح متنوع ومتعدد القطاعات ولا يركز فقط على إيرادات الموارد الطاقوية من البترول والغاز ولضمان نجاح هذا الاقتصاد يجب تفعيل دور المؤسسات الناشئة لما لها من أهمية في خلق القيم المضافة ويتم هذا من خلال رسم دور للدولة يتلائم مع طبيعة مجتمعنا حيث يجب إتباع سياسة اقتصادية لا تكون بعيدة عن واقع اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.

أولا: إشكالية الدراسة.

إن التحولات الجذرية التي عرفتها بيئة الأعمال المعاصرة والتطورات التكنولوجية المتسارعة والتحديات الإقليمية والدولية أدت إلى التحول من إنتاج السلع إلى إنتاج المعارف والاستثمار فيها حيث أصبحت المحرك الأساسي لتطوير اقتصاديات الدول وتحقيق الثروة وهذا ما يسعى له اقتصاد المعرفة بوسائل وآليات جديدة تمكنه من زيادة تنافسية المنظمات ودعمها نحو استغلال الموارد المعرفية وتحويلها لمنتجات وخدمات جديدة ومبتكرة ذات جودة عالية وتكلفة أقل، ولعل المؤهلات التي تمتلكها الجزائر تحتمها من تبني هذا الاقتصاد خصوصا مع التطور الكبير الذي شهده ميدان تكنولوجيات الإعلام والاتصال، ظهرت الحاجة إلى استحداث وظائف جديدة ذات كفاءة عالية تواكب هذا التطور وتعمل بشكل مستمر على تنمية قدراتها الإبداعية وإنتاج أكثر فعالية يسهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة، وبناءا على ما سبق يمكننا طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

كيف يسهم التوجه نحو نموذج اقتصاد المعرفة في تعزيز فرص خلق المؤسسات الناشئة ونجاحها في الجزائر؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

← ما هو واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر؟

← ما مدى توجه الجزائر نحو دعم المؤسسات الناشئة؟

← كيف يمكن لنموذج اقتصاد المعرفة أن يدعم فرص نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

ثانيا: فرضيات الدراسة.

للإجابة على الإشكالية السابقة تم صياغة الفرضيات التالية:

- ✓ هناك اهتمام من طرف الجزائر كحكومة لتأسيس فعلي لاقتصاد المعرفة.
- ✓ خلق المؤسسات الناشئة يسهم في تطوير الاقتصاد الوطني.
- ✓ إن نجاح المؤسسات الناشئة مرتبط أساسا بمدى قدرة الدولة على توفير المتطلبات اللازمة لاندماجها في اقتصاد المعرفة بما يدعم فرص نجاح هذه المؤسسات.

ثالثا: الدراسات السابقة.

على الرغم من كون موضوع اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة أنه موضوع حديث في الجزائر إلا أن هناك بعض الدراسات التي تناولت واقع اقتصاد المعرفة وواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر وفيما يلي أهم هذه الدراسات:

1. دراسة سمير مسعي والمعنونة بـ" اقتصاد المعرفة في الجزائر الواقع ومتطلبات التحول-دراسة تحليلية مقارنة لواقع اقتصاد المعرفة في الجزائر- , الدراسة مقدمة لنيل دكتوراه في تخصص اقتصاد المعرفة (2015)، بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، وكانت إشكالية الدراسة كما يلي "ماهو واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر، وماهي متطلبات الاندماج في هذا النمط الاقتصادي الجديد؟" وقد توصل الباحث للنتائج التالية:

- تسجل الجزائر تأخراً كبيراً فيّ جل دعائم اقتصاد المعرفة، وبشكل خاص دعامتي الإبداع والنظام الاقتصادي والمؤسساتي، مما يعكس وجود اختلالات هيكلية عميقة تعرقل الاندماج الفعلي للجزائر في اقتصاد المعرفة العالمي.
- لا تزال معدلات الاستثمارات الأجنبية في الجزائر بعيدة عن المستويات المطلوبة، وهذا بفعل عدة عوامل أهمها: عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي، غياب منشآت النقل والاتصالات، وعدم توافر اليد العاملة المؤهلة، ضعف ركيزة سيادة القانون، عدم السيطرة على البيروقراطية، تفشي ظاهرتي الفساد والرشوة، صعوبة الحصول على التمويل، تنامي المعاملات غير الرسمية وندرة العقار الصناعي.
- إن مخرجات البحث العلمي في الجزائر محدودة من حيث الحجم والنوعية وضعيفة من حيث التوجيه، في الحقيقة أن البحث العلمي بعيد عن كون اعتباره أولوية وطنية، بسبب غياب الجهود الجادة لبناء وتطوير وتأسيس كيانات وطنية تهتم بتطوير وتنمية أنشطة البحث.
- هناك عدد كبير من الأسباب وراء تأخر قاطرة البحث والتطوير في الجزائر، ولعل السبب الأكثر أهمية يرجع إلى عدم فعاليته المؤسساتية، والمساهمة الضعيفة للقطاع الخاص في البحث والتطوير، ونقص التنسيق والتخطيط النظامي بين أقسام الحكومة والوكالات المشتغلة بأنشطة البحث والتطوير، إضافة إلى التخصيص الغيرّ فعال لموارد البحث والتطوير.

2. دراسة حوحو مصطفى تحت عنوان " اقتصاد المعرفة ودوره في تحسين تنافسية الاقتصاد الجزائري" وهو مقال نشر في مجلة الدراسات المالية والمحاسبية في جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي في العدد السابع (2016) , وكانت إشكالية بحثه كالتالي: ما مدى توجه الجزائر نحو اقتصاد المعرفة؟ وكيف سيعزز ذلك من تحسين تنافسية الاقتصاد الوطني؟ وقد توصل لجملة النتائج التالية:

- إن الانتقال إلى مجتمع المعرفة ومنه اقتصاد المعرفة يتطلب الإشراك الضروري لكل الأطراف الفاعلة باعتبارها عاملا أساسيا لنجاح مثل هذه الاستراتيجيات وهي: الحكومة، منظمات الأعمال، المواطنون والمجتمع المدني.
- ضرورة إصلاح التعليم بكافة أطواره والنهوض بهذا القطاع باعتباره قطاعا حيويا وحساسا يلعب دورا هاما في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية، على أن تعتمد السياسات المتخذة على الكيف لا على الكم.
- توفير جميع السبل للحفاظ على الكفاءات البشرية والحد من ظاهرة هجرة الأدمغة نحو الدول المتطورة من خلال توفير البيئة الملائمة وتشجيع فرص البحث العلمي وتنمية حس الإبداع لديهم من خلال توفي جميع الامتيازات التي توفرها الدول المتقدمة لهذه الفئة.
- العمل على تطوير سياسة وطنية للعلم والتكنولوجيا بما فيها سياسة نقل التكنولوجيا وتوطينها مع ضرورة هيكلة بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لتسهيل عملية تبادل المعارف.
- إقامة الحاضنات الصناعية التي من شأنها دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخاصة الناشطة في مجال تكنولوجية الإعلام والاتصال وهذا من شأنه أن يخلق فرص عمل جديدة.

3. دراسة بغداد باي غالي والمعنونة بـ" دور الدولة في تنمية اقتصاد المعرفة (دراسة حالة الجزائر)" وهي أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تحليل نقدي (2017) بجامعة الجيلالي اليابس بسيدي بلعباس. وتمثلت إشكالية الدراسة كالتالي: "ماهي أهم متطلبات تنمية اقتصاد المعرفة والواجب توفيرها من قبل الدولة الجزائرية؟"

على المنهج الوصفي لمحاولة تحليل واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر، وذلك من خلال تحليل تركيبة كل مؤشر من مؤشرات اقتصاد المعرفة، كما لجأ لأسلوب المقارنة لإبراز وضعية الجزائر مقارنة ببعض الدول الأخرى فيما يتعلق بمؤشرات اقتصاد المعرفة والسياسات المنتهجة من قبل هذه الدول في هذا المجال وقد توصل الباحث للنتائج التالية:

- أن الجزائر لا تتوفر على بيئة مناسبة تمكنها وتساعدها في الاندماج في اقتصاد المعرفة، حيث وضحت الإحصائيات أن الجزائر لا تتوفر بصورة كافية إلى تحقيق ذلك الاندماج.
- ضرورة تنويع الاقتصاد الوطني، حيث نجد أن الاقتصاد الوطني غير منظم ولا متنوع وهو يرتكز دائما على قطاع المحروقات.
- المشاركة في وضع الخطط ورسم السياسات الاقتصادية خاصة مع القطاع الخاص فغالبا ما نجد الحكومة تنفرد بهذا الدور.
- العمل على تنمية وتشجيع إنشاء المشروعات القائمة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال لما تحققه من مزايا ومنافع للاقتصاد بصفة عامة.

- العمل على تطوير الكوادر البشرية في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا والإعلام من أجل تلبية المتطلبات الاقتصادية اللازمة لتلبية الاحتياجات المحلية.
- التأكيد على إيجاد بيئة ملائمة تطبيقات واستخدامات الاتصالات التي تشمل حماية المعلومات، وحماية الشبكات، والتوثيق الإلكتروني وحماية الخصوصية وحماية المستهلك من خلال وضع السياسات والإطار التنظيمي التي تخدم هذا الغرض.

4. دراسة بخيتي علي وبوعوينة سليمة تحت عنوان "المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات" وهو عبارة عن مقال نشر في مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية بالعدد الرابع (2020)، وحاولت الدراسة الإجابة عن الإشكالية التالية: "ما الدور الذي تؤديه المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري؟ وما الفرق بينهم؟ وقد توصل الباحثان لجملة النتائج التالية:

- العمل على تثمين الابتكارات ونتائج البحث العلمي وإعطاء اهتمام أكبر بالمؤسسات الناشئة وخاصة المتعلقة بالتكنولوجيا.
- تحديد إطار تشريعي وتنظيمي محفز لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتبسيط الإجراءات الإدارية منها لإنشاء هذه المؤسسات.
- الاستفادة من الملتقيات الوطنية والدولية في مجال المقاولاتية وكذا الأيام التحسيسية التي تعقدها مختلف الهيئات في هذا المجال.
- تثمين واستغلال البحوث العلمية من أجل تطوير آليات تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحسين منتوجاتها.

أما ما يميز دراستنا على الدراسات السابقة أنها تناولت موضوع المؤسسات الناشئة وحاولت الالمام بكل مفاهيمها وأظهرت واقعها في الجزائر وأعطت طرح نموذجي لأهم تحدياتها وعوامل نجاحها وفشلها واعطت العلاقة الفعلية لمساهمة اقتصاد المعرفة في خلق هاته المؤسسات بنتائج وتوصيات حقيقية.

رابعا: أهمية الدراسة.

تكمن أهمية الدراسة في أنها تتناول موضوعا حيويا وحديثا خصوصا بالنسبة للدول العربية وهو اقتصاد المعرفة وتتجلى أهمية اقتصاد المعرفة في أنه نموذج مثالي تسعى من خلاله الدول إلى تطوير القدرات التنافسية والإبداعية لمؤسسات ورفع كفاءات ومؤهلات أفرادها، وهو ما يسمح لها بالتحول نحو مجتمع المعرفة الذي أصبح السمة المميزة للدول المتطورة والتي تعتمد أساسا على المعرفة في خلق الثروة واكتساب ميزة تنافسية دائمة.

كما تسلط الدراسة الضوء على الجزائر باعتبارها دولة نامية تسعى إلى مواكبة التطور الحاصل الذي تشهده معظم الدول المتقدمة في ميدان المعرفة والإبداع، ومحاولة رفع المكانة الاقتصادية للدولة من خلال زيادة عدد المؤسسات ودعمها على دفع عجلة التنمية وتحقيق الثروة وتصدر القاطرة الأمامية للاقتصاد الوطني التي تعتمد على الريع للموارد الطبيعية الطاقوية بدرجة كبرى.

خامسا: أهداف الدراسة.

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على اقتصاد المعرفة والإلمام بعناصره.
- التعرف على ماهية المؤسسات الناشئة ومضامينها.
- توضيح علاقة اقتصاد المعرفة بخلق المؤسسات الناشئة.

- معرفة واقع الجزائر في اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.
- معرفة مدى توجه الجزائر في دعم المؤسسات الناشئة.

سادسا: أسباب اختيار الموضوع.

أسباب موضوعية:

- حداثة الموضوع وقلة التناول في الجزائر والعالم العربي.
- موضوع يستحق اثرائه بمعطيات واحصائيات حديثة.

أسباب شخصية:

- ضمن نفس تخصص الباحث.
- رغبة الطالب الشخصية واهتمامه بالموضوع.

سابعا: حدود الدراسة.

الحدود الزمانية للدراسة: تم إجراء الدراسة في حدود أربع أشهر من بداية شهر فيفري 2021 حتى بداية شهر جوان 2021 وكان الشهر الأخير قد خصص للجانب التطبيقي وكانت أداة الدراسة هي المقابلة حيث تم إجراء المقابلات خلال هاته الفترة وهي فترة قصيرة بالنظر إلى متطلباتها التي تستلزم فترة أكبر من أجل الإلمام الشامل بكل جوانبها وخصوصا التطبيقية منها.

الحدود المكانية للدراسة: اختيرت الجزائر كنموذج للقيام بالدراسة التطبيقية فتم إجراء المقابلة مع أربع خبراء مع المؤسسات محل الدراسة.

ثامنا: منهجية الدراسة.

تقوم الدراسة الحالية على منهجين أساسيين:

المنهج الأول: وصفي تحليلي، حيث سنقوم بتحليل مختلف الدراسات والأبحاث حول اقتصاد المعرفة من خصائص، ومؤشرات قياسه وبعده يتم التطرق إلى دراسة ماهية المؤسسات الناشئة ومضامينها وفي الأخير سنتطرق إلى دور اقتصاد المعرفة في خلق المؤسسات الناشئة.

المنهج الثاني: تطبيقي، وتم الاعتماد على منهج المقابلة للحصول على المعلومات الضرورية وتم تحليلها لمحاولة إسقاط المفاهيم التي تم التطرق إليها في الدارسة النظرية على الجزائر باعتبارها تسعى إلى تبني نموذج اقتصادي قائم على المعرفة ومساهمتها في دعم المؤسسات الناشئة من خلال وضعها لاستراتيجيات طويلة المدى كالدليل الاقتصادي والاجتماعي والمخطط الخماسي للتنمية وغيرها.

تاسعا: هيكل الدراسة.

لقد قسمت الدراسة إلى فصلين الأول يتناول الجانب النظري والثاني تطبيقي، وقد شمل الفصل الأول على ثلاث مباحث عرضنا فيها عناصر اقتصاد المعرفة من مفاهيم المعرفة، تعريف ونشأة اقتصاد المعرفة، مميزاته وأهميته ومؤشرات قياسه. أما المبحث الثاني فتم استعراض ماهية المؤسسات الناشئة من نشأة وتعريف ودورة حياتها أنواعها إلى مضمونها متمثلا في مصادر تمويلها وعوامل نجاحها، والمبحث المبحث الثالث الذي تناول العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة فشمل على أهمية البحث والتطوير، النظام الوطني للإبداع مكوناته وطرق تدعيمه ومجتمع المعرفة وعناصر إنتاج المعرفة.

أما الفصل الثاني فقد تطرق للجانب التطبيقي فشمل على ثلاث مباحث أيضا تم عرض فيها واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر بالمبحث الأول وواقع المؤسسات الناشئة بالمبحث الثاني، أما الثالث فكان لتحليل المعطيات والنتائج وفي الأخير تم استعراض أهم الفرص والتحديات التي تحول دون اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة ومدى مساهمة المؤسسات الناشئة في تعزيز فرص نجاح تطبيق هذا النمط الاقتصادي الجديد.

عاشرا: صعوبات الدراسة.

ككل بحث علمي أكاديمي واجهتنا بعض الصعوبات منها:

- صعوبة حصر كل مراجع الاقتصاد المعرفي نظرا لاختلاف وجهات النظر وتعدد المفاهيم.
- نقص البيانات الخاصة المتعلقة بمقومات الاندماج في اقتصاد المعرفة في الجزائر والعوامل المحددة لها
- صعوبة إيجاد الإحصائيات الجديدة على مستوى الديوان الوطني للإحصائيات والمعهد الوطني للملكية الفكرية.
- نقص المراجع النظرية للمؤسسات الناشئة وصعوبة الحصول عليها من مصادرها الرسمية.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

تمثل المعرفة في الوقت الراهن مصدر القوة الهائلة التي تدفع إلى التقدم والارتقاء، وهي مصدر تهديد قوي وفرض نفوذ وهيمنة يمارسها الأقوياء على الضعفاء. فالصراع العالمي في هذا الوقت، لن يكون صراعا على رأس المال، أو الموارد الأولية الرخيصة، أو الأسواق المفتوحة بل إنه سيستمر لفترة طويلة صراعا على المعرفة، لأن المعرفة هي التي ستصنع القوة، وتوفر المال، وتخلق الموارد الخام، وتفتح الأسواق. بل إن المعرفة شكلت اقتصادا جديدا في مجالاته وآلياته ونظمه التي تضم الأنظمة التالية: نظم الإنتاج المعرفية، نظم التسويق المعرفية، نظم التمويل المعرفية، نظم الكوادر البشرية العاملة في مجال المعرفة وغيرها من الأنظمة الفرعية، يعرف هذا النوع من الاقتصاد الجديد باقتصاد المعرفة وقد تم تبنيه من طرف الدول المتقدمة نظرا للأهمية البالغة التي يكتسيها في طياته وميزته الأساسية أنه اقتصاد وفرة متجدد كونه قائم على المعارف.

وفي ظل محاولة الدول النامية السير للاندماج فيه وتبنيه، ظهرت هناك آليات ووسائل تساعد على تبني هذا الاقتصاد تمثل فيما يسمى بالمؤسسات الناشئة وهي تلك المؤسسات الابتكارية التي تقوم على أساس حل لمشاكل واقعة أو تحسين لخدمات أو منتجات وغيرها، فهي بذلك تساهم في زيادة التنافسية والحصص السوقية والتي بدوها تؤثر على الناتج الداخلي الخام للبلاد وهذا بدوره يرفع من أداء الاقتصاد الوطني.

وقد تم تقسيم عناصر الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لاقتصاد المعرفة.

المبحث الثاني: ماهية المؤسسات الناشئة.

المبحث الثالث: العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لاقتصاد المعرفة.

إن تزايد الاهتمام الكبير بالمعارف من طرف الدول والمؤسسات لتطوير الاقتصاد الوطني أدت إلى نشوء اقتصاد جديد قائم على الوعي الإدراكي وامتلاك زمام صنع المستقبل. وقد " نشأ مع هذا الاقتصاد الجديد، قوى اقتصادية جديدة، تدفع إلى الابتكار والإبداع من خلال إيجاد منتجات جديدة نظم إنتاج وتسويق ابتكاري جديدة "1. ومما لا شك فيه أن المستقبل تصنعه اقتصاديات المعرفة، فمن يمتلك المعرفة هو المتقدم والمتفوق بل أصبحت المعرفة هي المقياس الرئيس للتفرقة ما بين التقدم والتخلف.

المطلب الأول: مفهوم المعرفة وأنواعها.

الفرع الأول: مفهوم المعرفة وأنواعها.

أولا: مفهوم المعرفة.

لقد تنوعت وتعددت المفاهيم التي تناولت المعرفة، ويرجع هذا التنوع والتعدد لتنوع الخلفيات العلمية والمهنية للباحثين فكل باحث ينظر إلى المعرفة من زاويته أو مجال تخصصه نذكر من التعاريف ما يلي:

- "المعرفة تتكون من البيانات أو المعلومات التي تم تنظيمها ومعالجتها لنقل الفهم والخبرة والتعلم المتراكم والتي تطبق في المشكلة أو النشاط الراهن"2 .
- ويعرفها الكبيسي بأنها "كل شيء ضمني أو ظاهر يستحضره الأفراد لأداء أعمالهم بإتقان أو لاتخاذ قرارات صائبة"3.
- ويعرفها دراكر (Drucker) بأنها القدرة على ترجمة المعلومات إلى أداء لتحقيق مهمة محددة أو إيجاد شيء محدد، وهذا عند البشر ذوي العقول والمهارات الفكرية.
- ويعرفها Davenport وPursak على أنها مزيج من الخبرة المؤطرة، القيم، معلومات ذات سياق، وكذلك البصيرة والحدس، والذي يوفر بيئة وإطار لتقييم ودمج الخبرات والمعلومات الجديدة، حيث تصبح جزءا لا يتجزأ من الروتينيات التنظيمية والعمليات والممارسات والقواعد.

ثانيا: أنواع المعرفة.

هناك تصنيفات عديدة لأنواع المعرفة يمكن إبرازها كالتي:

- ✓ حسب نوناكا وتاكيوشي Nonaka & Takeuchi 4 :

1) **المعرفة الصريحة:** وهي المعرفة التي يتم تدوينها ونقلها بلغة رسمية ومنهجية وتعتبر واضحة، رسمية، موضوعية، يمكن الوصول إليها ويمكن التعبير عنها في شكل وثائق، قواعد بيانات، رموز وأشكال، من إيجابيات المعرفة الصريحة أنه يمكن تشاركها وإرسالها بسهولة.

1 – محسن أحمد الخضيري، اقتصاد المعرفة، مجموعة النيل العربية، ط1, القاهرة, 2001, ص07.

2 -Efraim Turban, Information Technology for Management, John Wily and sons Inc, 2002, P49.

3 – صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة, 2005, ص 12.

4 – ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان, 2008, ص 84.

2) **المعرفة الضمنية:** هي معرفة شخصية، محددة بسياق معين، وتوجد في المستوى اللاوعي للأفراد، وهكذا فإنه يصعب تشاركها مع الآخرين، ويمكن التعبير عنها بمقولة Polayniالشهيرة "نحن نعرف دائما أكثر مما نستطيع أن نقول".

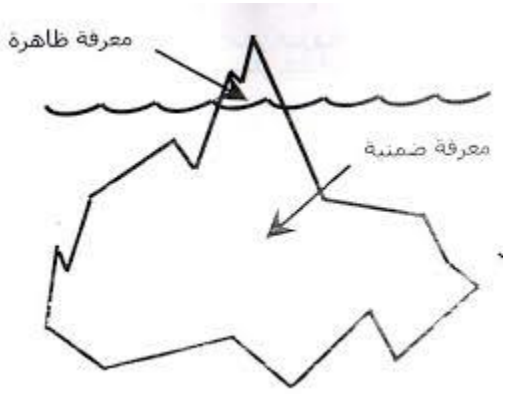
ويمكن اكتسابها من خلال تراكم خبرات سابقة وغالبا ما تكون ذات طابع شخصي مما يجعل الحصول عليها صعبا على الرغم من قيمتها العالية كونها مختزلة في عقول أصحابها1, فحسب "Nonaka & Kanno" فإن المعرفة الضمنية لها بعدين: بعد إدراكي وآخر تقني.

أ- **البعد الإدراكي:** يختص بالمعارف التي تسمح لنا القيام بالأعمال بطريقة صحيحة وهي: المعتقدات، النماذج الفكرية، القيم ووجهات النظر.

ب- **البعد التقني:** يختص بالكفاءات، المهارات، المهن والممارسات التي تطبق على سياق محدد.

تجدر الإشارة إلى أن المعرفة الضمنية مهمة جدا داخل المنظمة والمجتمع حيث أن الفرد يكتسب المعرفة من خلال إعادة توليد وتنظيم خبراته الخاصة، وفي هذا الصدد يعبر Beijerse عن المعرفة بجبل جليدي (Iceberg) والمعرفة الصريحة هي فقط الجزء الظاهر من هذا الجبل.

الشكل 01: تمثيل للمعرفة الضمنية والصريحة.



المصدر: عبد الله قلش، تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة,مداخلة ضمن الملتقى الدولي"المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين الميزة التنافسية",27-28 نوفمبر2007,جامعة حسيبة بن بوعلي, الشلف,الجزائر,ص 11.

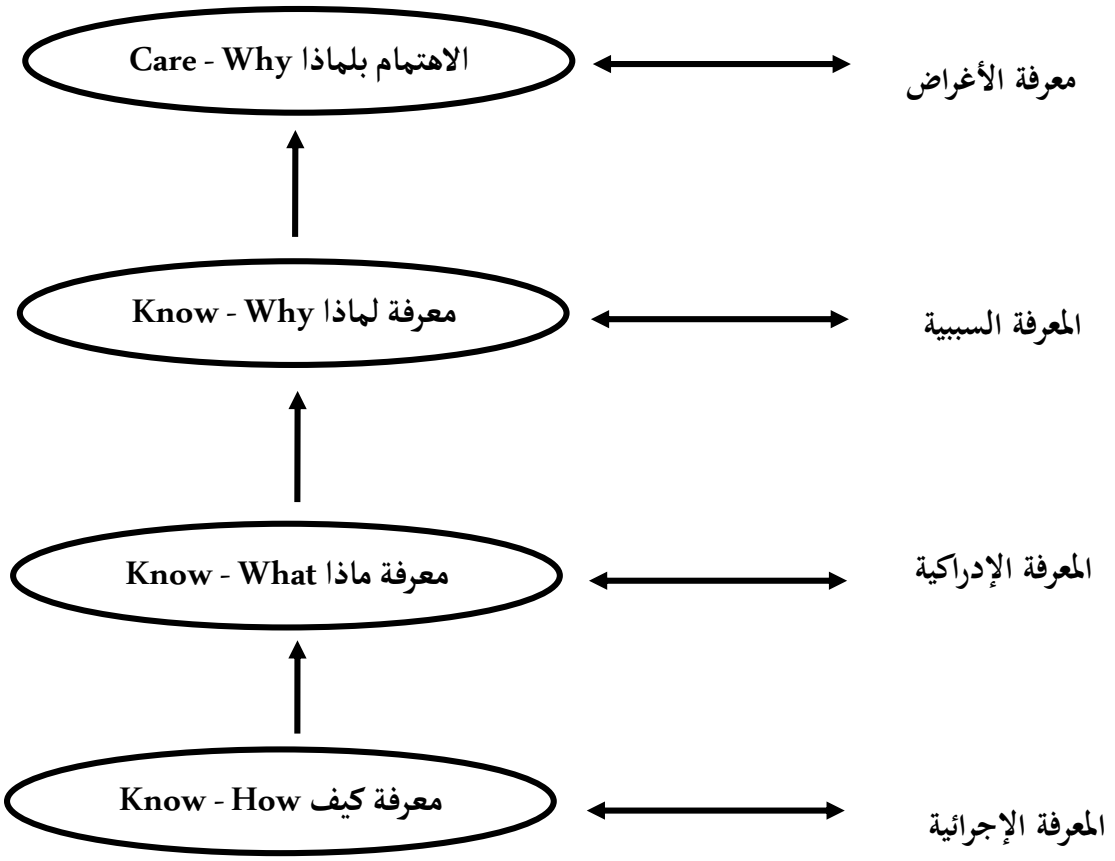
وحسب عبود نجم يمكن تصنيف المعرفة إلى خمس أنماط هي:

- المعرفة الإجرائية أو معرفة كيف (Know-How): وهي المعرفة العملية التي تتعلق بمعرفة كيفية عمل الأشياء والقيام بها.
- المعرفة الإدراكية أو معرفة ماذا (Know-What): وهي التي تذهب إلى ما بعد المهارات الأساسية والخبرة الأعلى في معرفة ودراسة أي موضوع.
- المعرفة السببية أو معرفة لماذا (Know-Why): وهي التي تتطلب فهما أعمقا للعلاقات البينية، وهذه المعرفة تتطلب منظور النظم وبناء إطار متكامل للمعرفة يمكن الاعتماد عليه في اتخاذ القرارات.
- معرفة الأغراض أو الاهتمام بلماذا (Care-Why): وتهدف هذه المعرفة إلى تحديد الخيارات الإستراتيجية للمنظمة والعوائد المنتظرة منها.

1 - نعيم ابراهيم الظاهر، إدارة المعرفة، عالم الكتاب الحديث ودار جدار للكتاب العالمي، الأردن, 2009, ط1, ص 14.

والشكل الموالي يوضح هذا التصنيف لأنواع المعرفة:

الشكل 02: تصنيفات المعرفة.



المصدر: عبود نجم، إدارة المعرفة –المفاهيم والإستراتيجيات والعمليات–,مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1, 2008, ص 46.

كما قدم توم باكمان Tom Backman تصنيفا أوسع للمعرفة حيث يصنفها إلى أربعة أنواع هي[1]:

1- المعرفة الصريحة Explicit: معرفة جاهزة وقابلة للوصول موثقة في مصادر المعرفة الرسمية التي عادة ما تكون جيدة التنظيم.

2- المعرفة الضمنية Implicit: قابلة للوصول من خلال الاستعلام والمناقشة ولكنها غير رسمية يجب أن توضع وبعدئذ تنقل وتبلغ.

3- المعرفة الكامنة Tacit: قابلة للتوصل بشكل غير مباشر فقط ويتم ذلك بصعوبة من خلال أساليب الاستنباط المعرفي وملاحظة السلوك.

4- المعرفة المجهولة UnKnown: وهي المعرفة المبتكرة من خلال النشاط، المناقشة، البحث والتجريب.

الفرع الثاني: أهمية ومصادر المعرفة.

أولا: أهمية المعرفة.

1 – ربحي مصطفى العليان، إدارة المعرفة، مرجع سابق، ص 84.

تؤدي المعرفة دورا كبيرا في حياة المنظمات والأفراد في العصر الحالي الذي هو عصر المعرفة حيث تحتل أهمية كبيرة تصل إلى حد ضمان أو ارتباط بقاء واستمرار المنظمة ونموها وتوسعها، وتكمن حاجتها بدءا من قرار الإنشاء إلى تحديد الاستراتيجيات والأهداف وتنفيذ السياسات وتحديدها وتنفيذ جميع أعمال وأنشطة المنظمة وفي اتخاذ القرارات الشخصية مصيرية كانت ذات طابع استراتيجي أو روتينية بالنسبة للأفراد من جهة. ويمكن تحديد أهمية المعرفة فيما يلي1:

- تمثل المعرفة الأساس المهم في تحقيق الابتكارات والاكتشافات والاختراعات التكنولوجية، حيث أن التكنولوجيا هي نتاج المعرفة والعلم.
- المعرفة أساس اتخاذ قرار إنشاء المنظمة وتحديد استراتيجياتها فالقرار هو نتاج التفاعل بين المعرفة والرؤية الذاتية للمسير، وكلما كانت المعرفة مناسبة وكافية زادت فعالية القرار.
- تساعد المعرفة الفرد والمنظمة على فهم متغيرات وعناصر البيئة المحيطة بها وتفسير العلاقات بينها ومن ثم القدرة على التنبؤ وتوقع التغيرات والتطورات المستقبلية.
- تعد المعرفة والمعلومات المتوفرة للمنظمة عن العملاء والأسواق الحالية والمتوقعة دعامة أساسية لاتخاذ القرارات التسويقية.
- تساهم في اكتشاف حاجات ورغبات المستهلكين والارتقاء بها وتنميتها.
- تعد المحفظة المعرفية للمنظمة داخل عقول الأفراد (الضمنية) مصدر قوة واستمرارية المنظمة وتدعيم أنشطتها الابتكارية ومصدر التحديد والتطوير.
- للمعرفة دور في تنمية وتطوير المنتجات وأساليب الإنتاج فهي أساس الاختراعات والاكتشافات.
- تساهم في خلق الميزة التنافسية للمنظمة فهي توفر المعلومات الخاصة بالتنافسية والعولمة والعوامل المستجدة على نمو الأعمال.

ثانيا: مصادر المعرفة.

عرف صافادي (2000,Saffady) مصدر المعرفة بأنه" ذلك المصدر الذي يحوي أو يجمع المعرفة، وأكد أن الذكاء والتعلم والخبرة أمور تضبط حدود المعرفة للأفراد "2.

وحسب رأي (2005, Marquardt) يمكن تقسيم مصادر المعرفة إلى مصدرين أساسيين هما:

أ- **المصادر الداخلية:** تعتبر المعرفة الضمنية أهم المصادر الداخلية وتتمثل في خبرات أفراد المنظمة المتراكمة حول مختلف الموضوعات وقدرتها على الاستفادة منها ومن عملياتها والتكنولوجيا المعتمدة ومن أمثلتها: الإستراتيجية والمؤتمرات الداخلية، الحوارات، رأس المال الفكري للمنظمة، الخبرة والمهارة أو من خلال التعلم بالعمل أو البحوث أو براءات الاختراع الداخلية.

ويوجد ثلاث فئات تساهم في تكوين المعرفة الداخلية على النحو التالي:

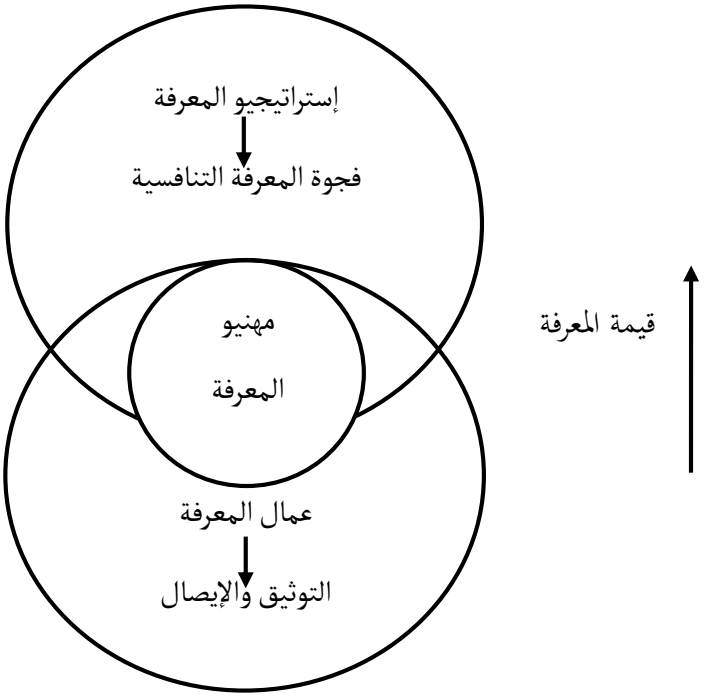
- **إستراتيجيو المعرفة:** هم خبراء الإستراتيجية والمنافسة القائمة على المعرفة في السوق، حيث لأنهم المسؤولون على بناء وتقييم إستراتيجية المنظمة.
- **مهنيو المعرفة:** تتضمن الفئة التي تستوعب المضمون المعرفي من خلال أساليب الحصول على المعرفة وتوظيفها وتشمل هذه الفئة مهندسي المعرفة وهم الأشخاص الذين تعتمد عليهم المنظمة في بناء قواعد المعرفة فيها.

1- مصطفى يوسف كافي، اقتصاد المعرفة وانعكاساته في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، دار ألفا للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1 ,2017, ص 25.

2 – محمد عواد الزيات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1, 2008, ص51.

- **عمال المعرفة:** هم الذين يعملون في مجال المعرفة من أجل توفير عوامل الدعم والإسناد لمهني المعرفة، فهم الذين يقومون بجمع البيانات وتصنيفها وإيصالها لمهندسي المعرفة، والشكل الموالي يوضح أفراد المعرفة:

الشكل 03: أفراد المعرفة.



المصدر: محمد عواد الزيات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1, 2008, ص155.

ب- **المصادر الخارجية:** هناك عدد كبير من المصادر الخارجية للحصول على المعرفة من ضمنها المقارنة المرجعية أما م المنظمات الآخرى، والأسواق وكذلك متابعة الأحداث اليومية (صحف، مؤتمرات، برامج....)، وفيما يلي أهم المصادر الخارجية:

- الزبائن: هم المصدر المتجدد للمعرفة، حيث أشار Stewart إلى أن الزبون يعتبر مصدرا مهما للمعارف، فلذلك يجب على المنظمات أن تكون قريبة قدر الإمكان من زبائنها.
- الموردون: يعتبرون من أهم المصادر المعتمدة في تكوين المتعلقة بالأسواق.
- المنافسون: هم المصدر الأكثر تأثيرا في خلق المعرفة حيث أن المنافسة تقدم فرصا حقيقية للتعلم.
- الشركاء: مصدر إضافي يوفر للمنظمة ما تفقده من معرفة وخبرات عن طريق التحالف.

المطلب الثاني: مفهوم اقتصاد المعرفة.

الفرع الأول: تعريف ونشأة اقتصاد المعرفة.

أولا: نشأة وتطور اقتصاد المعرفة.

لقد أصبح مصطلح اقتصاد المعرفة يستخدم لوصف الاقتصاد العالمي المعاصر, وقد برز هذا المصطلح انطلاقا من النقاشات والحوارات أقرت بأن الاقتصاديات الحديثة تنشئ نسبة عالية من ثروتها الاقتصادية انطلاقا من إنشاء, استخدام وتشارك المعارف1, وعلى الرغم من اختلاف التوجهات الإدارية إلا أنه من المتعارف عليه هو أن القرن 21 يمثل عصر مجتمعات ما بعد الصناعة أو القائمة على المعرفة أين يكون المصدر الأساسي للثروة هي المعرفة بدلا من الموارد الطبيعية والعمل العضلي, وقد ظهر مفهوم اقتصاد المعرفة مع إدراك الدور المتزايد لعمليات إنتاج, نشر واستعمال المعارف في نشاط المؤسسات, فليست كمية المعارف ونوعيتها وحدها فقط هي التي يتم تطويرها وتعزيزها, وإنما أيضا العلاقات الديناميكية ما بين الأفراد خلال عمليات إنشاء المعارف, توزيعها واستغلالها2 .

إن بروز الثورة الصناعية كان له الأثر العميق في الحياة الاجتماعية والاقتصادية حيث وضعت أسسا للتقدم التكنولوجي والبحث العلمي، إلا أن ثورة المعلومات حققت قفزة نوعية حولت المعرفة بحد ذاتها إلى مورد أساسي من الموارد الاقتصادية وإلى قوة حقيقية في الإدارة.

فاقتصاد المعرفة كمصطلح عرف بروزه بداية الستينيات، والفضل في ذلك يرجع للاقتصادي Machlup (1962)، وطوال العقود الأربعة الأخيرة قد تزايد اهتمام الباحثين بهذه الظاهرة الجديدة من خلال العديد من الدراسات في محاولة لشرح وتحديد الآليات التي كانت وراء جعل الاقتصاد يرتكز على المعرفة التي أصبح لها أهمية بالغة، حيث برزت خلال هذه العقود عدة مقاربات ومناهج أصبح من خلاله اقتصاد المعرفة إستراتيجية أساسية تتبناها العديد من الدول لتحقيق التنمية.

من بين الباحثين الأوائل الذين تطرقوا إلى موضوع اقتصاد المعرفة هم Machlup, Hayek, و Simon, ففي 1962 حاول الاقتصادي Princeton Fritz Machlup قياس القيمة الاقتصادية للمعارف من خلال استعمال المعطيات الخاصة بسنة 1958, حيث توصل إلى أن 34.5% من الإنتاج الداخلي الخام الخاص بالولايات المتحدة الأمريكية يمكن أن يخصص لقطاع المعلومات, حيث عمل Machlup على إدماج المعارف في جميع العمليات, ليس فقط تحليل قطاعات وإنتاج المعلومات, اختبار أنتاج المعلومات الجديدة ودراسة إنشاء ونقل المعارف, ولكن أيضا الميدان الواسع للنظريات الاقتصادية التي تعمل على تحليل واختيار المعلومات خصوصا غير المؤكدة منها.

وبالإضافة إلى أعمال Machlup فإن Simon (1982)، طور عدة مفاهيم حول اقتصاد المعرفة مثل: دور الذاكرة التنظيمية في عمليات التعلم، هذا الأخير يعتبر عاملا حقيقيا ومؤثرا في اقتصاد تكنولوجيات الإعلام3.

وفي بداية التسعينيات برزت مقاربة مفادها أن الاقتصاديات المرتكزة على المعرفة تتكون من ظاهرة مزدوجة, تتمثل الظاهرة الأولى في نزعة طويلة مرتبطة بزيادة الموارد المخصصة لإنتاج المعارف ونقلها (تعليم, تدريب, أبحاث وتنمية, تنسيق اقتصادي) أما الظاهرة الثانية فتتمثل في حدث تكنولوجي هام جدا هو بروز التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال, وهو ما أدى ظهور الاقتصاديات المرتكزة على المعرفة,

1 - Paillard Sandrine, Les indicateurs de l'économie de la connaissance, Note d'introduction aux travaux du séminaire d'experts réuni dans le cadre de l'axe " La France dans l'économie de la connaissance " de programme du travail du SDTI, P02.

2 – الشمري هاشم والليثي ناديا,الاقتصاد المعرفي, دار صفاء للنشر والتوزيع, ط1, الأردن, ص 20.

3 - Foray Dominique, **l'économie de la connaissance**, Casbah éditions, Alger, 2004, P 09.

حيث أن انتشار هذه التكنولوجيات عزز بشكل كبير انتشار النشاطات المكثفة في مجال المعرفة من خلال تأثيراتها الرئيسية الثلاث على الاقتصاد, وقد تمثلت هذه التأثيرات فيما يلي1 :

1- تسهم هذه التكنولوجيات في تحصيل أرباح مهمة في مجال معالجة المعارف وتشاركها وهو ما شجع العديد من الدول على تبني خطط واستراتيجيات لضمان الاستفادة من هذه التكنولوجيات.

2- تعزز توليد نشاطات جديدة كالتجارة الإلكترونية وكذلك تشجع الحكومات على تقليص الروتينات السائدة وزيادة فعالية النشاط الاقتصادي ومن خلال تسهيل العمليات التجارية وكذلك تخفيض تكاليف المعاملات.

3- تحت على اعتماد نماذج جديدة مرتكزة على الاستغلال الأمثل للمعلومات والتي تزيد من فعاليتها.

وانطلاقا من أهمية الاقتصاد المعرفي في تحقيق التنمية المستدامة وتحقيق الثروة يمكن إبراز الفروق الأساسية بينه وبين الاقتصاد التقليدي وهي موضحة في الجدول التالي:

الجدول 01: خصائص اقتصاد المعرفة بالمقارنة مع الاقتصاد القديم.

		الاقتصاد القديم P-economie	اقتصاد المعرفة K-economie
خصائص التنظيمية	مجال المنافسة	– وطنية	– عالمية
	الأسواق	– مستقرة	– متقلبة
	حركة الأعمال	– منخفض / متوسط	– مرتفع
	دور القطاع العام	– تجهيزي: البنية التحتية، السياسات التجارية، الصناعات المفيدة	– توجيهي: الخصخصة، الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، التكتلات الإقليمية، الشراكة مع القطاع الخاص
خصائص العمالة والتوظيف	علاقات سوق العمل	– تنافسية	– تضامنية / مشتركة
	المهارات المطلوبة	– مهارات محددة حسب الوظائف	– تعلم شامل
	التنظيم اللازم	– محدد حسب المهام	– تعلم مستمر مدى الحياة. – تعلم بالممارسة
	أهداف السياسات	– إحداث فرص التوظيف	– الأجور، الدخول المرتفعة
خ ا ط	العلاقة مع المنشآت الآخرى	– مغامرات، مخاطر مستقلة	– الاتحاد والتعاون

1 – الشمري هاشم والليثي ناديا، مرجع سبق ذكره، ص 20-21.

	مصادر الميزة التنافسية	– الكتل الاقتصادية	– التجديد ، الجودة ، النوعية
	المصدر الرئيسي للإنتاجية	– الميكنة	– الرقمية
	موجهات النمو	– مدخلات العوامل (العمل، رأس المال)	– الابتكار، التجديد، الاختراع والمعرفة

المصدر: محمد عبد العال صالح، موجهات التنمية الصناعية في الاقتصاد **الجديد، مداخلة مقدمة في المؤتمر السنوي الأول للجمعية الاقتصادية العمانية، مسقط، يومي 02–2005/10/03**.

ومع قدوم القرن الواحد والعشرين يتجه الاقتصاد العالمي أكثر فأكثر نحو اقتصاد المعرفة الذي يعتمد اعتماداً أساسياً على تكنولوجيا المعلومات وهكذا فإن الاهتمام بالتقدم والتنمية في هذا العصر يقضي بضرورة الاهتمام بتفعيل المعارف التي نحتاجها لبناء إمكانات جديدة ومتجددة, والاستفادة من تقنيات المعلومات والاتصالات على أكمل وجه ممكن, وصولا إلى بناء اقتصاد معرفي يحقق التنمية المستدامة المنشودة, بوسائل جديدة تخفض من الاعتماد على الموارد القابلة للنفاذ وتحقيق منافع اقتصادية عديدة من تقديم وتوفير لفرص العمل ليس فقط للمؤهلين معرفيا بل للمبدعين والمبتكرين أيضا فهو الاقتصاد القائم على تحويل المعارف واستغلالها لتقديم منتجات وخدمات متميزة ومبتكرة يمكن تسويقها وتحقيق الأرباح منها وتوليد الثروة من خلال ذلك.

ثانيا: تعريف اقتصاد المعرفة.

على الرغم من تعدد الأدبيات فيما يخص اقتصاد المعرفة إلاّ أنه ليس هناك تعريف موحد، فبالنسبة للعديد من المؤلفين ك May(2002) وSmith فإن اقتصاد المعرفة لا يزال مجرد "موضة" حيث أن Smith يرى أنه من أجل تحديد نظرية ملائمة لاقتصاد المعرفة، فمن الضروري بالنسبة للاقتصاديين تحديد وبدقة موقع المعرفة في اقتصاد المعرفة، وعلى الجانب العملي وعلى الرغم من أن عدة منظمات دولية مثل Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) والبنك العالمي قدمت مؤسسات عملية قائمة على المعرفة من أجل بناء اقتصاد المعرفة في الدول المتطورة والنامية، إلاّ أنه لا وجود لأي مخطط عمل واضح المعالم من أجل تطوير اقتصاد المعرفة1. وبالرجوع إلى تعريف اقتصاد المعرفة، فإن أهم التعاريف المقدمة في هذا المجال ما يلي:

-عرفت (OECD) الدولة القائمة على اقتصاد المعرفة أين تكون عمليات إنشاء، نشر واستعمال المعلومات والتكنولوجيات أساسية في النشاط الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة، فالاستثمار في المعارف يشير أساسا إلى الاستثمار في الميادين التي تنشئ المعارف مثل البحث والتطوير والبرمجيات، كما يشير أيضا إلى الابتكار والآليات والبنى التحتية التي تدعمه، ويتجلى هذا في اتجاهات دول المنظمة في زيادة حجم استثماراتها في التكنولوجيا الحديثة، الصناعات حديثة التكنولوجيا ويد عاملة جد مؤهلة2 .

1 - Dang Duc et Umemoto Katsuhiro, Modeling the development toward the knowledge economy: a national capability approach, ***Journal Of Knowledge Management***, Vol. 13, No. 5, 2009, P.P(359-360).

2 - Roberts Joanne, Position paper The global knowledge economy in Question, ***Critical perspectives on international business***, Vol. 5 No. 4, 2009, P 286.

– ووفقا لموسوعة الاقتصاد الجديد (2000)، فإن اقتصاد المعرفة هو عالم يستخدم فيه الأفراد عقولهم بدلا من أيديهم، كما أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال تنشئ منافسة عالمية يكون الابتكار أكثر أهمية من الإنتاج الضخم، وكما أن الاستثمار في إنشاء واكتساب مفاهيم ومعارف جديدة أكثر أهمية من شراء الآلات والمعدات الجديدة1 .

– ويعرف كل من Powell (2004) وSnellman اقتصاد المعرفة بأنه:" الإنتاج والخدمات القائمة على المعرفة والتي تتميز بكثافة النشاطات المساهمة في تسارع وثيرة التطور التكنولوجي والعلمي، فضلا عن الاهتلاك السريع لها، فالمكونات الأساسية لاقتصاد المعرفة تتمثل أساسا في زيادة الاعتماد على القدرات الفكرية بدلا من الموارد الطبيعية أو المادية، إضافة إلى الجهود المبذولة من أجل إدخال التحسينات المستمرة في كل مراحل الإنتاج انطلاقا من مخابر البحث والتطوير إلى الورشات إلى غاية وصولها للعملاء".

– وتماشيا مع هذه التعاريف، فإن المجلس البريطاني للأبحاث الاقتصادية والاجتماعية (ESRC) يرى بأن اقتصاد المعرفة مصطلح يستخدم من أجل وصف البنية الاقتصادية التي نشأت في مجتمع المعرفة العالمي أين يكون النجاح الاقتصادي مرتبطا أكثر فأكثر بالاستخدام الفعال للأصول غير الملموسة كالمعارف والكفاءات والقدرات الإبداعية.

– ويعرف الباحث نجم عبود نجم اقتصاد المعرفة في سياق المفهوم الواسع للمعرفة (المتضمن للمعرفة الصريحة التي تشتمل على قواعد البيانات والمعلومات والبرمجيات وغيرها، والمعرفة الضمنية التي يمثلها الأفراد بخبراتهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم) بأنه:" الاقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات وخدمات المعرفة (الإنشاء، التحسين، التشارك، التعلم، التطبيق والاستخدام للمعرفة بأشكالها) في القطاعات المختلفة بالاعتماد على الأصول البشرية وغير الملموسة ووفق خصائص وقواعد جديدة"2

– ومما سبق ذكره، فإنه يمكننا تعريف اقتصاد المعرفة بأنه 3:

نموذج اقتصادي حديث فرضته التحولات الجذرية التي عرفتها بيئة الأعمال المعاصرة والتطورات التكنولوجية المتسارعة والتي أدت إلى التحول من إنتاج السلع إلى إنتاج المعارف التي أصبحت المحرك الأساسي لتطوير اقتصاديات الدول، حيث أنه يهدف إلى استغلال الأصول غير الملموسة والقدرات الفكرية للأفراد من أجل إنشاء قيمة مضافة تكون المعرفة مصدرها الرئيسي.

الفرع الثاني: مميزات اقتصاد المعرفة.

يتميز اقتصاد المعرفة بالقدرة على توليد واستخدام المعرفة، أو بمعنى آخر القدرة على الابتكار، إذ لا يمثل فقط المصدر الأساسي للثروة، وإنما يعد أساس الميزة النسبية المكتسبة في الاقتصاد الجديد، فالمعرفة هي الوسيلة الأساسية لتحقيق كفاءة عمليات الإنتاج والتوزيع وتحسين نوعية وكمية الإنتاج وفرص الاختيار بين السلع والخدمات المختلفة سواءً بالنسبة للمستهلكين أو المنتجين، وبشكل عام يتميز بما يلي:

- لا تمثل المسافات أياً كانت أبعادها أي عائق أمام عملية التنمية الاقتصادية أو الاتصال أو التعليم أو نجاح المشروعات أو الاندماج الكامل في المجتمع بشكلٍ عام.
- إن المعرفة متاحة بشكل متزايد لكافة الأفراد ويتم توفيها بصورة تتوافق والاحتياجات الفردية والاجتماعية بما يمكّن كل فرد من اتخاذ القرارات بصورة أكثر حكمة في كافة مجالات الحياة.

1 – Ghosh Maitrayee et Ghosh Ipsheet, ICT and information strategies for a knowledge economy: the Indian experience, ***Program: electronic library and information systems,*** Vol. 43, No. 2, 2009, P189.

2 – نجم عبود نجم، إدارة المعرفة –المفاهيم والإستراتيجيات والعمليات–، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، ص 24.

3 – من اعداد الطالب اعتماد على المراجع والأدبيات المبحوثة.

- إن كل فرد في المجتمع ليس مجرد مستهلك للمعلومات، ولكنه صانع ومبتكر لها أيضاً.

إن اقتصاد المعرفة اقتصاد منفتح على العالم, لأنه لا يوجد اقتصاد يمكنه خلق واحتكار المعرفة دون أن يشارك أو يستورد المعارف الجديدة من الآخرين, كما أن المناخ الاقتصادي على المستوى الكلي في الاقتصاد المعرفي يجب أن يكون مشجعاً للاستثمار في المعرفة والمعلومات والقدرة على الابتكار, وهو أمر في غاية الأهمية, لأن ضمان ديمومة الاقتصاد المبني على المعرفة يقتضي ضرورة تشجيع الاستثمار في المستقبل, والذي قد تكون معدلات العائد عليه منخفضة أو محدودة, ولذا تحتاج مثل هذه المجالات إلى دعم السياسة الاقتصادية في الدول التي تسعى نحو تحقيق المعرفي1.

ويتميز اقتصاد المعرفة بمجموعة من السمات والخصائص الآخرى التي تميزه عن الاقتصاد التقليدي، ومن خلال مراجعتنا للأدبيات التي تناولت سمات وخصائص اقتصاد المعرفة، وجدنا أنه لا يخرج عن الصفات التالية2 :

- أنه اقتصاد كثيف المعرفة يرتكز على الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال المعرفي والفكري.
- الاعتماد على القوى العاملة المؤهلة والمدربة والمتخصصة في التقنيات الجديدة.
- اعتماد التعلم والتدريب المستمرين وإعادة التدريب، التي تضمن مواكبة التطورات التي تحدث في ميادين المعرفة.
- توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات توظيفا يتصف بالفعالية لبناء نظام معلوماتي فائق الدقة والسرعة والاستجابة.
- انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج وصناعة السلع إلى إنتاج وصناعة الخدمات المعرفية.
- تفعيل عمليات البحث والتطوير كمحرك للتغيير والتنمية.
- ارتفاع الدخل لصناع المعرفة كلما ارتفعت مؤهلاتهم وتنوعت كفاياتهم وخبراتهم.
- أنه مرن شديد السرعة والتغير، يتطور لتلبية احتياجات متغيرة، ويمتاز بالانفتاح والمنافسة العالمية، إذ لا توجد حوافز للدخول إلى اقتصاد المعرفة، بل هو اقتصاد مفتوح بالكامل.
- يملك اقتصاد المعرفة القدرة على الابتكار وإيجاد وتوليد منتجات فكرية ومعرفية وغير معرفية جديدة تماماً لم تكن تعرفها الأسواق من قبل.
- ارتباطه بالذكاء وبالقدرة الابتكارية وبالخيال، وبالوعي الإدراكي بأهمية الاختراع والمبادرة والمبادأة الذاتية والجماعية لتحقيق ما هو أفضل، وتفعيل ذلك كله لإنتاج أكبر في الكم وأكثر في جودة الأداء، وأفضل في تحقيق الإشباع.

أما بالنسبة ل: Galbreath فيرى أن خصائص اقتصاد المعرفة تتمثل فيما يلي3 :

- العولمة Globalization.
- التكيف الموسع لموافقة رغبات الزبائن. Mass Customization

1 – جمال دواد سليمان، اقتصاد المعرفة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009، ص 19.

2 – الشمري هاشم والليثي ناديا، مرجع سبق ذكره، ص 22.

3– ربحي مصطفى العليان، إدارة المعرفة، مرجع سابق، ص 358-359.

- نقص الكوادر والمهارات Staff/Skill Shortage.
- التركيز على خدمة المستهلك Customer Services Emphasis.
- خدمة " الخدمة الذاتية " .Service Self-Service
- التجارة الالكترونية .Electronic Commerce

أما "الخضيري" فيرى أن اقتصاد المعرفة يتميز بما يلي1 :

- تجدد الحاجة إليه والرغبة والطلب على منتجاته المعرفية التي تدخل في كل نشاط، و في كل عمل، و في كل وظيفة و بشكل متصاعد إلى درجة يمكن القول باستحالة قيام نشاط ما بدون المعرفة.
- تجدد المصادر المعرفية ونموها وازديادها وعدم نضوجها سواء بالاستعمال أو بالاحتفاظ، بل بمرور الزمن وتعدد الاستخدام تزداد المصادر المعرفية وتتراكم مجالاتها.

الفرع الثالث: أهمية اقتصاد المعرفة.

وتكمن أهمية اقتصاد المعرفة في النقاط التالية2 :

- أن المعرفة العلمية والعملية التي يتضمنها اقتصاد المعرفة تعتبر هي الأساس المهم حاليا لتوليد الثروة وزيادتها وتراكمها.
- الإسهام في تحسين الأداء، ورفع الإنتاجية، وتخفيض كلفة الإنتاج، وتحسين نوعيته من خلال استخدام الوسائل والأساليب التقنية المتقدمة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة.
- الإسهام في زيادة الإنتاج والدخل القومي، وإنتاج المشروعات، والدخول أو العوائد التي تحققها، والإسهام في توليد دخول للأفراد الذين ترتبط نشاطاتهم بالمعرفة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.
- الإسهام في توفير فرص العمل، خصوصا في المجالات التي يتم فيها استخدام التقنيات المتقدمة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة، وهي فرص عمل واسعة ومتنوعة ومتزايدة، رغم أن هذا يثير وجهات نظر متعددة، بسبب أنّه يرتبط في الغالب بمن تتوفر لديهم المهارات والقدرات العلمية والعملية المتخصصة عالية المستوى.
- الإسهام في إحداث التجديد والتحديث والتطور للنشاطات الاقتصادية وبما يسهم في توسعها ونموها بدرجة كبيرة، وبذلك يتم تحقيق الاستمرارية في تطور الاقتصاد ونموه بسرعة واضحة.
- الإسهام في توفير الأساس المهم والضروري للتحفيز على التوسع في الاستثمار، وبالذات الاستثمار في المعرفة العلمية والعملية، من أجل تكوين رأسمال معرفي يسهم بشكل مباشر في توليد إنتاج معرفي.
- الإسهام في تحقيق تغيرات هيكلية واضحة وملموسة في الاقتصاد، وتتضمن التغيرات الهيكلية زيادة الأهمية النسبية للإنتاج المعرفي المباشر وغير المباشر، وزيادة الأهمية النسبية لاستثمار وتكوين رأس المال المعرفي، وزيادة الأهمية النسبية للعاملين المعرفيين، وزيادة الأهمية النسبية للصادرات من المنتجات المعرفية.

1 – محسن أحمد الخضيري، اقتصاد المعرفة,مجموعة النيل العربية,القاهرة,2001, ص48.

2 – خلف فليح حسين، مرجع سابق، ص22-23.

- الإسهام في التخفيف من قيد الموارد التقليدية وبالذات الطبيعية منها، وإضافة استخدامات جديدة للموارد المعروفة، وتحسين الموجود منها، وبذلك يتم ضمان استمرار التوسع في النشاطات الاقتصادية وتطورها ونموها بدون محددات تحدد ذلك، وبالذات ما يتصل منها بالمحددات الطبيعية وخصوصًا الموارد الطبيعية التي تتسم بالندرة إزاء الطلب عليها.
- إسهام اقتصاد المعرفة في إيجاد نمط جديد للتخصص وتقسيم العمل الدولي, وبالذات بالتقنيات التي يتضمنها اقتصاد المعرفة, والتي أدت وتؤدي مستقبلا إلى قيام الدول المتقدمة والتي تتحقق فيها مضامين اقتصاد المعرفة ومعطياته بالتخصص في التقنيات المتقدمة عالية التطور, وبالشكل الذي يتم في ظروف احتكارية مرتبطة بالشركات متعددة الجنسيات, والتي تتوفر على الإمكانات البشرية والمادية والمالية والفنية, وكذلك في إطار عولمة النشاطات الاقتصادية والإنتاجية والاستثمارية والتسويقية, إضافة إلى الحماية القانونية التي تمثلها براءات الاختراع, وحقوق الملكية الفكرية, هذا ما يضمن للدول المتقدمة وشركاتها احتكار توليد واستخدام التقنيات المتقدمة, مما يؤدي إلى اتساع الفجوة التكنولوجية بين دول العالم.

المطلب الثالث: مؤشرات اقتصاد المعرفة.

لمعرفة إمكانية انضمام الدول ضمن هذا الاقتصاد الجديد والذي يرتكز بدرجة كبيرة على الثورة المعرفية لابد من التطرق إلى بعض المؤشرات والتي سنحاول إجمالها فيما يلي1 :

الفرع الأول: مؤشرات التنمية البشرية.

أولا: مؤشر التعليم والتدريب.

إن للموارد البشرية أهمية كبرى في النشاطات الاقتصادية وتنميتها وتطويرها خاصة في ظل اقتصاد المعرفة وما يتضمنه من تقنيات متقدمة، إلا أن المؤشرات المعروفة جدا لدراسة هذا البعد من اقتصاد المعرفة ما تزال قليلة وذلك يعود من جهة نقص الأعمال في هذا المجال ومن جهة آخرى إلى صعوبة قياس كفاءات الأفراد مباشرة ولمؤشرات الموارد البشرية مصدران رئيسيان على قدر كبير من الأهمية وهي البيانات المتعلقة بالتعليم والتدريب، والبيانات المتعلقة بالكفاءات أو بمهن العمال.

وتسمح المؤشرات القائمة على البيانات المتعلقة بالتعليم والتدريب بتقييم المعارف والمهارات أو رأس المال البشري المكتسبة خلال العملية الرسمية وتسمح هذه المؤشرات أيضا بتقييم المخزون والاستثمار في رأس المال البشري, تجمع إحصاءات التعلم على قاعدة دولية من قبل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية واليونسكو وإدارة الإحصاء في المجموعة الأوروبية, وهي تتوفر عادة لبضع أعوام, ويعد هذا المؤشر على درجة عالية من الأهمية لما له من تأثير مباشر على ثورة التكنولوجيا والمعرفة من حيث زيادة نسبة المتخصصين في مجالات المعرفة المختلفة وبالتالي زيادة الإنتاجية, كما يرتبط مؤشر التعليم والتدريب بإنتاج المعرفة الجديدة والتكيف مع وضع اقتصادي معين مع ارتفاع مستوى التعليم والبحوث فإذا كان عدد السكان لمجتمع ما أكثر تعليمًا فإنه يميل أيضًا أن يكون نسبيًا أكثر تطورًا من الناحية التكنولوجية وهذا يولد الطلب المحلي على الابتكار وتصميم تكنولوجيا متطورة وإنتاج بضائع ذات تقنيات عالية.

فضلاً على أن تكون هذه الموارد البشرية تتمتع بمستوى علمي رصين، ولديها خبرة عميقة تجعلها قادرة على إنتاج الموارد المعرفية ونشرها فيما بينها، وتحسين توظيفها على أرض الواقع.

1 – مرال توتليان, مؤشرات اقتصاد المعرفة وموقع المرأة من تطورها, منشورات المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية, لبنان, 2006, ص21-22.

ثانيا: مؤشر الناتج الداخلي الخام.

الناتج الداخلي الخام أو الناتج المحلي الإجمالي هو قيمة جميع السلع والخدمات النهائية داخل دولة ما خلال فترة زمنية محددة، وهو يعكس الحالة الاقتصادية للدولة عبر تقدير حجم الاقتصاد ومعدل النمو لهذه الدولة. ويمكن احتساب الناتج المحلي الإجمالي بثلاث طرق منهجية باستخدام الإنفاق أو الإنتاج أو الدخل، ويمكن أيضا تعديله وفقاً لمعدلات التضخم وعدد السكان وعوامل أخرى لتوفير صورة أشمل. كما أنه يعتبر أداة رئيسية لمساعدة صناع السياسات والمستثمرين والشركات في اتخاذ القرارات الإستراتيجية يتم حسابه بالعلاقة الآتية:

الناتج الداخلي الخام= الإنفاق الاستهلاكي+ الإنفاق الحكومي+ مجموع الاستثمارات+ (الصادرات–الواردات)

وتستعمل هذه القيمة في التحليلات الاقتصادية ووضع الخطط والاستراتيجيات والمشاريع التنموية، كما أن مقارنة هذه القيمة مع القيمة نفسها في السنة السابقة تعطينا معدل النمو أي:

معدل النمو= الناتج الداخلي الخام للسنةn – الناتج الداخلي الخام للسنة n–1

وإذا تم قسمة الناتج الداخلي الخام على عدد السكان يعطينا المستوى المعيشي للأفراد أي نصيب الفرد الواحد من هذا الناتج ويعطى بالعلاقة الآتية:

المستوى المعيشي= الناتج الداخلي الخام/ العدد الإجمالي للسكان

ثالثا: مؤشر نمو السكان.

النمو السكاني هو التغير في عدد السكان بمرور الوقت، ويمكن قياسه عادة كمعدل يعبر عن معدل النمو السكاني وهو المعدل الذي يزداد فيه عدد الأفراد في عدد السكان في فترة زمنية معينة، معبرا عنه بجزء بسيط من السكان الأولي، على وجه التحديد، يشير معدل النمو السكاني إلى التغير في عدد السكان خلال فترة زمنية وحدة، والتي يتم التعبير عنها غالبا كنسبة مئوية من عدد الأفراد في بداية هذه الفترة، ويحب بالعلاقة الآتية:

معدل النمو السكاني= (عدد المواليد+ الوافدين) – (عدد الوفيات+المهاجرين)

الفرع الثاني: مؤشر النظام الاقتصادي والحافز المؤسساتي.

حيث أن البيئة التنظيمية والاقتصادية تتيح تدفق المعرفة وتدعم الاستثمار في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتشجع خلق وتطوير المشاريع الاقتصادية وهذا ما يعتبر أمرًا هامًا في اقتصاد المعرفة، إذ يجب على الاقتصاد الكلي للدولة أن يكون مبني على الشفافية والمنافسة التامة.

وكذلك يجب على الاقتصاد أن يكون مفتوحا على التجارة الخارجية ويقلص السياسات الحمائية من أجل تعزيز التنافسية وهذا بدوره يشجع على إنشاء المشاريع كما يجب أن يكون معدل التضخم مستقرا في حدوده الدنيا هذا بالإضافة إلى استقرار سعر الصرف الذي يعكس القيمة الحقيقية للعملة المحلية، كما ينبغي على النظام المالي أن يكون قادرا على توفير السيولة اللازمة لإنشاء المشروعات الجديدة.

كذلك، فإنه يجب على الحكومة أن تكون فعالة في تنفيذ السياسات الاقتصادية وتخضع للمساءلة وترتكز على الشفافية في تعاملاتها ويبج على النظام القانوني أن يدعم القواعد الأساسية للتجارة ويحمي حقوق الملكية الفكرية وهذا من أجل تحفيز الباحثين على إنتاج أكبر للمعرفة بشكل عام والمعرفة التكنولوجية بشكل خاص.

وهي أيضا يشمل الحوافز التي تشجع على الاستخدام الفعال للمعرفة الموجودة والجديدة وازدهار الأعمال الحرة, ويمكن لنظام ابتكار فعال يتكون من: الشركات ومراكز البحوث والجامعات, وخزانات التفكير والاستشاريين, وغيرها من المنظمات, الاستفادة من المخزون المتزايد من المعارف العالمية وتكييفها مع الاحتياجات المحلية, وإيجاد حلول تكنولوجية جديدة, فوجود شعب مثقف ومدرب بشكل مناسب, قادر على إنتاج وتقاسم أو تشارك واستخدام للمعرفة, وتوفر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة, وإمكانية الوصول إليها, سيعمل على تسهيل التواصل الفعال ونشر ومعالجة المعلومات.

الفرع الثالث: مؤشر تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

يعد مؤشر تكنولوجيا والإعلام على قدر كبير من الأهمية خاصة مع تزامن الوقائع، حيث التقى اقتصاد المعرفة بقاعدة تكنولوجية ملائمة وهذا ما أدى إلى تعزيز مشترك بين ازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة والإنتاج ونشر التكنولوجيا الحديثة، ولهذه الأخيرة ثلاث تأثيرات على اقتصاد المعرفة وهي:

- ❖ أنها تسمح بدر أرباح إنتاجية خاصة في مجال المعالجة، التخزين وتبادل المعلومات.
- ❖ كما أنها تعزز على ظهور وازدهار صناعات جديدة مثلا: وسائل الإعلام المتعددة، التجارة الالكترونية، الجداول الالكترونية...الخ.
- ❖ كما تحث تكنولوجيا الإعلام والاتصال على اعتماد نماذج تنظيمية أصلية بهدف استخدام أفضل للإمكانيات الجديدة لتوزيع ونشر المعلومات.

وقد وضع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، مجموعة من المؤشرات تتيح بناء القدرات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين البلدان، وهذا استنادًا إلى مجموعة من المعايير التي بموجبها تتيح لصانعي القرار والسياسة استنباط سياسات مناسبة وملائمة لوضع خطط عمل مستقبلية.

الجدول 02: مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب تصنيف "الأونكتاد".

الدليل / البعد	المؤشر	المصادر
التوصيل	– عدد مصنفي الإنترنت لكل فرد. – عدد الحواسيب الشخصية لكل فرد. – عدد الخطوط الهاتفية الرئيسية للفرد. – عدد المشتركين في الهاتف النقال لكل فرد.	– الاتحاد الدولي الاتصالات السمكية واللاسلكية.
النفاد	–عدد مستقبلي الإنترنت لكل فرد. –الأمية، النسبة المئوية من السكان. –نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي.	– الاتحاد الدولي الاتصالات السمكية واللاسلكية. – الشعبة الإحصائية بالأمم المتحدة.
السياسة	–وجود بدالة انترنت. –التنافس في الاتصالات المحلية.	مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

	-التنافس في الخطوط المحلية. -التنافس في سوق مروجي خدمة الانترنت.	- الاتحاد الدولي الاتصالات السمكية واللاسلكية.
استخدام حركة الاتصالات	-الحركة الدولية الداخلية. -حركة الاتصالات الدولية الخارجية.	- الاتحاد الدولي الاتصالات السمكية واللاسلكية.

المصدر: الأسكوا، مؤشرات العلم والتكنولوجيا والابتكار في المجتمع المدني على المعرفة، الأمم المتحدة، نيويورك, 2003, ص23.

الفرع الرابع: مؤشر البحث والتطوير ومؤشر الإبداع.

أولا: مؤشر البحث والتطوير.

تشكل بيانات الأبحاث و التطوير المؤشرات الأساسية لاقتصاد المعرفة, حيث يتم استخدام مؤشرين أساسين هما: النفقات المخصصة للأبحاث والتطوير وفريق العمل المستخدم لأعمال الأبحاث والتطوير, هذه الأبحاث تخضع منذ مدة طويلة لعملية جمع منظمة ومعيارية للبيانات مما يسمح بإجراء تحاليل ديناميكية ومقارنات دولية, وتتصل هذه المؤشرات بدعم بلد معين للبحث و التطوير بالإضافة إلى تخصيص مبالغ كبيرة لهذا القطاع, ومن جانب آخر يمكن للشركات متعددة الجنسيات أن تتولى مهمة الإنفاق على البحث والتطوير من أجل جعل منتوجها ينافس المنتجات في السوق العالمية ويتفوق عليها من خلال احتكار براءات الاختراع وشراء الابتكارات الجديدة .

ثانيا: مؤشر الإبداع.

إن مراكز البحوث والجامعات والشركات الخاصة ومجتمعات الممارسة تعتبر عنصرا مهما وضروريا للاستفادة من المخزون المتزايد من المعارف العالمية واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية وكذلك من أجل خلق معارف جديدة، حيث أن النظرية الاقتصادية تشير إلى أن التقدم التقني يشكل مصدرا رئيسيا لزيادة الإنتاجية ونظام الإبداع الفعال هو المفتاح الأمثل لهذا التقدم التقني، فهو يشير إلى شبكة من القواعد والمؤسسات والإجراءات التي تؤثر على الطريقة التي يمكن بها لبلد من أن يكتسب، ينشأ، يستخدم، وينشر المعرفة.

المؤسسات في منظومة الإبداع تشمل الجامعات ومراكز البحوث العامة والخاصة، المنظمات غير الحكومية والحكومية هي أيضا جزء من منظومة الإبداع حيث أنها تساهم أيضا في إنتاج المعرفة الجديدة، فنظام الإبداع الفعال هو الذي يوفر البيئة التي تحفز عمليات البحث والتطوير والذي من شأنه أن ينتج سلع جديدة، وعمليات جديدة ومعارف جديدة وبالتالي يشكل مصدرا رئيسيا للتقدم التقني.

المبحث الثاني: ماهية المؤسسات الناشئة.

لقد تزايد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة في العقود الأخيرة من القرن الماضي كون أنها تلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية, فبعد أن شهد العالم تحولات سريعة وتغيرات متلاحقة وبروز منظمات عالمية جديدة, وظهور التحالفات والكيانات الاقتصادية والثورات التكنولوجية وكإحدى وسائل التلاؤم مع هذه المتغيرات ومقاومة الركود الاقتصادي, كان لزاما على الدول والحكومات تبني هذا النوع من المؤسسات وإبراز أولوية الاهتمام بها لأنها تعتبر أحد السبل لمعالجة مشكلة البطالة والتهميش الاجتماعي, وتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة.

المطلب الأول: عموميات حول المؤسسات الناشئة.

الفرع الأول: نشأة وتعريف المؤسسات الناشئة.

أولا: نشأة وتطور مصطلح المؤسسات الناشئة أو الجذور التاريخية لمصطلح"Startup"

إن الحديث عن الجذور التاريخية لمصطلح المؤسسات الناشئة يقودنا بشكل مباشر إلى منتصف القرن الماضي، وبالتحديد تلك الفترة التي ظهر فيها تمويل رأس المال المخاطر. فالعديد من الباحثين الذين تناولوا موضوع المؤسسات الناشئة يشيرون إلى أن بدايات ظهور هذا المصطلح كانت بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، لكن في الحقيقة لا توجد دلائل على استخدام هذا المصطلح من طرف الكتاب والباحثين الأكاديميين في تلك الفترة.

وتعود أولى استخداماته إلى عام 1976 في مقال بعنوان "The Unfashionable business of investing in Startup Data Processing Field" نشر في مجلة فوربس Forbes الأمريكية التي تهتم بإحصاء أرصدة أغنياء العالم وثرواتهم وتتبع المسار المالي والاقتصادي للمؤسسات العالمية, ليعاد استخدامه عام 1977 في مقال آخر بعنوان "An Incubator for Startup Companies, Espacially in the fast growth, High tecnology Field" في مجلة " Business Week" الأمريكية التي تختص بتغطية الأخبار المالية والاقتصادية التي تخص عالم الأعمال بشكل عام.

بعدها بحوالي سنتين عاود ذات المصطلح الظهور مجددا من قبل David Brich في مقال له بعنوان" The Job Generation Process" يشير فيه إلى أهمية المشاريع الصغيرة في خلق وتوليد مناصب عمل جديدة في خضم التغيرات التي مست هيكل الصناعة الأمريكية في تلك الفترة، والتي أسفرت عن ارتفاع معدلات البطالة وتزايد التيارات المنادية بضرورة توجيه الاقتصاد الأمريكي نحو الاهتمام بالمؤسسات والمشاريع الصغيرة.

وفي عام 1984 استخدم كل من Rogers Everett وLarsen Judith المصطلح في كتاب لهما بعنوان "Silicon Valley Fever: Growth of High-Tecnology Culture" في إشارة منهما إلى تلك المؤسسات التي لديها ارتباط وثيق بالتكنولوجيا المتقدمة وبرأس المال المخاطر، والتي كانت الصبغة الغالبة على شركات وادي السليكون "Silicon Valley" في ظل تنامي ثقافة التكنولوجيا المتقدمة آنذاك. وقد أشيع استخدام المصطلح على هذا النحو بعد ذلك. وإضافة لهذا الارتباط توجد علاقة قوية بين مصطلح "Startup" وتمويل رأس المال المخاطر الذي شكل أهم شرارات الانطلاق لهذه المؤسسات، إذ يشير Cockayne إلى أنه في بعض الأدبيات أعتمد المصطلح كمرادف لهذا الأخير، أما استخدامه في الأعوام الأخيرة بات طبيعة حتمية لما لها القدرة على تحقيق

الاقلاع والتنوع الاقتصادي والدفع بعجلة التنمية وتعزيز الانتاجية المحلية وهو ماتؤكده سياسات الدعم والتحفيز من طرف الدول لمرافقة هذه المؤسسات وتطويرها1.

- كما أن رواد الأعمال الأمريكيون كانت لهم محاولات جيدة في فهم هذا النوع من المؤسسات، فقد كان تعاملهم مع المفهوم بمنطق يختلف كثيرا عن منطق الباحثين الأكاديميين أو الإعلاميين أو الهيئات الرسمية التي اهتمت بالموضوع. ويظهر نموذج الأعمال كأحد أهم المداخل التي اعتمدوها في تعريف المؤسسات الناشئة، وذلك على يد رائد الأعمال الشهير وأسطورة وادي السيليكون Steve Blanck الذي اعتبر بأن أهم وظيفة تقوم بها المؤسسات هي البحث عن نموذج أعمال قابل للتكرار والتطوير2.

- وجاء بعده Dave Macclure مؤسس حاضنة الأعمال الشهيرة "500 Startup" الذي تشابه كثيرا مع تعريفه من منظور أن العناصر التي ذكرها في تعريفه والتي تسعى المؤسسة الناشئة لتحقيقها تمثل أهم أجزاء نموذج الأعمال3.

ثانيا: تعريف المؤسسات الناشئة.

تعرف المؤسسة الناشئة startupاصطلاحا حسب القاموس الانجليزي4: على أنها مشروع صغير بدأ للتو وكلمة Start–up تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و"UP" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي. وبدأ استخدام المصطلح start–upبعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر (capital–risque) ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك. وفي أيامنا الحالية يوجد المصطلح ويعرفه القاموس الفرنسي la rousse**على أنها "المؤسسات الشابة المبتكرة، في قطاع التكنولوجيات الحديثة"**5.

وحسب باتريك فريدسن Patrick Fridensonوهو أن تكون شركة ناشئة لا يتعلق الموضوع بالعمر ولا بالحجم ولا بقطاع النشاط، ويجب الإجابة على الأربع تساؤلات التالية 6:

- **نمو قوي محتمل.**
- **استخدام تكنولوجيا حديثة.**

---

1 - نوي محمد الأمين، دهان محمد، نحو تنظير أدق لمفهوم المؤسسات الناشئة وخصائصها_ دراسة منهجية مفصلة، مجلة الاصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، مقال3, العدد14, الجزائر,2020, ص3.

2- Blank, S. Steve Blank What's A Startup? First Principles. Steve Blank on site: **https://steveblank.com/whats-a-startup-first-principles** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 09:29.

3 - نوي محمد الأمين، دهان محمد، مرجع سابق الذكر، ص08.

4 - القاموس الانجليزي **http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglaiss/start-up** , تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 10:33.

5 - القاموس الفرنسي **https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/startup** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 10:46.

6 - الموقع الالكتروني: **https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 11:01.

- **تحتاج لتمويل ضخم، جمع التبرعات الشهيرة.**
- **أن تكون متأكد من أن السوق جديد حيث يصعب تقييم المخاطرة.**

ويعرفها Jacquin بأنها مؤسسات تتميز بابتكارات جذرية لمنتجات في قطاع تكنولوجي واعد، أسواقها تنمو بسرعة وفي وقت قصير، هيكل رأس مالها مفتوح والشكل الغالب في تمويلها هو التمويل الخارجي من أجل تلبية احتياجاتها من رأس المال1.

أما الباحثان بخيتي وبوعوينة فعرفاها على أنها مؤسسة تتميز بالنمو المحتمل والقوي والاستخدام للتقنيات الجديدة, غالبا ما تكون هذه المؤسسات مبتكرة رغم أن هذا النموذج يمكن أن يعني جميع قطاعات النشاط, وتعمل في سوق شبه مستقرة في كثير من الأحيان لاقتراح منتج أو خدمة جديدة2.

وعليه يمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، وبغض النظر عن حجم الشركة، أو قطاع أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بارتفاع حالات عدم التأكد والمخاطرة العالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها.

أما Eric Ries فقد نمذج تعريفه 3في قالب بشري محض معتبرا بأن المؤسسة الناشئة هي مؤسسة بشرية، ومفسرا ذلك بأن القيمة التي تخلقها المؤسسة الناشئة لا تكمن في المنتجات أو الخدمات التي تقدمها، أو في الأصول التي تمتلكها، وإنما في العناصر البشرية التي تتوفر عليها. وقد أضاف من خلال تعريفه إلى عنصر الابتكار بأنه لا يشترط أن يكون كليا، فقد يكون جزئيا فقط ليمس جوانب محددة من المنتج أو الخدمة، وبالرغم من أن التعريف تعامل مع عنصري الابتكار وحالة عدم اليقين بشكل جيد إلا أنه أهمل عنصر النمو بشكل كلي، وهذا ما يأخذ على Eric Ries .

- أما تعريف Paul Graham فقد كان خلاصة لجميع التعريفات التي تم التطرق إليها, فتعريفه بمثابة تقنية لمفهوم من الشوائب التي لطالما علقت به منذ الكتابات الأولى للباحثين في الموضوع, إذ يقول في مقاله عن النمو Growth **على أنها " شركة صممت لتنمو بسرعة (growth=start-up) وكونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئة(Startup company) في حد ذاتها, كما أنه ليس من الضروري أن تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا، أو أن تمول من قبل رأس مال مخاطر أو مغامر(VENTURE OR FUNDING CAPITAL) الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو، وأي شيء آخر يرتبط**

1- Jacquin, J. (2003). Les jeunes entreprises innovantes : Une priorité pour la croissance. La documentation française, P07.

2 – على بخيتي وسليمة بوعوينة، المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمنوسطة في الجزائر واقع وتحديات، مجلة دراسات وأبحاث بالمركز الجامعي لتيبازة، الجزائر، ص 536.

3- Ries, E. (2010). What is a startup? **http://www.startuplessonslearned.com/what-is-startup.html** .11:15 تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة

بالشركات الناشئة يتبع النمو, وحسب Paul Graham فإن النمو الجيد يكون بين 5 و 7 بالمائة أسبوعيا، وأحيانا بشكل استثنائي 10بالمائة[1].

وعليه نستخلص من مجموع التعريفات السابقة بأن تعريف المؤسسات الناشئة كمسعى لا يجب أن يخلو من جملة العناصر التي تلعب دور أسس البناء فيه، والتي لا يختلف عليها جل الباحثين ورواد الأعمال المهتمين بالموضوع وهي كالآتي:

- عنصر النمو بالدرجة الأولى والذي يكاد ألا يغيب عن جميع التعريفات المقدمة سابقا.
- عنصر الابتكار الذي يعد لبنة أساسية، على ألا يتم حصره في الابتكارات التكنولوجية فقط.
- حالة عدم اليقين الشديد والتي تعتبر نتاجا خالصا لعنصر الابتكار.

ولهذا يمكن القول بأن "**المؤسسة الناشئة هي مؤسسة ذات إمكانات نمو كبيرة، تعمل على تقديم ابتكارات في حالة من عدم اليقين الشديد تستهدف من خلالها إشباع حاجات أعداد كبيرة من المتعاملين، أو تخلق عن طريقها حاجات جديدة تستطيع من خلالها تدمير السوق السائد وأخذ الريادة فيه" 2.**

ثالثا: التفرقة بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة.

مع زيادة انتشار مفهوم "ريادة الأعمال" في العالم، وظهور الكثير من المؤسسات الناشئة في العالم، ظهر هناك تضارب بين مفهوم المؤسسات الناشئة والمشاريع أو المؤسسات الصغيرة وهنا وجب التفرقة بينهما والجدول التالي يوضح تلك الفروق:

الجدول 03: الفرق بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة.

نوع المؤسسة / المعيار	المؤسسة الناشئة	المؤسسة الصغيرة
التعريف Definition	✓ **المؤسسات الناشئة هي تعريب لكلمة ستارت أب(Startups) وهي شركة حديثة تم تأسيسها بواسطة رائد أعمال أو مجموعة بهدف تطوير منتج أو خدمة مميزة لإطلاقها في السوق، فهي تقدم على المخاطرة وتعتمد على الإبداع والابتكار.**	✓ **المشاريع الصغيرة (SEs)فهي دلالة على الأعمال التجارية الصغيرة المدرّة للدخل وتشغل من 10 إلى 50 عاملا، الفرق الأساسي بينهم يندرج تحت مبدأ الحفاظ والتغيير أو الثابت والمتحول وهو الإبداع والابتكار.**
الابتكارات Innovations	✓ **الابتكار أساس قيامها، تقدّم خدمة فريدة وجديدة، بنموذج عمل مبتكر ليس من الضرورة تم تجريبه ونجاحه سابقاً، تقوم على التخمين والافتراضات غير المثبتة**	✓ **يعمل بنموذج عمل مثبت نجاحه مسبقاً، هناك سوق واضح ومعروف، نوع العملاء معروفين، الخدمة واضحة. لا يزعم المشروع بأنه يبتكر شيء جديد.**

1 - Graham, paul. (2012). Startup = Growth. **http://www.paulgraham.com/growth.html** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 11:24.

2 – من اعداد الطالب اعتمادا على المراجع والتعريفات السابقة.

	وغير الموثوقة والتي سيتم اختبارها والتأكد منها بعد التشغيل ثم الثبات عليها أو تغييرها.	
القابلية للتوسع Scalability	✓ القابلية للتوسّع الكبير في زمن قياسي من أبرز صفاتها أنها مؤسسة ناشئة أساسها تطبيق ناجح يستخدمه عدة ملايين بعد ثلاث سنوات من بدايتها.	✓ قابليته للتوسع محدودة، إذا نجح المشروع فسيتوسع في عدد الفروع بشكل معقول (إذا كان مشروع متجر أو شيء مثله)، ويتوسع في الخدمات وعدد العملاء.
سرعة النمو Growth Rates	✓ سرعة نمو المبيعات والمستخدمين والاستخدام متصاعدة بشكل ملفت وخصوصا بعد استرداد رأس المال الأولي.	✓ نمو المبيعات منطقي إذا نجح المشروع. الرسم البياني للعائدات والأرباح تصاعدي بشكل عقلاني ومتوقع. نمو العملاء كذلك مقبول ومنطقي، ونفس الشيء بخصوص عدد فريق العمل.
التمويل Financing	✓ تبدأ مثل المشروع الصغير، ولكن تحتاج لجولات استثمار جريء بشكل دوري إذا ثبت قابليتها للتوسع والنمو السريع.	✓ في العادة يكون تمويل شخصي أو عائلي أو من أصدقاء أو اقتراض من البنك أو تمويل من بنك التنمية الاجتماعية أو جهات رسمية شبيهة.
التكنولوجيا Technology	✓ التكنولوجيا والابتكار فيها يعتبر لبّ وأمر أساسي لكي تستطيع التوسع والنمو بشكل سريع. في الغالب تعتبر التكنولوجيا التي طورتها المؤسسة الناشئة من أصول الشركة وأمر أساسي في تقييمها.	✓ يعتمد على حلول وأنظمة تقنية جاهزة في العادة (نظام المحاسبة، نظام إدارة الموظفين، إلخ..). التقنية تعتبر مساعد للمشروع وليست لبّ وأساس المشروع.
فريق العمل والقيادة Team and Team Leaders	✓ نجاح الشركة الناشئة بعد ثبوت قابليتها للتوسع والنمو السريع يتطلّب توسع فريق العمل بأعداد مضاعفة. لكي تدير هذا التوسع والنمو السريع وأعداد الموظفين المتزايدة، تحتاج لمهارات قيادية وإدارية وخبرة حقيقية.	✓ صاحب المشروع لا يحتاج صفات قيادية استثنائية، فقط يكون عقلاني وصاحب مقدرة إدارية مقبولة. عدد الموظفين متوقع ومعروف لتشغيل المشروع.

الاستراتيجية Startegy	✓ المؤسسين يسعون لجني أرباح ضخمة خلال فترة سنوات قليلة عبر تقدم جهة كبرى بعرض الاستحواذ على شركتهم الناشئة، أو تخارجهم وبيع حصصهم لمستثمرين كبار، أو نزول شركتهم في سوق الأسهم للتداول بعد سنوات.	✓ ليس هناك إستراتيجية معينة، ما دام المشروع مربح فسيتمسك به صاحبه ويتوسع فيه بعقلانية مع الوقت.

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على المراجع السابقة.

الفرع الثاني: أنواع وخصائص المؤسسات الناشئة.

أولا: أنواع المؤسسات الناشئة.

نجد في الأدبيات والمراجع ذات الصلة بموضوع المؤسسات الناشئة أن هناك أنواع مختلفة لها، وحسب رائد الأعمال الشهير **ستيف بلانك** فإنه يرى أن لها خمس أنواع أساسية هي 1:

1- مؤسسات الأعمال الصغيرة:

يعتبر هذا النوع من أكثر الأنواع انتشارا في عالم المؤسسات الناشئة، فهو يعتمد على أصحاب الحرف والمهن الحرة أو غيرهم مثل السباك أو النجار، كما أن هذا النوع من المؤسسات الناشئة لا يهدف بالأساس إلى خلق كيان اقتصادي ضخم، أو التوسع في مجالات أو أسواق أخرى بعيدة عن ذلك المحيط الذي نشأت فيه، ولا خدمة أشخاص بعيدين عن ذلك المحيط، ويساهم هذا النوع من المؤسسات بشكل قوي في خلق فرص عمل في المجتمعات المحلية والمجاورة لنشاط الشركة، لأنه يركز فقط على خدمة المحيط الخاص به، والاعتماد على العمالة المحلية القريبة من مقر العمل.

2- المؤسسات الناشئة المرتبطة بنمط الحياة:

وحسب **ستيف** فهذا هو النوع المفضل من المؤسسات الناشئة، نظرا لأن دخل هذه المؤسسات يكون من مجال هواية وشغف مؤسسي هاته المؤسسات كأن يربطوها بمجال عملهم ويحاولون طرحها في شكل منتجات أو خدمات أو حلول للمشاكل تكون مبتكرة ومبدعة.

3-الشركات الناشئة القابلة للبيع:

هذا النوع من الشركات الناشئة منتشر أكثر في تلك المجتمعات التي تحتوي على فرص تمويلية أكبر من غيرها من الدول الأخرى، فهو بشكل أو بآخر نوع من الاستثمار في الأفكار وليس الغرض منه التوسع والربح من النشاط نفسه فيما بعد مثل صاحب موقع إلكتروني متخصص في مجال معين، يمكنه العمل على هذا الموقع لفترة من الوقت ليس بهدف تحقيق الأرباح على المدى البعيد، ولكن بهدف الحصول على أفضل العروض لبيع موقعه لاحقاً, في السنوات الأخيرة ظهر هذا النوع وبشدة خصوصاً في عالم التكنولوجيا، مثل ما حدث عندما اشترت شركة فيس بوك شركة واتس أب وشركة أنستجرام.

1 - Vojtech Navratil, Start-ups within the Industry 4.0 a Challenge for the Czech Republic Master Thesis, Aalborg University, Czech Republic,2017, P13-14.

4-الشركات الناشئة بهدف مجتمعي:

هذا النوع من الشركات الناشئة يختلف بشكل كبير عن تلك المذكورة سابقاً، فإن كان هدف كل نوع من الأنواع السابقة هو تحقيق الربح بشكل أو بآخر فهنا الوضع مختلف في هذا النوع من المؤسسات, فهي لا تسعى لتحقيق الأرباح في المقام الأول، ولكن ما يعنيها أولا هو جعل العالم يبدو بشكل أفضل من خلال دورها وما تقدمه من خدمات مجتمعية مختلفة تساهم في تحسين هذا العالم, لا يمكن القول أن هاته المؤسسات لا تهتم مطلقاً بتحقيق الربح، ولكن تحقيق الأرباح يأتي كهدف ثانوي لها، ويكون دور هذه الأرباح هو التوسع في العمل المجتمعي وخدمة العالم المحيط بهذه الشركات لتحقيق ما ترمي إليه من تحسين وتطوير هذا المجتمع الذي أنشئت من أجله.

5- الشركات الناشئة القابلة للتطور:

يعتبر الواجهة الذهبية لمسمى الشركات الناشئة، ربما يشارك هذا النوع من الشركات الناشئة نفس البداية المتواضعة للأعمال الصغيرة، ولكن أصحاب هذا النوع من الشركات يمتلكون فكر معين وهدف ورسالة يجب توصيلها لكل العالم،

هذه الشركات الناشئة أصبحت بالفعل تتحكم في حياتنا اليومية بشكل أو بآخر، مثل شركة فيس بوك أو تويتر، أمازون أو علي بابا فهي مؤثرة في حياتنا وسلوكياتنا، ومدى السرعة في انتشارها وتوسعها عالميا.

ثانيا: خصائص المؤسسات الناشئة.

تتميز المؤسسات الناشئة بعدة خصائص تفرقها عن المؤسسات التقليدية تتمثل فيما يلي1:

* تتميز المؤسسات الناشئة بكونها شركات شابة يافعة وأمامها خياران: إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

* هي مؤسسات قابلة للارتقاء والنمو التدريجي ميزة النمو التدريجي هي أحد المميزات الرئيسية للمؤسسات الناشئة، والتي يقوم عليها معنى المؤسسة الناشئة، أي أنه يمكنها النمو وتوليد الإيراد أسرع بكثير من بنية التكاليف فيها. وهذا يعني أن الشركات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس، هي شركات قادرة على توليد أرباح كبيرة جداً.

* هي شركات لها علاقة بالتكنولوجيا فالمؤسسة الناشئة هي تلك الشركة الجديدة التي لها علاقة كبيرة بالتكنولوجيا. بشكل عام، تتميز هذه المؤسسة كونها عمل تجاري يقوم على أفكار رائدة، واستعداد كبير للريادة والابتكار، وإشباع لحاجات السوق. يعتمد رواد الأعمال الجدد ومؤسسي الشركات الناشئة على التكنولوجيا للنمو، وحصراً العثور على التمويل من خلال المنصات على الإنترنت.

* هي المؤسسة التي تقوم على تكاليف منخفضة تتميز المؤسسات الناشئة بأن لها تكاليف صغيرة جداً بالمقارنة مع الأرباح التي يتم الحصول عليها، ومن المعتاد أن تنمو بشكل مفاجئ. مثال: الشركات مثل أمازون، Apple، جوجل أو ميكروسوفت قد بدأت في المنازل، أو حتى في مواقف سيارات المؤسسين لها. الفرضية الرئيسية للمؤسسات الناشئة هي المحافظة على تكاليف منخفضة للحصول على الأرباح والمزايا بطريقة أسرع بكثير.

* تتميز الـ Startup بأنها مؤسسة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدةInnovative ، وإشباع لحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية.

* سرعة اتخاذ القرار نظرا لقلة المستويات الإدارية مما يساهم في سرعة انتقال المعلومة وحل المشاكل المطروحة.

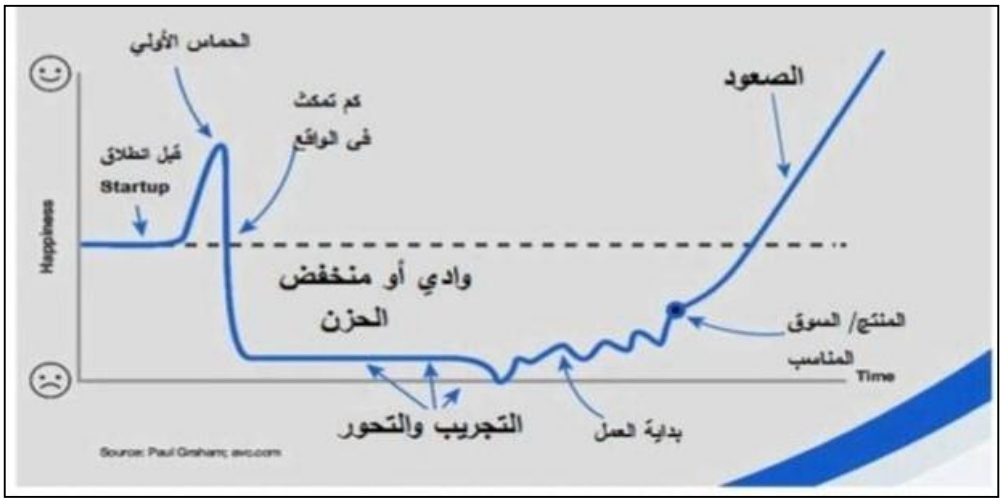
* وتتميز أيضا بمرونتها وقدرتها على التأقلم مع المتغيرات التي تحدث في محيطها.

1 - الموقع الالكتروني: **https://www.scvedc.org/blog/10-characteristics-of-a-successful-startup** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/08 على الساعة 11:52.

الفرع الثالث: دورة حياة المؤسسات الناشئة.

من خلال التعاريف المقدمة سابقا قد يخيل إلينا أن ما يميز المؤسسات الناشئة **Startup**هو النمو المستمر، إلا أن الواقع غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيرا ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبلPaul Graham :

الشكل04: يمثل منحنى المؤسسة الناشئة Startup .



المصدر: Paul Graham, Startup curve, https://www.netsolutions.com/insights/product-market-fit-and-beyond/

من خلال الشكل أعلاه يمكن القول بأن الشركات الناشئة تمر بخمس مراحل:

المرحلة الأولى: وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، وخلال هاته المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل. والبحث عن من يمولها، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.

المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق، في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجه المقاول في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها ماديا، وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة إلى ما يعرف ب ،FFF (Friends, Family, Fools)فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على تمويل من قبل الأشخاص المستعدين للمقامرة بأموالهم إذا صح القول خاصة عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية, في هذه المرحلة يكون المنتج بحاجة إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر، ويبدأ الإعلام بالدعاية للمنتج

المرحلة الثالثة: مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو :يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض ويبلغ المنتج الذروة في هاته المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكريه الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد العارضين للمنتج ويبدأ الفشل، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي، وبالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المغامر) بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، وهو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة وأن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة.

المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر، يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ الشركة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.

المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع، في هاته المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار، وطرحه في السوق المناسبة، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20إلى 30%من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

المطلب الثاني: مصادر تمويل المؤسسة الناشئة من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية والطرق المستحدثة.

الفرع الأول: مصادر تمويل المؤسسة الناشئة من وجهة نظر تمويل المؤسسة الاقتصادية.

* **مصادر التمويل الداخلية:** نقصد بالتمويل الداخلي للمؤسسة مجموعة الموارد التي يمكن للمؤسسة الحصول عليها بطريقة ذاتية دون اللجوء إلى الخارج، أي مصدرها ناتج عن دورة الاستغلال للمؤسسة، وتتمثل مصادر التمويل الداخلية للمؤسسات الناشئة فيما يلي:

- **التمويل الذاتي:** يعرف بأنه الأموال المتولدة عن العمليات الجارية أو من مصادر ثانوية في المؤسسة دون اللجوء إلى مصادر خارجية ويشمل الفائض النقدي المتولد عن العمليات الجارية وكذلك ثمن الأصول غير المستخدمة اللذان يشكلان المقدرة الذاتية للمؤسسة على التمويل. ويعرف أيضا على أنه الفائض الذي حققته المؤسسة من أموال، فالتمويل الذاتي يعبر عن الارتباط المباشر بين مرحلة التجميع التي تتمثل في تكوين السيولة وبين مرحلة التوظيف وهي استخدام السيولة، ومن أبرز مكوناته ومصادره:

← **الادخارات الشخصية:** وهي التمويل المقدم من صاحب المؤسسة نفسه سواء في بداية تكوين المشروع أو عند الحاجة للتوسع أو لزيادة رأس المال العامل وذلك بتحويل بعض أملاكه الخاصة لخدمة نشاط المؤسسة وتعتمد نسبة عالية من المؤسسات الناشئة على هذا النوع من التمويل.

← **الاحتياطات:** تمثل الاحتياطات مبالغ يتم تجنبها من الأرباح المحققة لتدعيم المركز المالي للمؤسسة أو لمواجهة خسائر محتملة الوقوع، ويتوقف تكوين الاحتياطات على نتيجة أعمال المؤسسة وتحقيقها لأرباح، ذلك أن الاحتياطي يشكل جزء من الأرباح القابلة للتوزيع، تقابله زيادة في الأصول، ويتم حجز الاحتياطات إما بمقتضى القانون أو النظام الأساسي للشركة كالاحتياطي القانوني، النظامي احتياطي شراء سندات حكومية.

← **الأرباح المحتجزة:** وتمثل الأرباح المحتجزة أحد مصادر التمويل الذاتي للمؤسسة، فالمؤسسة بدلا من توزيع كل الفائض المحقق على المساهمين تقوم بتجميد جزء من ذلك الفائض في عدة حسابات مستقلة يطلق عليها اسم الاحتياطات وسياسة توزيع

الأرباح هي التي تحدد الجزء من الأرباح الذي، يوزع على الملاك وأيضا الجزء الذي يحتجز، وعند تخطيط سياسة توزيع الأرباح على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار مصالح المؤسسة من جهة ومصالح المساهمين من جهة أخرى.

← **مخصصات الاهتلاكات والمؤونات**: الاهتلاكات هي مبالغ مالية(أقساط) سنوية تخصصها المؤسسة لمواجهة التدهور المتوقع حدوثه على مستوى استثمارات المؤسسة، وذلك نتيجة لمرور زمن من استخدامها أما المؤونات فهي مبالغ مالية تقتطع من الأرباح لمواجهة الخسائر الناجمة عن أخطار محتمل حدوثها، في قيمة المخزونات والحقوق مستقبلا، تخصيصها في المؤسسة ضروري حتى لو لم تحقق أرباح .

ويمكن حساب التمويل الذاتي وفق العلاقة التالية1:

التمويل الذاتي = الاهتلاكات+المؤونات+الأرباح الصافية غير الموزعة.

الفرع الثاني: مصادر التمويل الخارجي.

من الممكن للمؤسسة ألا تتمكن من تمويل استثماراتها بوسائلها الخاصة مما يجعلها تلجأ إلى البحث عن مصادر خارجية، وتتمثل هذه المصادر فيما يلي :

- **مصادر التمويل قصيرة الأجل**: ويعتبر هذا النوع من التمويل القصير الأجل الأنسب في التمويل وتلجأ معظم المؤسسات إلى هذا التمويل بغض النظر عن حجمها نظرا لتكلفة الحصول عليه أقل من تكلفة الحصول على التمويل طويل الأجل ومن أبرز مصادره :الائتمان التجاري: عندما تشتري المؤسسة (المشتري) بضاعة أو مواد أولية أو خدمات من المؤسسات الأخرى فإنها لا تضطر إلى دفع ثمن هذه المشتريات نقدا وفي الحين، فخلال المدة التي لم يسدد فيها الدين وحتى تاريخ الدفع فإن المؤسسة تصبح مدينة للمورد وتدون قيمة الدين بقائمة المركز المالي للمؤسسة تحت حساب الموردين في جهة الخصوم، وتسجل لدى المورد تحت حساب الحقوق في جانب الأصول، ويشكل هذا ما يسمى بالتمويل القصير الأجل في شكل ائتمان تجاري لوجود فترة قصيرة بين تاريخ الاستلام ودفع الثمن, ويمكن اعتبار الائتمان التجاري على أنه مصدر تمويل تلقائي أو طبيعي بمعنى أنه ينتج من العمليات التجارية العادية للمؤسسة.
- **الائتمان المصرفي**: ويقصد بالائتمان المصرفي في هذا الصدد، القروض قصيرة الأجل التي تحصل عليها المؤسسات الناشئة من البنوك. ويتميز بأنه أقل تكلفة من الائتمان التجاري، في الحالات التي تفشل فيها المؤسسة من الاستفادة من الخصم، كما يعتبر مصدرا لتمويل الأصول الدائمة للمؤسسات التي تعاني من صعوبات في تمويل تلك الأصول من مصادر طويلة الأجل. يضاف إلى ذلك أنه أكثر مرونة من الائتمان التجاري، إذ يأتي في صورة نقدية وليس في صورة بضاعة، ولا يتغير تلقائيا مع حجم النشاط.

1 – قشيدة صوراية, تمويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة الشركة الجزائرية الأوروبية للمساهمات فيناليب, مذكرة ماستر, جامعة الجزائر 3, 2012 ص80.

- **مصادر التمويل متوسطة الأجل**: التمويل متوسط الأجل هو ذلك النوع من القروض الذي يتم سداده في فترة تزيد عن السنة، وينقسم إلى قسمين1:

← **التمويل بالقروض المباشرة متوسطة الأجل**: عادة يتم تسديد هذه القروض بصورة منتظمة على مدار سنوات تمثل عمر القرض، ويطلق على أقساط السداد في هذه الحالة مدفوعات الاهتلاك، وبالإضافة إلى ذلك عادة ما يكون القرض مضمونا بأصل معين أو بأي نوع من أنواع الضمانات الأخرى، ولا شك أن هناك بعض الاستثناءات لهذه الفوائد في بعض الأحيان.

← **التمويل بالاستئجار**: تهدف هذه المؤسسات إلى استخدام المباني والمعدات، وبالتالي فهدفها ليس امتلاك هذه التسهيلات وقد ظهر خلال السنين الأخيرة في معظم الدول اتجاه نحو استئجار هذه التسهيلات بدل شرائها وبعد أن كان الاستئجار قاصرا على الأراضي والمباني فقد أصبح يشمل جميع الأصول تقريبا ونظريا فإن الاستئجار يشبه الاقتراض إلى حد كبير. وهنالك نوعان من الاستئجار هما :

← **الإيجار التمويلي**: هو الاستئجار الذي لا يتضمن خدمات الصيانة ولا يمكن إلغاؤه من قبل المستأجر والذي يستهلك قيمة المعدات المستأجرة بكاملها (أي أن الأقساط التي يدفعها المستأجر تساوي مجمل قيمة المعدات المستأجرة).

← **الإيجار التشغيلي**: من أهم خصائص هذا النوع أن المؤجر عادة ما يكون مسؤولا عن صيانة الأصل والتأمين عليه كما يتحمل مخاطر الاهتلاك والتقادم، والمؤجر هو من يتحمل المخاطر الناجمة عن الانتفاع أو استخدام الأصل

- **مصادر التمويل طويلة الأجل**: تلجأ المؤسسات إلى هذا النوع من التمويل من أجل تغطية الإنفاق اللازم لشراء الأصول الثابتة وتمويل الجزء الدائم من الأصول الثابتة وتنحصر مصادر التمويل طويلة الأجل فيما يلي:

← **الأسهم**: تمثل الملكية الأصلية للمؤسسات، وهي إحدى الوسائل الرئيسية للتمويل الطويل الأجل خاصة رأس المال الدائم، فشركات المساهمة تعتمد اعتمادا تاما على إصدار أسهمها للحصول على رأس المال اللازم، وذلك إما عند إنشائها أو عند توسعها أو فتح رأسمالها، ويحدد عند عقد المؤسسة وما تنص عليه قوانين الدولة من أهم الحقوق كالاشتراك في الأرباح وحضور الجمعيات العامة للمساهمين وحق الأولوية في الاكتتاب في الأسهم العادية الجديدة المقدرة2.

ويمكن تصنيف الأسهم إلى نوعين هما الأسهم الممتازة والأسهم العادية حيث تختلف الأسهم الممتازة عن العادية بأن الأولى تحصل عادة على معدل ثابت من الأرباح السنوية، وكذلك الأمر فان تكاليف إصدارها أعلى من تكاليف إصدار الأسهم العادية.

- **الإقراض طويل الأجل**: ويمثل جزءا من التمويل طويل الأجل الذي يكون مصدره من خارج المؤسسة، وينقسم إلى قسمين أساسيين

← **القروض طويلة الأجل**: وهي تمثل نوعا من القروض التي تلزم المؤسسة عند الحصول عليها بسداد كل من أصل القرض والفائدة المستحقة في تاريخ معين، وتخضع عملية الاقتراض في هذه الحالة لشروط الاتفاق ما بين المؤسسة والمقترض، تتراوح فترة

1 – قشيدة صوراية, تمويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة الشركة الجزائرية الأوروبية للمساهمات فيناليب, مرجع سبق ذكره, ص77-79.

2 – فادية بن بلقاسم، تمويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي, 2014, ص33.

الاقتراض عادة ما بين ثلاثة إلى خمسة عشر عاما وتحصل المؤسسات على هذا النوع من القروض من المؤسسات المالية المختلفة كالبنوك وشركات التأمين أو بعض الهيئات العامة .

← **السندات:** هي أوراق مالية ذات قيمة اسمية تصدر من جهات عديدة مثل الدولة والمؤسسات، وتطرح للتداول إلى الأفراد والمؤسسات بهدف الحصول على تمويل طويل الأجل، وهو وثيقة بقيمة محددة يتعهد مصدرها بدفع فائدة دورية في تاريخ محدد لحاملها سواء ربحت الجهة المصدرة أم خسرت ولحامله الحق في استرجاعه في وقته المحدد.

الفرع الثالث: الطرق المستحدثة لتمويل المؤسسة الناشئة.

تطرح أمام المؤسسات الناشئة المعاصرة وسائل ومصادر متنوعة لتمويل نشاطاتها المتنامية مما يجعلها أمام المفاضلة بين البدائل التمويلية المتاحة، وفي هذا الصدد هناك من المصادر ما هو مرتبط بالتمويل المستحدث نتيجة لتطور البيئة الخارجية وتسارع وتيرة تطور المؤسسات نتيجة للعالم المتغير وما يميله من أحداث (مخاطرة، منافسة، ...الخ) وهو ما سيتم استعراضه كما يلي[1]:

❖ الطرق المستحدثة في تمويل المؤسسات الناشئة: ونقصد بهذه الطرق بالنسبة للدول النامية، لأن هذه الطرق أو الأساليب اعتمدت منذ فترة طويلة في العديد من الدول المتقدمة، وبقيت محدودة أو منعدمة الاستعمال في كثير من الدول النامية كما لا نقصد أيضا حصر هذه الطرق، وسنتناول كلا من رأس المال المخاطر وقرض الإيجار.

1. **التمويل عن طريق رأس المال المخاطر:** لا تهدف مؤسسات التمويل عن طريق رأس المال المخاطر توفير التمويل للمؤسسات فقط بل تعتبره مشاركة بها مخاطرة عالية، إذ يعرف على أنه كل رأس مال يوظف بواسطة وسيط مالي متخصص في مشروعات خاصة ذات مخاطر مرتفعة، تتميز باحتمال نمو قوي لكنها لا تنطوي في الحال على التيقن بالحصول على دخل أو التأكد من استرداد رأس المال في التاريخ المحدد، أملا في الحصول على فائض قيمة عالي في المستقبل البعيد نسبيا عند بيع حصة هذه المؤسسات بعد عدة سنوات، ويهدف استخدام هذا النوع من التمويل إلى:

- توفير التمويل للمشروعات الجديدة أو عالية المخاطر والتي تتوفر لديها إمكانيات نمو وعائد مرتفع، وبذلك فإن رأس المال المخاطر هو طريقة لتمويل المؤسسات غير القادرة على تدبير الأموال من إصدارات الأسهم العامة أو أسواق الدين عادة بسبب المخاطر العالية المرتبطة بأعمالها.
- مواجهة الاحتياجات الخاصة بالتمويل الاستثماري والتغلب على عدم كفاية العرض من رؤوس الأموال بشروط ملائمة من المؤسسات المالية القائمة.

2. **التمويل بقرض الإيجار:** يعتبر قرض الإيجار خيارا إضافيا متاحا للمستثمرين لتمويل وتنفيذ مخططاتهم الاستثمارية، وهذا في ظل نقص الأموال الخاصة من جهة، وضعف معدل التمويل الذاتي من جهة آخرى، ويمكن تعريفه على أنه اتفاق متعاقد بين طرفين يخول أحدهما حق الانتفاع بأصل مملوك للطرف الآخر مقابل دورية لمدة زمنية محددة، المؤجر هو

1 - Vojtech Navratil, Start-ups within the Industry 4.0 a Challenge for the Czech Republic Master Thesis, Aalborg University, Czech Republic,2017, P16-20.

الطرف الذي يحصل على الدفعات الدورية مقابل تقديم الأصل في حين أن المستأجر هو الطرف المتعاقد على الانتفاع بخدمات الأصل مقابل سداده لأقساط التأجير للمؤجر.

المطلب الثالث: عوامل نجاح وفشل المؤسسات الناشئة.

الفرع الأول: عوامل نجاح المؤسسات الناشئة.

صحيح أن هناك فرق بين المؤسسات الناشئة والمشاريع الناشئة فالأولى أشمل من الثانية كون أن لها القدرة على إنشاء المشاريع الناشئة ولكن يمكن القول أننا نقصد المؤسسات الناشئة عند ذكر المشاريع.

هناك الكثير من الشروط والمحددات التي من الواجب توافرها في المؤسسات الناشئة كي تتمكن من النجاح, إذ إن هناك جهودًا تخطيطية وإدارية وتنظيمية يجب أن تتضافر معا لتحقيق هذه الغاية المنشودة، كما أن هذه العوامل لا بد أن تكون موجودة قبل إطلاق المؤسسة، أي يجب أن تكون مستمرة على الدوام، وإذا كانت هناك الكثير من المؤسسات التي تفشل فإن هناك أيضًا عوامل تساعد في نجاح هذه المؤسسات وهي تلك التي يجب يضعها صاحب المؤسسة في اعتباره، سواء كان رائد أعمال أو حتى مدير المشروع, يمكن تلخيص هذه العوامل في النقاط التالية[1]:

1. **دراسة جدوى تفصيلية قوية وشاملة.**

قبل أن تطلق المؤسسة أو المشروع لا بد أن تعد دراسة جدوى تفصيلية من كل النواحي الفنية الاقتصادية والتسويقية وغيرها بحيث تكون قوية ومحكمة لهذا المشروع، تعرف من خلالها على كل التفاصيل من الأسواق المتاحة، المنافسين، جودة المنتج، والتكاليف اللازمة لبدء التشغيل، والمعدات المطلوبة للعمل، والأرباح المتوقعة، وحجم السوق الذي تعمل فيه، ومدى قوة المنافسين ونقاط ضعفهم كذلك.. إلخ.

2. **امتلاك الخبرة اللّازمة لإطلاق المنتج.**

لكل نشاط حتى ولو بسيط أسراره وتصاميمه الخاصة، لكي يلبي احتياجات المستهلك، وهذا ما يسمى بسر المهنة. إن لم يكن لديك القدرة على تحديد ملامح المنتج الذي ستطلقه، فسيكون من الصعب إنتاجه بالجودة المطلوبة، نظراً لصعوبة تدريب الموظفين على منتج غير محدد الملامح.

3. **توافق إستراتيجية الإنتاج مع متطلّبات المستهلك.**

قد تكون إستراتيجية إنتاج منتجات ذات تكلفة منخفضة وإضافة هامش ربح قليل وسيلة جيّدة لزيادة حجم مبيعات المشروع. فإذا كانت هذه الإستراتيجية لا تتناسب مع طبيعة المنتج وتكلفة الإنتاج مرتفعة، يجب أن يتميز المنتج بجودة عالية، يسعد بها العملاء المستهدفين، وبالتالي يزداد الطلب عليها بالرغم من سعرها المرتفع.

4. **سرعة تطوير المنتج لزيادة القدرة التنافسية.**

إمكانية تطوير المنتج من أهم عوامل التي تساهم في استمرار نشاط المنشأة وتمنحها قدرة تنافسية أكبر. فلا يمكن زيادة نسبة الإقبال على منتجاتك، إن لم تكن مواكبة لمتغيّرات السوق واحتياجات العملاء، لذلك يجب مراقبة تغيّرات السوق من حيث احتياجات ورغبات الشريحة المستهدفة، ومواكبة ذلك التغير في أسرع وقت من خلال تطوير المنتج.

5. **اختيار فريق عمل ذو المهارات المطلوبة.**

1 – الموقع الالكتروني **https://bit.ly/3rBvFJH** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/10 على الساعة 11:36.

يشترط كل عمل تجاري مجموعة من الخبرات والمهارات التي يجب توافرها لدى فريق العمل، ليتم تنفيذ مراحل الإنتاج بالجودة والتكلفة المطلوبة. فالمستهلك لا ينفق أمواله على تعليم وتدريب موظفي الشركة. كما أن فكرة الاستعانة بمصادر عمل خارجية لتنفيذ مهام رئيسية بالمشروع ليست فعالة. لذلك يجب التأكد من حسن اختيار الفريق وضمان استمراريتهم في العمل بأداء جيد لتقديم ما هو أفضل للعملاء.

6. إبراز نفسك كخبير في مجال عملك.

سيساعدك ذلك على زيادة شبكة علاقاتك وبالتالي زيادة الطلب على علامتك التجارية في السوق. لذلك أحرص على المشاركة في الفعاليات والمؤتمرات المتعلقة بنشاط الشركة، وتكوين صورة واضحة عنك وعن مجال شركتك على منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام.

7. إدارة التدفقات النقدية بطريقة سليمة.

يعتبر إدارة التدفقات النقدية بشكل مهني صحيح من أهم عوامل بقاء واستمرار الشركة، بل ويساهم أيضاً في النمو والتوسع، فعندما يرى الشركاء والممولين أنك قادر على تحقيق توازن بين الميزانية المتوقعة والفعلية، وأن المشروع تحت السيطرة فيزداد دعمهم لأعمالك.

8. التخطيط الجيّد والإدارة الفعالة.

أي مشروع ناجح يتطلب وجود تخطيط جيد لمهام أقسام المشروع سواء كانت إدارية أو مالية أو تسويقية والالتزام بها مع مُعالجة الانحرافات التي تظهر من حين لآخر أولا بأول، وهنا تأتي أهمية الإدارة المؤهلة التي لديها القدرة والخبرة لمراقبة ومتابعة تنفيذ العمل، بالإضافة إلى اتخاذ القرارات المناسبة في الأوقات المناسبة لتحسين سير العمل والأداء.

1. الفرع الثاني: عوامل فشل المؤسسات الناشئة.

المؤسسات والمشاريع الناشئة في بدايتها تتعرض للكثير من المشاكل التي تجعل صاحب المشروع يشعر بالفشل ويشعر أنه لا يستطيع أن يكمل المشروع وذلك لأننا نهمل الكثير من الخطوات التي يجب أن نتبعها من أجل البدء في أي مشروع فالشركات الكبرى عند قيامهم بأي مشروع يحتاجون إلى الكثير من الدراسات التي يجب أن يجروها من اجل إنشاء مشروع جديد ما بالك بالشخص بالمبتدأ فهو يحتاج إلى الكثير من الدراسات والاستشارات من اجل دراسة مدى نجاح مشروعه, هناك الكثير من الأسباب التي تؤدي إلى فشل المؤسسات الناشئة سوف نتعرف عليها في هذه النقاط التي يجب مراعاتها لنتفاداها عند قيامنا بأي مشروع نقوم به1.

1) **عدم القيام بدراسة المشروع قبل تنفيذه.**

إن عدم القيام بدراسة المشروع قبل بدء التنفيذ يعد من أهم الأسباب التي تؤدي إلى فشل أي مشروع.

فجيب القيام بدراسة كافية قبل إنشاء أي مشروع والاستعانة بالأشخاص الذين يملكون الخبرة المناسبة لدراسة مدى الربح والخسارة التي يمكن أن يتعرض لها المشروع.

2) **البدء في مجال ليس لديك خبره به.**

هذا أيضا من الأسباب الكبيرة في فشل أي مشروع وهو أن يبدأ صاحب المشروع في مجال ليس لديه أي خبره به حتى لو كان هذا المجال يحقق الكثير من الأرباح مع الآخرين.

فهم يملكون الخبرة التي مكنتهم من النجاح، لذلك فانه على أي صاحب مشروع مبتدأ أن يبدأ في المجال الذي يعرفه حتى لا يتعرض مشروعه للفشل.

1 – الموقع الالكتروني **https://bit.ly/3ryCbB9** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/10 على الساعة 11:45.

3) **اختيار فريق عمل غير مدرب.**

من مهام صاحب المشروع الهامة اختيار الأشخاص المناسبين للعمل معه لان ذلك يساعده على نجاح مشروعه .

فلا يجب أن يختار أي أشخاص مبتدأين إذ انه يجب على الأقل أن يكون لديهم خبرات وقدرات تناسب طبيعة المشروع الذي سوف يعمل عليه حتى يضمن تحقيق نجاح مشروعه.

4) **عدم توفر مصادر التمويل:**

فأي مشروع مهما كان صغير يحتاج إلى الكثير من الأموال حتى يكون جاهز للعمل به وقلة مصادر التمويل تؤدي إلى توقف المشروع وعدم اكتماله وبالتالي يخسر صاحب المشروع الوقت والكثير من الأموال.

5) **عدم الاهتمام بالدعاية والتسويق:**

من أكبر الأسباب التي تؤدي إلى فشل أي مشروع هو عدم توفر الدعاية اللازمة له فدائما احرص على عمل الدعاية اللازمة لمشروعك حتى تضمن ترويج مشروعك لشريحة كبيرة من الأشخاص وبالتالي يكون سبب من أسباب نجاح مشروعك.

6) **الاهتمام بالأرباح دون النظر لجودة المنتجات:**

للأسف اغلب المستثمرين يفكر كيف يجني الأرباح ولكنه لا يفكر في جودة المنتج الذي يقدمه للعملاء فدائما العملاء ينجذبون إلى المنتجات الجيدة مهما كان أسعارها ولكن بالطبع يفضل أن تكون المنتجات بأسعار تنافسية للسوق حتى تضمن بناء قاعدة عملاء كبيرة.

7) **الموقع الذي تنشئ مشروعك به:**

لعل من أكبر الأسباب التي تؤدي إلى فشل أي مشروع هو اختيار موقع غير مناسب فدائما أي مشروع يحتاج إلى مكان حيوي يضم الكثير من الأشخاص حتى يضمن صاحب المشروع وفود الكثير من الزبائن إلى النشاط الخاص به.

8) **عدم اختيار الإدارة الناجحة للمشروع:**

من أكثر أسباب فشل المشروع عدم اختيار مدير ناجح فلابد عند الاختيار الحرص على أن يكون من وقع عليه الاختيار أن يتمتع بصفات المدير الناجح ولابد من وجود عامل الخبرة حتى وان كان المدير هو الشخص المالك للمشروع فلابد أن يتمتع بشخصية قوية ليتعامل مع الموظفين بطريقة محترفة وعدم التساهل معهم وإعطاء كل ذي حق حقه وان تكون الحوافز المخصصة لمن يعمل ويساعد في نهوض العمل لازدهار وتقدم المشروع بالإضافة إلى عمل جدولة لمصروفات المشروع حتى لا يكون هناك إنفاق غير دقيق يؤدي إلى فشل المشروع.

المبحث الثالث: العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة.

في ظل اشتداد المنافسة وتزايد التحديات الإقليمية والدولية تجد المؤسسات نفسها تبحث عن الحلول الملائمة لمواكبة التغيرات الديناميكية والإستراتيجية في مجال العلم والتكنولوجيا للحفاظ على حصصها السوقية التي تضمن بقاءها واستمراريتها، وتعظيم أرباحها وتنمي قدراتها التنافسية بما يسمح لها من تحقيق مكانة اقتصادية جيدة ضمن الأسواق المحلية والدولية.

وتعتبر إستراتيجية البحث والتطوير التي ترتبط باستمرارية التجديد من أهم الاستراتيجيات التي تعمل على تشجيع الإبداع والابتكار وخلق التكنولوجيات الجديدة الكفيلة بتحسين أداء المؤسسة وتحقيق الجودة الشاملة للمنتجات بأسعار تنافسية تعظم أرباحها وتنمي قدراتها التنافسية.لذلك فإن اعتماد البحث والتطوير من طرف المؤسسات الهادفة إلى تحقيق التقدم في تكنولوجياتها الإنتاجية وتوسيع مبيعاتها وتعظيم أرباحها و منه فإن مفتاح الوصول إلى مراتب المؤسسات العالمية الرائدة ومناصب الدول القوية والمتقدمة يكمن في اكتساب وتوطين التكنولوجيا واعتماد إستراتيجية البحث والتطوير كخيار استراتيجي للنمو والتنافس.

المطلب الأول: أهمية البحث والتطوير وأثره على ربحية المؤسسات الناشئة.

الفرع الأول: أهمية البحث والتطوير.

يعتبر البحث والتطوير من السياسات التي تتبعها المؤسسة الحديثة لتحقيق أهدافها، فهو يستهدف خلق اضافة للمعرفة المتاحة للمؤسسة في مجال نشاطها واستخدام تلك المعرفة في تطبيقات جديدة في أنشطتها المختلفة.

ويعرف البحث والتطوير بأنه نشاط مقترن بالابتكار وتزويد المعرفة وتحويل نتائج البحوث إلى سلع وخدمات، وتطوير المنتجات والعمليات بالشكل الذي يحقق الميزة التنافسية لهذه المؤسسات1.

كما يمكن تعريف البحث والتطوير بأنه ذلك النشاط الإبداعي الذي يتم على أساس قواعد علمية بهدف زيادة مخزون المعرفة واستخدامها في تطبيقات جديدة في النشاط الإنتاجي وتحقيق عائد مجزي2.

يهتم نشاط البحث والتطوير أساسا بالتفاعل مع البيئة من خلال توظيف إمكانات المؤسسة باتجاه خدمة حاجات ورغبات تلك البيئة من السلع والخدمات النافعة، ومواجهة التغيرات التي تحدث في تلك البيئة.

هناك بعض الشركات الكبيرة التي تخصص جزءًا كبيرًا من ميزانيتها لأنشطة البحث والتطوير، وتحسين الأداء وزيادة الربحية في الوقت الحاضر، يعد البحث والتطوير جزءًا أساسيًا من عالم الأعمال الحديث، وعليه يتم اتخاذ القرار الرئيسي في الشركات حيث يسير البحث عن المنتج وتطويره جنبًا إلى جنب مع البحث والتطوير في السوق، ويستخدم باحثو المنتج المعلومات التسويقية التي تساعدهم على تطوير المنتجات أو الخدمات واختيار التصاميم المناسبة. أصبح موضوع البحث والتطوير أكثر وضوحًا بشكل تدريجي في الأدبيات الاقتصادية

1 – حورية شعيب، تسيير وظيفة البحث والتطوير في المؤسسة الصناعية دراسة حالة: مجمع صيدال، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة,2014, ص03.

2 – صدوقي غريسي وآخرون، أهمية البحث والتطوير في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة مجمع صيدال، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد 02, سبتمبر 2017,ص328.

وتغطي العديد من الدراسات قيمه المختلطة ، فهو مصدر للمعلومات ويقوم بتحديث المنظمة ويصر عليها لإحداث التغيير في البيئة1.

فالبحث والتطوير هو نتاج للبحث العلمي الذي يسهم في دعم الاقتصاد وإيجاد حلول مستدامة للمشكلات التي تواجه المجتمع، ويساعد في تحسين مستوى وجودة الحياة، ودفع عجلة التنمية، وإيجاد الفرص الوظيفية، والمنافسة مع الدول المتقدمة في حجز مراتب متقدمة على خريطة العالم في البحث والتطوير والاستكشاف والتنمية الاقتصادية.

للبحث والتطوير أهمية خاصة بالنسبة للمؤسسات الناشئة وحتى المشاريع الكبرى الصناعية منها بشكل خاص، فإذا كان نجاح المؤسسات وتفوقها ونمو الدول ورقيها قد ارتبط إلى وقت قريب بالإمكانيات المادية والثروات الطبيعية فإن تجارب راهنة تتعلق بدول حققت قفزات عملاقة في مجالي التصنيع والتنمية الاقتصادية، وبمؤسسات اقتصادية تمكنت من تحقيق إنجازات كبيرة وبلوغ مستويات ريادية، بينت أن كل ذلك تحقق بفضل اعتمادها على موارد ذات طبيعة غير مادية، تجلت فيما أسمي في مطلع القرن الحادي والعشرين بالأصول المعرفية2.

إن تشجيع الاستثمار في البحث العلمي يحتاج إلى توفر عدد من المقومات الضرورية منها:

- الموارد البشرية المؤهلة والمدربة تدريبا رفيعا.
- البنية المؤسساتية كالجامعات ومراكز البحوث.
- الموارد المالية والتمويلية الكافية.
- حماية حقوق الملكية الفكرية.
- المناخ العام للاستثمار، ويشمل كل الضوابط والإجراءات الحاكمة للاستثمار بصفة عامة والتي يجب أن تكون سهلة ومرنة لازدهار نشاط البحث العلمي.

والتقدم الاقتصادي المستقبلي لأي دولة يكون مقتصرا على اختراع وتطبيق تقنيات جديدة، وتكمن أهمية البحث والتطوير هناك حيث يلعب دورا مهما في تعزيز قدرة الشركات لأنها تحفز أساليب الإنتاج المبتكرة وتخفض التكاليف وتحسن جودة المنتج.

الفرع الثاني: أثر البحث والتطوير على ربحية المؤسسات الناشئة.

إن أحد أهداف أي مؤسسة هو تحقيق الأرباح ليس لصالح المؤسسة فحسب بل لصالح المساهمين والموظفين والمستهلكين على حد سواء، فلا يكفي أن تحشد المؤسسة كل طاقاتها للبحث أو الاعتماد على التكنولوجيا الجديدة بينما تعاني بقية أقسام المؤسسة من قصور وتراجع شديد. والحقيقة أن ذلك قد يضر بالمؤسسة أكثر من إفادتها، فاتساع مفهوم البحث والتطوير يجعل الإنفاق عليه لا يقل أهمية عن الإنفاق على الأفراد والتجهيزات والمواد الخام، لذا وجب أن يكون هناك تحديد دقيق لمشروعات البحث والتطوير التي تحتاج إليها المؤسسة وبيئتها الخارجية ودعمها من ناحية، وتجميد المشروعات التي لا يعتقد أنها ستؤدي إلى تطوير أداء المؤسسة، من ناحية أخرى، فعمليات البحث والتطوير هي عمليات مركبة ومعقدة ولها أبعاد عديدة منها:

---

1 – الموقع الالكتروني: **https://blog.oureducation.in/importance-of-research-and-development** تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/28 على الساعة 13:17.

2 – عبد اللطيف مصيطفى، عبد القادر مراد، أثر إستراتيجية البحث والتطوير على ربحية المؤسسة الاقتصادية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 04 ديسمبر2013, ص32.

– وجود فكرة و تصور واضحين حول توجه الشركة على المدى البعيد والفرص المتاحة من خلال البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحيطة.

– القدرة على اتخاذ القرارات التي قد لا تحظى بالتأييد أحيانا.

– توفر الوعي الكافي بالقدرات الحقيقية والاستراتيجيات الفعلية للمؤسسة1.

المطلب الثاني: النظام الوطني للإبداع SNI.

الفرع الأول: تعريف النظام الوطني للإبداع SNI.

اختلف الباحثين في اعطاء تعريف محدد لهذا النظام فكل في مجاله وزاويته في دراسة الموضوع وتمثلت تعاريفهم في الآتي:

تعريف كريستوفر فريمان C.Freeman: وهو من أول تطرق لهذا المفهوم ويعتبر فيه أنه عبارة عن شبكة المؤسسات في القطاعين العام والخاص التي تقوم أنشطتها وتفاعلاتها باستيراد وتعديل ونشر التكنولوجيا الجديدة2.

وجاء بعده تعريف ليوندفال Lundvall: بأنه عبارة عن العناصر والعلاقات التي تتفاعل بهدف انتاج ونشر واستخدام التكنولوجيا والمعرفة الجديدة والمفيدة اقتصاديا ضمن حدود الدولة3.

أما تعريف الأمريكي ريتشارد نيلسون R.Nelson: فهو شبكة من المؤسسات, حيث تسمح التفاعلات التي تحدث داخل هذه الشبكة بتحديد الأداء الإبداعي للمؤسسات الوطنية4.

- لم تعد المنافسة ممكنة على أساس خفض الكلفة وحسب، فالسوق تتطلب الجودة والسرعة والمرونة في تلبية الطلب، ومفتاح النجاح في هذا المناخ هو الإبداع والابتكار وهو مجال تجيده المؤسسات الناشئة، فالتطور التكنولوجي المعاصر هو فجر شكل جديد يتخذه التنظيم الصناعي تؤدي في ظله المؤسسات الناشئة دوراً رائداً في تعزيز الابتكار، وقد جاء هذا التطور لصالح هذه المؤسسات فازداد نشاطها، بل وأصبحت تنافس بكفاءة الشركات الصناعية العملاقة في بعض المنتجات.

1 – كريستوف فريدريك فون برادن، حرب الإبداع فن الإدارة بالأفكار، ترجمة عبد الرحمان توفيق، مركز الخبرات المهنية للإدارة بميك، القاهرة، 2000، ص242.

2 - Wenhsu, C. Hsing, C. The Taiwan innovation system, in the international handbook on innovation, Elsevier science ltd, 2003, p 97.

3 - Feinson, S. National innovation systems: Overview and country cases, 2003, P17. موجود على الرابط التالي:

https://**cspo**.**org**/**legacy**/**library**/**110215F4ZY_lib_FeinsonInnovatio**.**pdf** consultè le 01/04/2021 a 12:47h.

4 - Nelson, R. National innovation systems, a comparative analysis, oxford university press, USA, 1993, p4.

إن المؤسسة الناجحة هي المؤسسة القادرة على تحسين أداء أعمالها وتعزيز نموها من خلال زيادة قدرتها التنافسية باستمرار، وقد أظهرت الدراسات الميدانية أن الشركات ذات المستوى العالي في الأداء هي شركات تتميز بمنتجات فريدة ومبتكرة، وهذا يشير إلى حقيقة هامة مفادها أن قدرة الشركة على الإبداع تحدث تأثيراً مباشراً على قدرتها التنافسية وأدائها، وفي غياب القدرة على الإبداع قد تعجز أي شركة عن تحقيق نتائج إيجابية، بالإضافة إلى ذلك وجد أن الشركات المبدعة تملك القدرة على تحسين أداء أعمالها بالنفاذ إلى أسواق جديدة، وزيادة حصتها في السوق، وزيادة أرباحها وبالتالي تؤثر القدرة الإبداعية لأي شركة على قدرتها التنافسية في السوق .كما لوحظ أن النمو الاقتصادي يعزى، في جزء منه، إلى تحقيق الإبداع والتجديد وتقيم مساهمة الإبداع والتجديد في التنمية الاقتصادية بقياس مساهمته في الدخل الوطني وفي العمالة، وتعود مستويات الإبداع المرتفعة التي حققتها المؤسسات الناشئة على استغلال المعارف التي تتولد من خلال عمليات الأنظمة وتشارك المعارف بين الأفراد.

الفرع الثاني: مكونات النظام الوطني للإبداع SNI.

يشمل النظام الوطني للإبداع على أربعة جوانب أساسية هي:

الجانب الأول: الإجراءات التشريعية تساعد وجود تشريعات تنظم عقود اكتساب التكنولوجيا، وعقود شراء وسائل الإنتاج ضامنا لنقل بعض المعرفة للوطن، ولو بصفة جزئية، كما تؤدي وجود تشريعات خاصة بضبط الجودة والمواصفات والمقاييس والتشريعات الخاصة بحماية الملكية الفكرية من ترجمة وتأليف ونشر محفزات لدى الأفراد والمؤسسات للقيام بالنشاط الإبداعي وبالكيفية وبالجودة المطلوبة.

الجانب الثاني: الإجراءات البشرية ويرتبط هذا العنصر بتكوين الموارد البشرية، ففي سبيل توفير المحيط العلمي والتكنولوجي الملائم للمؤسسة وتغطية احتياجاتها من الموارد البشرية المؤهلة، تسعى الدول إلى الاعتناء بالتدريب عن طريق تمويله وكذا توسيع الاهتمام بالدراسات العليا بالجامعات في المجالات العلمية والتكنولوجية.

الجانب الثالث: الإجراءات المالية وتتمثل في التحفيز الضريبي والمالي للقطاع العام والخاص للاستثمار في البحث والتطوير وإدخال التكنولوجيا الحديثة في القطاعات الإنتاجية والخدمية ومنح تسهيلات جمركية لتشجيع بروز لصناعات ذات التكنولوجيا العالية، وترتكز جوانب هذا القطب في زيادة الإنفاق على البحث والتطوير، وتحسين الوضع المالي للعمال في مجال التكنولوجيا والعلم، وهنا تلعب البنوك والهيئات المالية دور كبير في هذا الجانب، من خلال توفير الأموال اللازمة كي تستطيع المؤسسات الاستفادة من الأفكار المبدعة وتطبيقها في شكل منتجات أو عمليات إنتاجية جديدة.

الجانب الرابع: الإجراءات المؤسساتي ويدخل ضمن هذا الإطار مؤسسات البحث والتطوير في القطاعين العام والخاص والتنسيق فيما بينها، وتمثل إقامة المؤسسات التي تدفع بالعلاقة بين القطاع الاقتصادي والجامعة أهمية بالغة في إقامة نظام وطني للابتكار فعال قادر على تدعيم القدرات الإبداعية للمؤسسات لكون الجامعات والمعاهد تشكل الخزان العام للعلم والمعرفة في الدول، ومن ثم دفع عجلة التقدم الصناعي والتكنولوجي.

الفرع الثالث: طرق تطوير وتدعيم النظام الوطني للإبداع SNI.

إن الإبداع والابتكار عبارة عن عملية تدريجية وتراكمية تعتمد على الدراسة بالتعلّم وتُبنى على علاقات شبكية، وعلى التفاعل المستمر بين المنشآت التكنولوجية، جامعات التعليم العالي، معاهد البحوث والدراسات، المصارف التمويلية وشركات الاستثمار ومؤسسات الرقابة الحكومية.

وعلى هذا الأساس، فالنظام الوطني للإبداع يجعل كل هؤلاء الفاعلين في إطار مؤسساتي هادف إلى تحقيق عملية الابتكار على الصعيد الوطني عبر ربطها بعلاقات تعاونية ومعاملات تجارية وتنافسية تمكّن من تحصيل القيمة الاقتصادية المضافة.

وعلى هذا النحو، يستند النظام الوطني للإبداع على تشبيك واسع بين كل المؤسسات المعنية بإنتاج المعرفة بهدف إقامة تواصل يقوي تنمية التكتل التكنولوجي من خلال مناطق صناعية، وأقطاب تكنولوجية ونُظُم للإنتاج المحلي.

ويستلزم النظام الوطني للإبداع الارتكاز على عناصر رئيسة تؤطر عمله وتعزز مكانته في المنظومة الاقتصادية ونذكر هنا:

- ضرورة وجود نظام تعليمي قوي منتج لموارد بشرية ذات كفاءة عالية ومتحلية بروح المبادرة والرغبة في الاكتشاف.
- تعزيز البحث والتطوير عبر توفير التمويل الكافي وتحفيز الباحثين والعمل على شراكات إستراتيجية بين القطاع العام والخاص.
- تنظيم الإطار الاقتصادي بترسانة قانونية تهتم بالمنافسة.
- حماية المستهلك وحقوق الملكية الفكرية.

علاوة على ذلك، يحتاج النظام الوطني للإبداع إلى مؤسسات وسيطة تعمل على تمويل المنشآت الصغرى والمتوسطة من خلال رأس المال المجازف، وكذلك تشجيع ريادة الأعمال بالقطاعات المعرفية عن طريق تقديم الدعم المالي في شكل التعويضات الصناعية عن مصاريف البحث والتطوير، وعرض خدمات التكوين والتأهيل في القطاعات التكنولوجية الدقيقة للارتقاء بمهارات الرأس مال البشري.

المطلب الثالث: مجتمع المعرفة وإنتاج المعرفة.

الفرع الأول: تعريف مجتمع المعرفة.

يعرف مجتمع المعرفة بأنه المجتمع الذي يستند إلى قدرة نوعية من التنظيم بإيجاد آليات راقية وعقلانية في مجال التسيير وترتيب الحياة والتحكم في الموارد المتاحة والمتمثلة في المعرفة وحسن استثمارها وتوظيفها1.

ويعرف أيضا بأنه المجتمع الذي يقوم أساساً على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع أنشطة المجتمع واستغلالها بالشكل الذي يساهم في توفير خدمات جديدة أو منتجات آخرى2.

1 – الموسوعة العربية للمجتمع المعلوماتي، إدارة المعلومات– مفاهيم ومصطلحات اقتصادية– متوفر على الرابط التالي:
https://www.al-jazirah.com.sa.

2 – تقرير التنمية الانسانية العربية، المكتب الاقليمي للدول العربية، البرنامج الانمائي للأمم المتحدة، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية,2003, ص36.

ومجتمع المعرفة هو المجتمع القادر على إنتاج المعرفة محليا, وحسن تطبيقها ونشرها واستثمارها المثل وتجديدها, معتمدا في ذلك على ما لديه من موارد وإمكانيات ذاتية محلية والقائم على استثمار المعرفة بوصفها موردا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية, ومصدرا رئيسيا في توليد الثروة وزيادتها وفيه تتدفق المعارف والمعلومات بسهولة وبدون عوائق, حيث يمكن الوصول إليها بوسائل سريعة ومتعددة خلال وقت قصير وبدون متاعب وتكاليف باهظة, وتكون متاحة للجميع بدون طبقية أو تمييز وكذا توجيه السلوك الإنساني فرديا ومؤسسيا في مجالات النشاط الإنساني على أساس أن المعلومات والمعرفة والتقنيات المرتبطة بها تؤثر على إنتاج المجتمع وطرائق تعليمه, والعلاقات الاجتماعية بين أفراده وسياساته ومختلف أوجه الحياة الآخرى وبذلك يمثل مجتمع المعرفة قفزة جديدة لتطور المجتمعات البشرية حتى أخذ التقدم يقاس بمعايير القدرة على إنتاج المعرفة وتحديثها وتراكمها1.

كما أن المجتمع الذي تشيع فيه المعرفة والمعلومات وتعممها في كل أنشطة المجتمع, بحيث تكون المعرفة هي السمة الجوهرية والمميزة لطبيعة المجتمع وتساهم في تحديد هويته وحتى فلسفته2, بحيث تحولت المعرفة إلى محور التنافس بين الدول والمجتمعات الصناعية التي تتسابق فيما بينهما على اكتساب مصادر القوة والهيمنة والتفوق الحضاري وعموما فالذي يميز مجتمع المعرفة ليس الحصول على المعلومات واستخدامها لتحقيق أهداف معينة, إنما ذلك المجتمع الذي ينتج المعرفة ويوظفها في مختلف أنشطة المجتمع وعن طريقها يحدد قدرته على البقاء والصمود والتقدم والمنافسة, وما يفرضه ذلك من ثقافة تقيم وتحترم من ينتج هذه المعرفة ويستثمرها في المجال الملائم لها وإيجاد محيط ثقافي واجتماعي وسياسي يؤمن بالمعرفة وبدورها في تغيير المجتمعات.

الفرع الثاني: عناصر إنتاج المعرفة.

إنتاج المعرفة يعني العمل على خلقها ويتم ذلك من خلال مشاركة فرق العمل الداعمة لتوليد رأس مال معرفي جديد3 وتتمثل عناصر إنتاج المعرفة في عدة وسائل تلجأ إليها المؤسسة من أجل زيادة إنتاج المعرفة نذكر منها4:

1- البحث العلمي:

البحث العلمي كنشاط إنتاجي حيث إذا كان إنتاج المعرفة عملية قصديه فإنها تكون نتيجة البحث، حيث أن هذه العملية تهدف لزيادة مخزون المعرفة وبالتالي المراكز الأساسية والرئيسية التي تهدف إلى خلق المعارف المقصودة تتمثل في مراكز البحث والمدارس العلمية ومخابر البحث والتطوير.

البحث العلمي هو عملية استقصاء وتنقيب وتحري من أجل إثراء المعرفة وتطويرها بالإضافة إليها وزيادتها من خلال التحليل والنقد والاستنتاج بالشكل الذي يساهم بتحقيق إضافة جديدة للمعرفة، تكون الحقائق الناجمة عن البحث العلمي ذات الصلة المباشرة بالمجلات

1 – مي عبد الله، مكونات البنية الاجتماعية والاقتصادية للإقامة مجتمع المعرفة في الوطن العربي، كلية الاعلام، الجامعة اللبنانية ,2016,ص35.

2 – صلاح الدين محمد توفيق، هاني محمد يونس موسى، دور التعلم الالكتروني في بناء مجتمع المعرفة العربي، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، عدد3, 2007,ص 63.

3- ربحي مصطفى العليان، اقتصاد المعرفة، مرجع سابق، ص67.

4 – بغداد باي غالي، دور الدولة في تنمية اقتصاد المعرفة– حالة الجزائر–، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجيلالي اليابس سيدي بلعباس, 2017,ص19-20.

العلمية وقد لا تكون كذلك، حيث أن صلتها بجوانب الحياة الواقعية تتم من خلال إنها تفتح المجال للبحوث التي تستند إليها والتي تتصل بتطبيق نتائجها على المجلات العلمية.

إن الاهتمام البليغ للبحث والتطوير في النمو الاقتصادي هو اليوم هو واقع يقر به الجميع ويمكن للمعرفة التي تكون نتيجة البحث أن تكون من نماذج مختلفة، فهناك المعرفة التي تسمح بفهم أساسي للقوانين الطبيعية أو للمجتمع، والمعرفة التي تساعد على حل المشاكل العلمية، إلا إن هذا التمييز لا يسمح برسم حدود واضحة العلم والثقافة ففي هذين الميدانيين بالفعل سيكون من الواجب إنتاج كل نماذج المعرفة، لكن هذا التمييز يسمح بالمقابل بتبيين معالم نشاط البحث الأساسي ونشاط البحث التطبيقي والتطويري. واستقطاب المعرفة يعني استخلاص المعرفة من مصادرها الإنسانية يعني المعرفة الموجودة عند الخبراء، والرمزية الموجودة في الوسائط الرقمية ونقلها وتخزينها في قاعدة المعرفة.

2- التعلم:

التعلم نشاط أساسي وضروري للإنتاج والاستخدام حيث أن أي نشاط لإنتاج الثروة أو خدمة أو لاستخدامها يمكن أن يتيح المجال للتعلم وبالتالي لإنتاج المعرفة.

إن أهمية عملية التعلم بالاستخدام لا يمكن فصلها عن وجود فئة المستخدمين أو الفاعلين الذين تبعا لدرجة استقلاليتهم وحريتهم في البحث عن الاستخدام الأفضل لمنتج معقد على سبيل المثال برنامج حاسوب سيلعبون دورا حاسما في إنتاج المعرفة وهكذا فانه بسبب وجود حدود لإعادة الإنتاج الكاملة أثناء المراحل التجريبية تبرز خلال الأنشطة العادية للإنتاج والاستخدام تجارب غير مخطط لها تستدعي التعلم.

كما أن عملية اكتساب المعرفة من مصادرها المختلفة سواء كانت الداخلية والمتمثلة في مستودعات المعرفة من خلال المشاركة في الخبرات والممارسات وحضور المؤتمرات وغيرها، أو من المصادر الخارجية المتمثلة في الشبكات العلمية كشبكة الانترنيت والخبراء المختصين، أما فيما يتعلق بقنوات اكتساب المعرفة فيكون من خلال استقطاب العاملين الجدد واقامة التعاونيات والشراكة بين مختلف الأطراف الفاعلة في هذا المجال[1].

1 – دوخي مقدم يمينة، أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري في ظل اقتصاد المعرفة، أطروحة دكتوراه في التسيير، جامعة الجزائر3, ص87.

خلاصة الفصل:

لقد تناول هذا الفصل ماهية ومضمون اقتصاد المعرفة وأثره في زيادة عدد المؤسسات الناشئة التي تعود بالنفع على الاقتصاد الوطني وترفع من أداءه ومستوى تنافسيته، وظهر ذلك من خلال الاستثمار الكبير للمعارف في الدول المتقدمة وبهذا فإن عصر الاقتصاد التقليدي الصناعي القائم على الموارد المحدودة قد ولى وظهر مكانه اقتصاد المعرفة القائم على الموارد المتجددة ألا وهي المعرفة وله من الميزات والخصائص ما يؤهله لريادة الاقتصاد الوطني والدفع بعجلة التنمية للأمام وهو ما تحاول الدول النامية الاندماج فيه، فتم التطرق إلى المعرفة ومفاهيمها وتم ذكر مضمون اقتصاد المعرفة خصائصه ومؤشرات قياسه لمعرفة مدى قدرة الدول في سبيل الاندماج فيه.

وتم الاستنتاج أن علاقة المؤسسات الناشئة باقتصاد المعرفة علاقة تكاملية فهي تعتبر قاطرة الاقتصاد المعرفي كونها تقوم على كل أنواع المعارف وتستثمرها في سبيل إنتاج وإطلاق منتجات أو خدمات مبتكرة بديلة للتقليدية وتحل المشاكل التي يعاني منها الاقتصاد الوطني للدولة وتعمل على كسر الاعتماد الكلي على ايرادات المحروقات لتغطية الانفاق العام للدولة، واقتصاد المعرفة هو من يضمن فرص نجاح هذه المؤسسات من خلال توفيره لبيئة العمل المناسبة لها.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

يعتمد اقتصاد المعرفة اعتماداً أساسياً على نشر المعلومات واستثمارها بالإضافة إلى توليدها طبعاً. فنجاح المؤسسات والشركات يعتمد كثيراً على فعاليتها في جمع المعرفة واستعمالها لرفع الإنتاجية وتوليد سلع وخدمات جديدة، وقد أصبح الاقتصاد يقاد من قبل سلسلة هرمية من شبكات المعرفة التي تتغير فيها المعلومات بمعدلات سريعة. وهناك أنواع عديدة لشبكات المعرفة مثل شبكات الجامعات وشبكات مراكز البحوث وشبكات مؤسسات المعلومات كالمكتبات ودور النشر ومراكز التوثيق وشبكات الصناعات المختلفة وغير ذلك من الشبكات، وأصبح المجتمع الذي لا يعتني بتشبيك مؤسسات المعرفة مجتمعاً متأخراً عن الركب الاقتصادي العالمي.

وتلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً أساسياً في تشبيك المعرفة وطنياً وإقليميا وعالمياً وأصبحت أحد الأدوات الهامة في

الإبداع والتجديد. ينشأ اقتصاد المعرفة ويتطور بأساليب تعتمد على تكنولوجيا المعلومات ويسعى إلى إدارة كفؤة للمعلومات بحيث تصبح معها الصناعات المعتمدة على المعرفة أساساً للقطاع الاقتصادي، مع العلم أن ضمان نجاح تبني نموذج اقتصاد المعرفة من طرف الدولة يكمن في تفعيل المؤسسات الناشئة وتحفيزها بآليات وطرق تساهم في نجاحها لزيادة أدائها التنافسي على الصعيد المحلي أو الدولي ما يضمن دخولها في أسواق جديدة لحجز حصص سوقية آخرى وهذا ما يزيد من أثرها على الاقتصاد الوطني.

المبحث الأول: واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر.

لقد عملت الجزائر على إنشاء اقتصاد يمكنها من الخروج من دائرة التخلف والتبعية، وشهد هذا التطور تحولات عديدة أملته عليها التطورات الحاصلة على المستوى العالمي، حيث أنها تبنت إستراتيجية قائمة على التخطيط المركزي وهيمنة القطاع العام على الاقتصاد، حيث تم التركيز على الصناعة وإنشاء المجمعات الكبرى دون الاعتماد على الاستثمار الأجنبي ويرجع ذلك إلى وفرة الأموال نتيجة الريع البترولي وهذا لبناء المشاريع من أجل التنمية الاقتصادية، وفي ظل التغيرات الكبيرة السياسية والاقتصادية منها والاهتمام المتزايد من طرف الحكومة باقتصاد المعرفة أصبح لزاما عليها تبني هذا الاقتصاد القائم على المعارف الذي يساهم في الرفع من المستوى التنافسي للاقتصاد الوطني محليا ودوليا.

المطلب الأول: لمحة عن نشأة وتطور اقتصاد المعرفة في الجزائر.

ابتداءا من 2002، شرع معهد البنك العالمي (WBI) في تطبيق برنامجين مهمين تمثلا في الاقتصاد القائم على المعرفة (Knowledge bases economy) والمعرفة من أجل التطوير (Knowledge for development)، وبالنسبة لدول الشرق الأوسط وشمال لإفريقيا (MENA) فقد تم وضع برنامج عمل من أجل تحديد الرهانات الناتجة عن اندماج هذه الدول في اقتصاد المعرفة وكذلك تحديد الاحتياجات من خلال تشخيص وضعية هذه الدول والمساهمة في وضع خطة عمل وبرنامج من أجل تطبيق اقتصاد المعرفة. وبالنسبة للجزائر، فقد اتخذت قرار التوجه نحو اقتصاد المعرفة منذ 2003 بعد انعقاد مؤتمر مرسيليا، ومنذ ذلك الحين عملت الجزائر على توفير الإمكانات اللازمة للدخول في هذا الاقتصاد الجديد والاستفادة من مميزاته من خلال العمل على التحول من بلد مستهلك للتكنولوجيا إلى بلد منتج ومصدر لهذا المنتوج الذي لا ينضب والمتميز بقيمة مضافة عالية، وقد عملت الجزائر على تحسيس كافة مكونات المجتمع وبالأخص الباحثين ومسيري المؤسسات القائمة على التكنولوجيا بأهمية اقتصاد المعرفة من خلال تنظيم العديد من الملتقيات الوطنية والدولية كالملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة. في 2004 بجامعة ورقلة، والملتقى الوطني حول اقتصاد المعرفة وتنافسية المؤسسات في 2004 بجامعة بسكرة، وكذلك الملتقى الوطني حول اقتصاد المعرفة بجامعة مستغانم الذي تم تنظيمه بالتنسيق مع شبكة MAGHTECH والجمعية الجزائرية من أجل التحويل التكنولوجي (A2T2) تحت عنوان:" الاقتصاد القائم على المعرفة من أجل تحقيق التنمية المستدامة: التحديات والفرص بالنسبة للجزائر"

وفي 2006 عملت هذه الملتقيات على جمع جميع الأطراف من باحثين جامعيين وخبراء ومسيري مؤسسات على المستوى الوطني من أجل إيجاد الحلول المناسبة للاندماج في هذا الاقتصاد، وقد تميزت هذه الملتقيات بدعم الحكومة من خلال حضورها الرسمي ممثلة في الوزير المكلف بالبحث العلمي وكذلك الوزير المكلف بالتنمية المحلية. هذه خطوات ساهمت بشكل كبير في تحسيس الأطراف المعنية بأهمية هذا الاقتصاد وخصوصا أصحاب القرار السياسي والاقتصادي في الجزائر.

الجزائر من هذا المنطلق استجابت لمتطلبات العولمة ساعية في نفس الوقت إلى لأن تتوافق مع التحديات الجديدة، ومع بلوغ سنة 2014 تكون الجزائر قد شكلت ثلاث برامج مسطرة تم اعتمادها منذ سنة 2001، نظرا للأهمية التي باتت تتمتع بها الجزائر كرابع أكبر منتج للنفط الخام في إفريقيا، وسادس أكبر منتج للغاز الطبيعي في العالم وثاني ممون لأوروبا بعد روسيا بالطاقة، وكرابع أكبر قوة اقتصادية في إفريقيا والوطن العربي، هذه المعطيات ما هي إلا دلالات على ما أصبحت عليه جزائر اليوم، فقد تم اعتماد الدولة ثلاث برامج للتنمية هي:

1 .برنامج الإنعاش الاقتصادي (2001-2004).

2 .برنامج دعم النمو الاقتصادي (2005-2009).

3 . البرنامج الثالث (2011-2014) الاستثمار في الموارد البشرية.

برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي (2001-2004) بغلاف مالي 252 مليار دينار.

والذي يهدف لتثبيت الدولة في إطارها القانوني كمسؤول عن الأهداف الاقتصادية، يرتكز على الاستثمار العمومي وعصرنه الهياكل الاقتصادية، وكأولويات هذا البرنامج الحد من الفقر ، القضاء على البطالة، توزيع الثروة على مناطق الوطن ودفع التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، كما تم الاهتمام في هذا البرنامج على جملة من الأمور والإنجازات العامة في مجال الصحة، الموارد المائية، التنمية الريفية والبني التحتية الأساسية، الاستثمارات وتنويعها، كما أولت الحكومة اهتمامها بالبيئة وإصدار عدة قوانين متعلقة بها في إطار التنمية المستدامة، وتكريس مسؤولية الحفاظ على الطبيعة والإبقاء على التوازن الطبيعي وحماية الموارد الطبيعية.

أما البرنامج الثاني (2005-2009) هو برنامج تكميلي لدعم النمو، وخصص هذا البرنامج بالجنوب والهضاب العليا، من أجل فك العزلة عن الجنوب وفك الضغط عن الشمال، فحسب الإحصاء الوطني الخامس الذي أجرته الجزائر للسكان والسكن 2008 أفضى إلى تحديد عدد الجزائريين 34.8 مليون نسمة يسكن 80 بالمائة منهم في المدن الساحلية، وهو ما يؤكد أهمية السياسة التنموية التي شرعت الدولة في التخطيط لها من اجل إعادة التوازن الديمغرافي عبر مناطق الوطن، ولا سيما من خلال تهيئة مناطق الهضاب العليا ومناطق الجنوب وجعلها أكثر استقطابا للتنمية، كما اهتم كذلك هذا البرنامج على غرار البرنامج الأول بالبطالة، التشغيل، الصحة، التعليم والأشغال العمومية، كما تم وضع مشروع تأهيل الطرقات ليتماشى وفق المعايير الدولية و التهيئة التدريجية للتراب الوطني.

أما البرنامج (2010-2014) فقد خصص له غلاف مالي يقدر بـ 286 مليار دولار، وقد خصص هذا البرنامج نسبة كبيرة لتأهيل الموارد البشرية حيث كانت حصة تنمية الموارد البشرية من هذا الغلاف 40 بالمائة و التوجه نحو اقتصاد المعرفة من خلال البحث العلمي، التعليم العالي، استعمال وسيلة الإعلام الآلي داخل المنظومة الوطنية، دعم التنمية الريفية، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، إنشاء مناطق صناعية، مواصلة تطوير البني التحتية فك العزلة والتحضير لاستقبال المستثمرين، تحديث أجهزة الدولة المختلفة جيش، شرطة، حماية مدنية، مدارس ومعاهد وطنية، عدالة، الجهاز الضريبي والجمارك، البحث العلمي وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

إن السياسة التنموية التي انتهجتها الجزائر وترافقها مع المخططات الاقتصادية وبرامج لم يبقى لها مثيل في تاريخ الجزائر هو الآمر الذي جعل اقتصاد الجزائر في وقت قياسي يصبح الأعلى نموا بين اقتصاديات دول المنطقة، فهذه البرامج تهدف لتدارك التأخير في جميع القطاعات، والهدف من هذا التوجه نحو النهوض بالاقتصاد الوطني هو تحضير البلاد لاستقبال الاستثمارات مع تهيئة المؤسسات الوطنية وإعداد النظام المالي والجهاز المصرفي حتى يكون مستعد لخوض هذه التجربة.

هناك رغبة بادية من وراء هذه البرامج لتحسين صورة الجزائر داخليا وخارجيا وجعلها أكثر جاذبية، خاصة الصورة التي رافقتها زمن العشرية السوداء، وكذا الرغبة الحقيقية بالإقلاع بالاقتصاد الوطني ونمو قوي ومستديم يأخذ في طياته أبعاد التنمية الاقتصادية الاجتماعية والبيئية.

وفي السنوات الثلاث الأخيرة قد حققت الجزائر تقدما ملحوظا في سبيل اندماجها نحو اقتصاد المعرفة بدءا تطوير البنى التحتية للاقتصاد كتطوير لقطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتعديل النظم والسياسات الاقتصادية وتفعيل النظام الوطني للإبداع، فهناك جهود معتبرة تبذلها الحكومة لتبني اقتصاد المعرفة وما يشفع لها ذلك هو تخصيص وزارة خاصة تحت مسمى "وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة".

من الاستقلال إلى اليوم الجزائر قطعت أشواطا لا مجال للمقارنة بينها، وفي ظل العلاقات والسياسة المنتهجة للجزائر، ستكون بلا شك رائدة لمكانتها في إفريقيا ومركزها الإستراتيجي ووزنها في الكتلة الأوروبية.

المطلب الثاني: المؤشرات الدالة على تطور اقتصاد المعرفة في الجزائر.

كما ذكرنا سابقا في الجانب النظري فقد حدد البنك الدولي أربع مؤشرات لقياس مدى اندماج الدول في اقتصاد المعرفة، وفي هذا الجزء من الدراسة سيتم إسقاط هذه المؤشرات على حالة الجزائر من أجل معرفة مدى توجه الاقتصاد الوطني نحو هذا النمط الاقتصادي الجديد.

الفرع الأول: مؤشرات التنمية البشرية.

يتم حساب مؤشر التنمية البشرية بالاعتماد على ثلاث مؤشرات رئيسية هي: دليل متوسط العمر المتوقع عند الولادة، دليل التعليم وكذلك دليل الناتج الداخلي الخام.

أولا: مؤشر نمو السكان.

بلغ عدد سكان الجزائر في 01 جانفي 2020، 43.8 مليون نسمة، كما يتوقع أن يصل هذا العدد إلى 44.7مليون نسمة في حدود جانفي 2021. الجدول التالي يوضح تطور عدد السكان في الجزائر ونسبة النمو الطبيعي انطلاقا من سنة 2016.

الجدول 04: التطور الكلي للسكان والنمو الطبيعي بالجزائر.

السنوات	0162	7120	8120	9120	0220
عدد السكان (بالألف)	40551	41389	42228	43053	43851
النمو الطبيعي (بالألف)	823	838	839	825	789
معدل النمو الطبيعي (%)	2.07	2.07	2.03	1,95	1.85

المصدر: البنك الدولي (بيانات الجزائر) تم الاطلاع عليه يوم 2021/04/25 على الساعة 15:47.

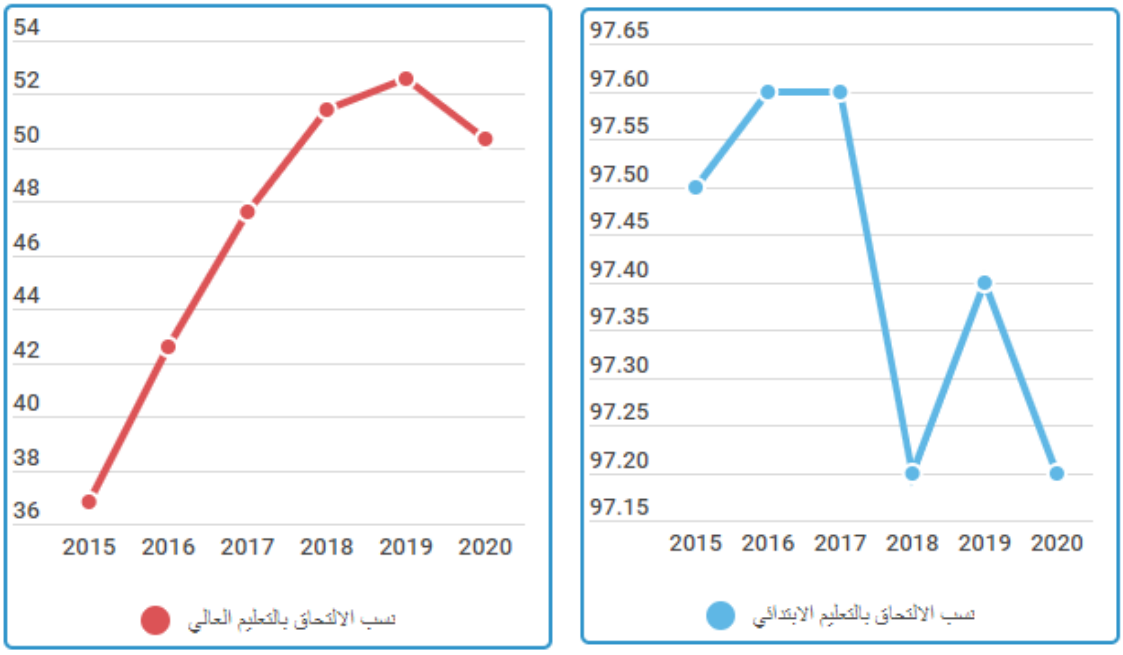
نلاحظ من خلال الجدول 04 تطور عدد السكان في الجزائر مع وجود انخفاض طفيف في معدل النمو الطبيعي. كما أن هناك ارتفاع طفيف لمتوسط العمر المتوقع عن الولادة حيث بلغ 77.8 سنة في 2019، وهو ما يمكن أن نفسره بتحسن الظروف الاجتماعية والصحية والاقتصادية للمجتمع الجزائري على العموم. ويتميز المجتمع الجزائري بوجود طاقة شبابية كبيرة والتي يتراوح أعمارهما ما بين 15 و40 سنة حيث أنها تمثل أكثر من 45% من مجموع السكان، وتشكل هذه الفئة موردا بشريا هاما وهو ما يحتم على الدولة الجزائرية العمل على الاستغلال الأمثل لهذه الفئة لتحقيق النمو الاقتصادي المنشود، ويكون ذلك من خلال العمل على توفير جميع الإمكانيات لتعليمها وتكوينها.

ثانيا: مؤشر التعليم.

بغية الرفع من كفاءة الفئة الشابة في المجتمع الجزائري فقد عملت الدولة على تحسين أنظمة التعليم، وهذا ما يؤدي بنا إلى تحليل وضعية التعليم في الجزائر. لقد فاقت نسبة الأمية معدلات معتبرة وهو ما حتم على الحكومات الجزائرية المتعاقبة محاربة هذه الظاهرة من خلال رفع نسبة التعليم عن طريق إنشاء المدارس والجامعات والمعاهد ومراكز البحث وغيرها.

*نسبة الالتحاق الإجمالي بالمدارس الابتدائية هي نسبة الالتحاق الإجمالي- بصرف النظر عن العمر- إلى تعداد السكان في الفئة العمرية الموافقة رسمياً لمرحلة التعليم المبينة. ويتيح التعليم الابتدائي للأطفال أساسيات القراءة والكتابة والمهارات الحسابية.

الشكل05: يمثل تطور نسب الالتحاق بالتعليم الابتدائي والتعليم العالي في الجزائر آخر ست سنوات.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على بيانات منظمة اليونسكو الموجودة في الموقع التالي

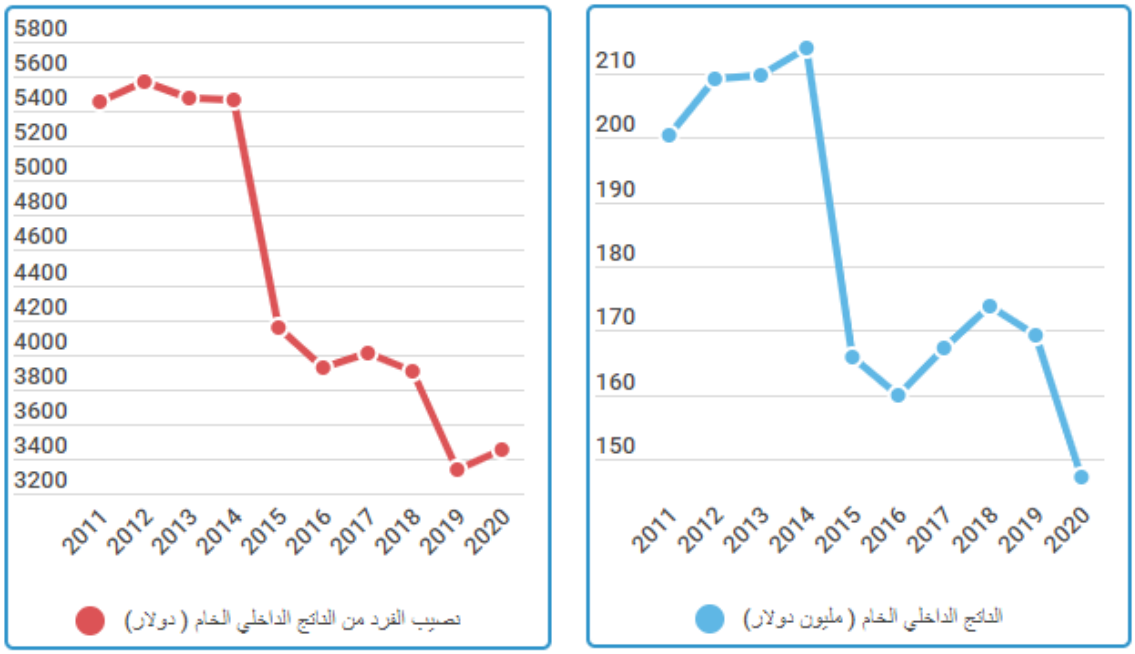
http://uis.unesco.org/en/country/dz?theme=education-and-literacy تم الاطلاع في 2021/04/27 على الساعة 11:13.

من خلال الشكل 05، نلاحظ أن نسبة الالتحاق بالمدارس الابتدائية أخذت منحنى تصاعدي شبه ثابت وهو ما نفسره على أساس الجهود المبذولة من طرف الحكومة في القضاء على الأمية من خلال فتح العديد من المدارس على مستوى جميع مناطق الوطن، ونظرا لأهمية التعليم في بناء الدولة الجزائرية الحديثة، فقد اتخذت الحكومة سياسة مجانية وإجبارية التعليم على كل طفل بلغ 6 سنوات، وفي السنوات الأخيرة أُقر قانون يُجرّم كل أب لا يسمح لابنه البالغ 6 سنوات بالالتحاق بالمدرسة الابتدائية، حيث ساهمت هذه الإجراءات بشكل فعال في رفع نسبة المتمدرسين إلى أن وصلت إلى 97.2% ،كما أن قطاع التعليم العالي فقد حقق تطورا كبيرا من حيث نسب التحاق الطلبة ليصل العدد الإجمالي لهم إلى حوالي 2 مليون و800 طالب موزعين عبر مختلف الجامعات والمراكز والمعاهد، حيث تضم الشبكة الجامعية الجزائرية مئة وثمانية (108) مؤسسة للتعليم العالي، موزعة على ثمانية وأربعون (48) ولاية عبر التراب الوطني. وتظم أربعة وخمسون (54) جامعة، تسع (09) مراكز جامعية، تسعة عشر (19) مدرسة وطنية عليا وخمسة عشر (15) مدرسة عليا، إحدى عشرة (11) مدارس عليا للأساتذة حسب آخر إحصائية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي[1].

[1]- موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: https://www.mesrs.dz/ تم الاطلاع يوم 2021/04/25 على الساعة 12:35.

ثالثا: مؤشر الناتج الداخلي الخام.

الشكل 06: يمثل تطور الناتج الداخلي الخام ونصيب الفرد الواحد منه.



المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على بيانات البنك الدولي في الموقع

https://data.albankaldawli.org/country/DZ تم الاطلاع يوم 2021/04/27 على الساعة 11:46.

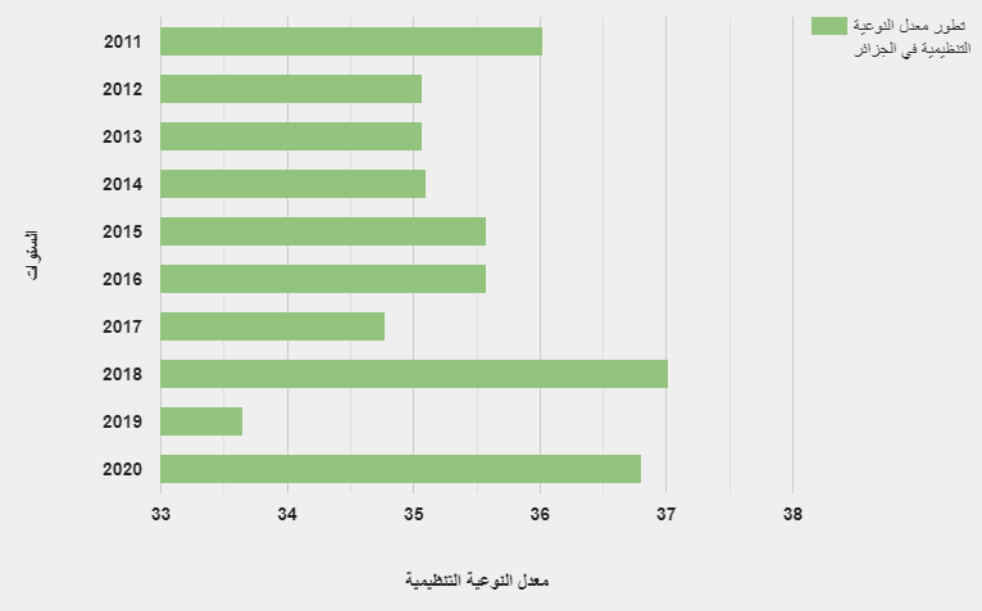
من خلال الشكل 06 نلاحظ أن هناك تناقص ملحوظ في كلا القيم الناتج الداخلي الخام ونصيب الفرد الواحد منه، وهذا راجع تغير المحيط الاقتصادي والاجتماعي للجزائر وهذا ناتج أساسا عن انخفاض مداخيل الدولة من المحروقات لانخفاض أسعاره بحكم أن اقتصاد الدولة الجزائرية اقتصاد ريعي، أما انخفاض نصيب الفرد من الناتج الداخلي الخام فيرجع إلى سوء الظروف المعيشية وزيادة معدلات البطالة وهو ما يؤثر على الاقتصاد الوطني وهذا ما يجعل الحكومة تعمل جاهدة من أجل الخروج من التبعية للمحروقات، وقد كان من بين الحلول المقترحة هو ضرورة توجه الدولة لاستثماراتها في الموارد الفكرية والمعرفية بدلا من الموارد الملموسة كأسلوب تسعى من خلاله الدولة إلى تنويع اقتصادها خارج المحروقات بما يضمن لها تحقيق ميزة تنافسية دائمة.

الفرع الثاني: مؤشر النظام الاقتصادي والحافز المؤسساتي.

أولا: النوعية التنظيمية.

يعبر عن تصورات لقدرة الحكومة على صياغة وتنفيذ السياسات السليمة والتنظيمية التي تسمح بتعزيز وتنمية القطاع الخاص، والشكل 07 يبين ذلك:

الشكل07: يمثل تطور معدل النوعية التنظيمية في الجزائر.



المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على معطيات The Worldwide Governance Indicators

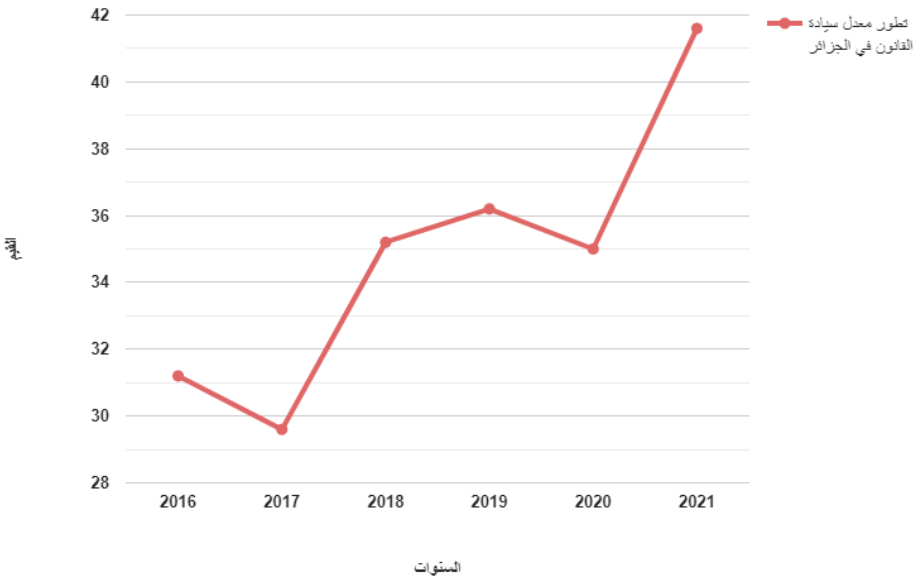
من خلال الشكل التالي نلاحظ شبه استقرار في معدل النوعية التنظيمية وهذا ما يفسر على دور الدولة في صياغة وتنفيذ السياسات السليمة والتنظيمية التي تسمح بتعزيز وتنمية القطاع الخاص وهو ما يدل على قدرة الدولة على جذب الاستثمار إما المحلي أو الأجنبي وهذا ما يساهم في دفع عجلة التنمية خصوصا في ظل الجائحة التي تمر بها الدولة والعالم أجمع جائحة كورونا كوفيد 19.

ثانيا: سيادة القانون.

تتمثل في مدى ثقة المتعاملين في والالتزام بقواعد التي يضعها المجتمع، وخاصة نوعية تنفيذ العقود وحماية حقوق الملكية وتنفيذ القرارات الصادرة عن المحاكم، فضلا عن مؤشرات احتمال الجريمة والعنف.

والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل 08: يمثل تطور معدل سيادة القانون في الجزائر.



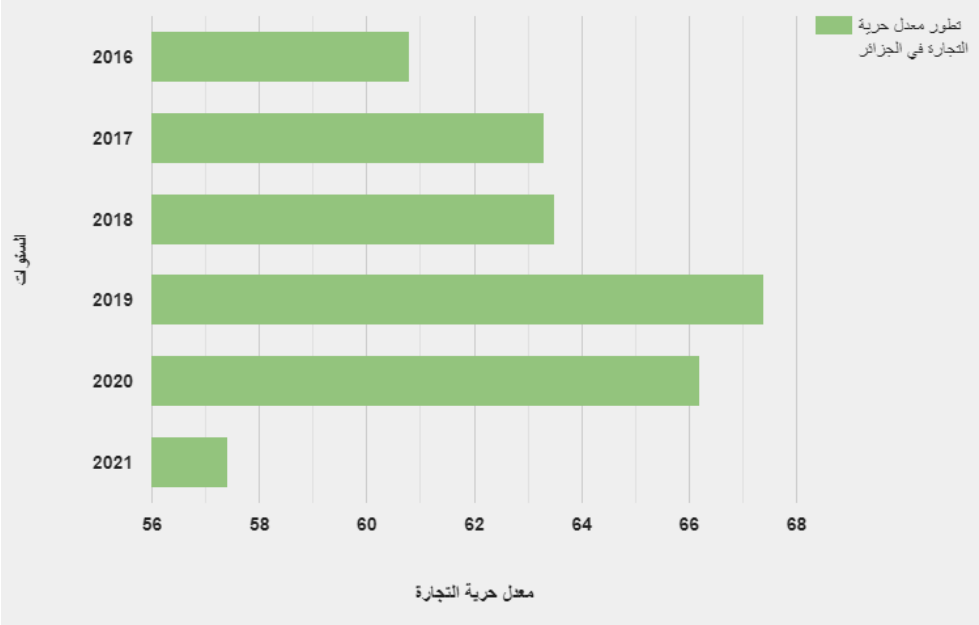
المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على احصائيات Heritage Foundation اطلع عليه يوم 2021/05/05 على الساعة 13:28.

فيما يخص سيادة القانون، عرف هذا المؤشر في الجزائر تطورا وإن كان طفيفا، وهو ما نفسره من خلال سعي الحكومة لإنشاء دولة القانون من خلال تطوير مؤسساته كالعمل على تحرير السلطة القضائية وتطوير أجهزة أمن الدولة.

ثالثا: الحواجز الجمركية وغير الجمركية:

نظرا لرغبة الجزائر في الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية فقد عملت على تخفيض القيود الجمركية المتعلقة بدخول السلع والخدمات وكذلك التكنولوجيا، هذا ما جعل المؤشر ينتقل من 60.8 سنة 2016 إلى 57.4 في 2021, أما التناقص في السنة الأخيرة فيعود إلى تعقد واضطراب التجارة بعد أزمة جائحة كورونا كوفيد 19 لسنة 2020 وهو لفترة مؤقتة لغاية استئناف العمليات التجارية الكبرى من استيراد وتصدير للبضائع والمنتجات.

الشكل 09: يمثل تطور معدل حرية التجارة في الجزائر.



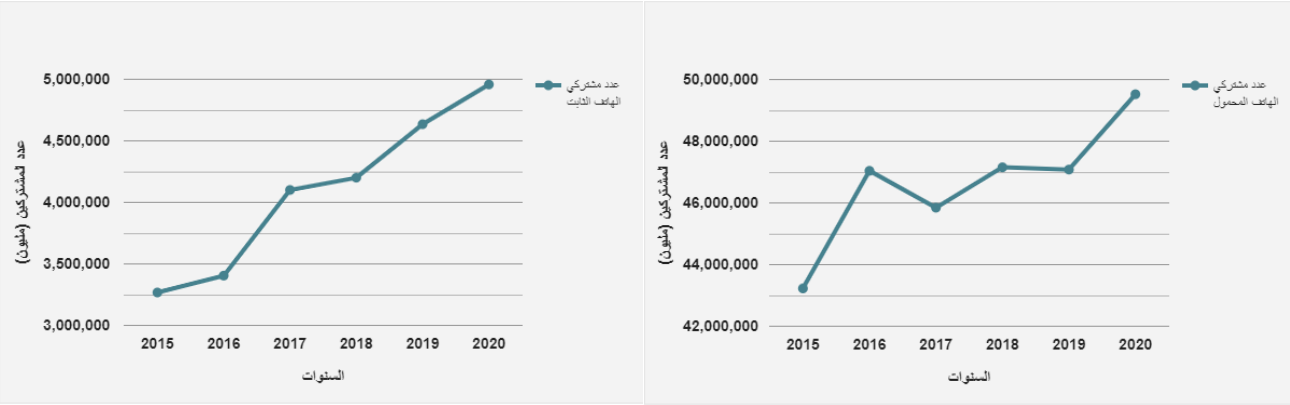
المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على احصائيات Heritage Foundation اطلع عليه يوم 2021/05/05 على الساعة 13:44.

نلاحظ من خلال الشكل أن معدل حرية التجارة في تطور ملحوظ وهذا راجع لسياسة الدولة في تسهيل الإجراءات لجذب المستثمرين المحليين أو الأجانب والذي بدوره يلعب دورا كبيرا في سبيل نجاح نموذج اقتصاد المعرفة.

الفرع الثالث: مؤشر تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

أولا: تطور مشتركي الهاتف الثابت ومشتركي الهاتف المحمول في الجزائر.

الشكل 10: يمثل تطور عدد مشتركي الهاتف الثابت والهاتف المحمول في الجزائر.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات.

نظرا لارتفاع المستوى التعليمي والثقافي للمجتمع الجزائري، فإن ذلك ساهم بشكل مباشر في ارتفاع اشتراكات الهاتف الثابت حيث أن مساهمات الدولة في بناء قاعدة تكنولوجية متينة جعلت عدد المشتركين يرتفع من 3267592 مليون مشترك في 2015 إلى ما يقارب خمس ملايين خلال ست سنوات. كما عرف قطاع الاتصالات الخلوية طفرة نوعية من حيث الاشتراكات رغم حداثة هذا القطاع حيث وخلال فترة

لا تتجاوز ست سنوات ارتفع عدد المشتركين بنسبة 15% أي انتقل عدد المشتركين من 43227643 مليون مشترك سنة 2015 إلى ما يقارب 49 مليون مشترك سنة 2020 (حيث أصبح أكثر من هاتف محمول لكل فرد). هذا الارتفاع هو نتيجة لانفتاح الجزائر على القطاع الخاص الوطني والدولي وكذلك لارتفاع المستوى الاقتصادي والاجتماعي للدولة.

ثانيا: تطور مستعملي الأنترنت في الجزائر.

الشكل 11: يمثل تطور عدد مستعملي الأنترنت في الجزائر.

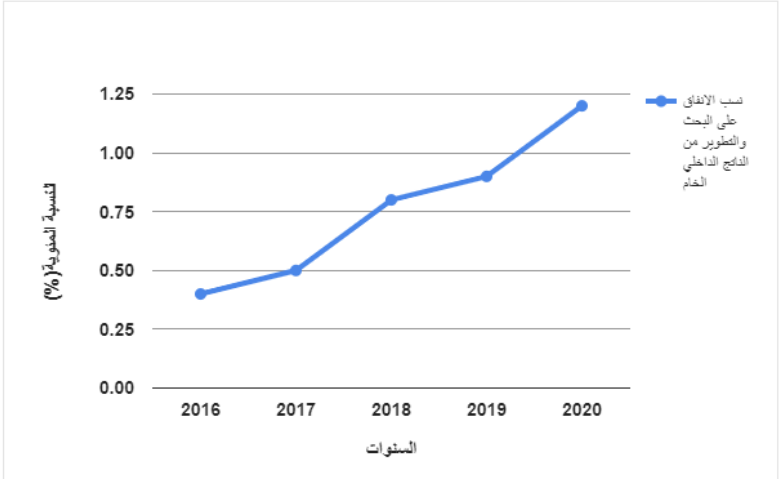
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات.

لقد تضاعف عدد مستعملي الانترنت خلال الست سنوات الأخيرة، وذلك نتيجة للجهود المبذولة من طرف الدولة في بناء قاعدة تكنولوجية متينة التي مكنت من إيصال التكنولوجيا إلى مختلف مناطق الوطن وخصوصا المدارس والجامعات وهو ما ساهم في تحسين المستوى الثقافي للأفراد، كلها عوامل ساعدت الحكومة على تبني خطوات عملية من شأنها فتح الأبواب من أجل الاندماج في اقتصاد المعرفة.

الفرع الرابع: مؤشر البحث والتطوير ومؤشر الإبداع.

أولا: نسب الانفاق على البحث والتطوير.

الشكل 12: يمثل تطور نسب الانفاق على البحث والتطوير من الناتج الداخلي الخام في الجزائر.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات البنك الدولي اطلع عليه يوم 2021/05/07 على الساعة 10:28.

من خلال الشكل 12 نلاحظ أن هناك تطور في نسب الانفاق على البحث والتطوير من الناتج الداخلي الخام وهذا راجع لاهتمام الحكومة الجزائرية بعنصر البحث والتطوير لما له من دور أساسي في تحقيق التنمية وإنعاش الاقتصاد الوطني.

ثانيا: تطور مؤشر الابداع في الجزائر.

الشكل 13: يمثل تطور مؤشر الابداع في الجزائر.

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على بيانات البنك الدولي اطلع عليه يوم 2021/07/05 على الساعة 14:22.

نلاحظ من خلال الشكل 13 أن هناك انخفاض في مؤشر الابداع وهذا راجع الى التغيير السريع لبيئة الأعمال وعدم الاستقرار السياسي الذي يعطي له قاعدة متينة يقوم عليها بسنه لقوانين وأسس تدعمه على التطور فيجب على الحكومة النظر جيدا في هذا العنصر وعدم اهماله لأهميته في تحسين الوضع التنافسي للاقتصاد ورفع مكانته.

ثالثا: إحصائيات طلب براءات الاختراع.

الجدول 05: يمثل إحصائيات طلب براءات الاختراع في الجزائر آخر خمس سنوات.

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020
عدد طلبات براءات الاختراع	638	613	622	673	635

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المنظمة العالمية للملكية الفكرية Wipo.

من خلال الجدول 05 نجد أن عدد طلبات براءات الاختراع في الجزائر رقم ضئيل مقارنة نفس المؤشر مع الدول المتقدمة متصدرة بذلك الصين بـ 1400661 وتليها الولايات المتحدة الأمريكية بـ 621453 ثم اليابان بـ 307969, أما في دول المغرب العربي فتتصدر المغرب بـ 2730 ثم الجزائر ثانيا وتليها تونس بـ 551 في آخر إحصائية سنوية للمنظمة العالمية للملكية الفكرية **Wipo سنة 2020.**

المطلب الثالث: تحديات وفرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة.

تواجه الجزائر (وهي مقبلة على عصر جديد في اقتصادها) مجموعة من التحديات تصعب من عملية الاندماج في الاقتصاد المعرفي بسبب ما تعاني منه الجزائر من تخلف في برامج تعليم، قلة وعي...إلخ.

غير أن الجزائر لها من المقومات ما يساعدها على تحقيق أهدافها من قوة شبانية وموارد اقتصادية فكيف

يمكن للجزائر أن تحقق المعادلة المطلوبة في ظل المعطيات الموجودة.

الفرع الأول: فرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة.

للجزائر إمكانيات تتيح لها فرصا هائلة من أجل تسهيل عملية اندماجها في اقتصاد المعرفة منها:

* الإمكانيات الضخمة التي وفرتها الحكومة من أجل تسهيل هذه الغاية إذ وفرت حوالي 2.0 مليار دولار من أجل تطوير قطاع الإعلام وتكنولوجيا الاتصال فقط.

* وفرة الكفاءات البشرية والطاقات البشرية خاصة الشبابية التي تملك مستوى من التأهيل والإبداع قد يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية.

* السوق الجزائري لا يزال بكرا، حيث أنه لم تستغل كل إمكانياته على أكمل وجه.

*تسهيل الوصول إلى شبكات المعلوماتية العالمية وكذلك تفعيل الدفع الإلكتروني لبعض المنتجات (تفعيل التجارة الإلكترونية[1]) .

الفرع الثاني: معوقات الجزائر في اقتصاد المعرفة.

مع كل ما تزخر به الجزائر من إمكانيات مادية وثروات وموارد بشرية، ومع سعيها في القيام بعملية التنمية ولاسيما البشرية من أجل الاندماج في الاقتصاد المعرفي إلا أن هناك مجموعة من العراقيل تحد من مهمتها، ويمكن أن نلخصها كما يلي:

– مستوى التطور التكنولوجي واستخدام شبكات الاتصال والمعلومات إذ أن البنية التحتية للمعلومات والشبكات لا تزال تعاني تخلفا أو ما يسمى بالفجوة الرقمية.

– التخلف الهيكلي للاقتصاد الجزائري نتيجة استمرار اعتماده شبه الكلي على الريع البترولي وعدم بناء اقتصاد إنتاج حقيقي خاضع للمعايير المتعارف عليها دوليا.

– غياب المستوى المطلوب من البنى التحتية اللازمة للقيام بعمليات الاتصال بالإنترنت خاصة ما يتعلق بالتكنولوجيا اللاسلكية والأقمار الصناعية والهواتف النقالة.

–ارتفاع كلفة استخدام الإنترنت واستحواذ اللغة الإلكترونية على 21 % من مواقعها مع ضعف الإلمام بها.

– انعدام أو ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا خاصة وتطبيقاتها وتبني مواقف سلبية منها في بعض الأحيان.

– شراسة المنافسة العالمية وحتى في السوق المحلية مما يضع مؤسسات الأعمال الجزائرية أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس.

– من أهم التحديات التي تواجه الجزائر ضعف المناهج التعليمية وتخلقها رغم التحسينات.

– رأس المال المعرفي والفكري في الجزائر لا يزال غير قادر على إثبات نفسه حيث تكاد تخلو الإحصائيات من الوظائف النوعية في مجال خلق المعارف.

– من أهم المشاكل والتحديات هي مشكلة القرصنة إذ لم تنج البرامج الأجنبية والأفلام والبرمجيات من القرصنة.

– عدم استقرار السياسات الإصلاحية والمشاريع الوطنية، الأمر الذي يخلق عدم وضوح الإستراتيجية العامة [2].

---

[1] – سالمي جمال، سبل اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثامن 2011، ص20-21.

[2] – أحمد علي الحاج، اقتصاد المعرفة واتجاهات تطويرية، مرجع سبق ذكره، ص319.

المبحث الثاني: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر.

لقد تزايد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي، وأصبحت تلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي سواء على صعيد الدول المتقدمة أو الدول الناشئة على حد سواء، فبعد أن شهد العالم تحولات سريعة وتغيرات متلاحقة أهمها التحول من آليات التخطيط المركزي إلى آليات السوق وبروز منظمات عالمية جديدة، وظهور التحالفات والكيانات الاقتصادية، والثورات التكنولوجية. وكإحدى الوسائل للتلاؤم مع هذه المتغيرات ومقاومة الركود الاقتصادي، كان لزاما على الدول والحكومات إبراز أولوية الإتمام بالمؤسسات الناشئة، كونها تعتبر أحد السبل لمعالجة مشكلة البطالة والتهميش والإقصاء الاجتماعي، وتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة.

المطلب الأول: المؤسسات الناشئة عند المشرع الجزائري.

أولا: تعريف المؤسسات الناشئة في التشريع الجزائري.

تضمنت أحكام المرسوم التنفيذي رقم 254/20, تعريف خاص بالمؤسسات الناشئة من خلال شروطها التالية [1]:

- أن تكون المؤسسة خاضعة للقانون الجزائري، وهو معيار إقليمي فصلت فيها أحكام القانون التجاري وألزمت على كل مؤسسة تنشط داخل التراب الوطني بالخضوع للقانون الجزائري.
- ألا يتجاوز عمر المؤسسة 08 سنوات، وحسب أحكام المادة 14 فإن مدة 08 سنوات تحتسب بداية من حصولها أول مرة على علامة مؤسسة ناشئة، لأنها نصت على منحها هذه العلامة لمدة أربع سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة، أي أن علامة مؤسسة ناشئة لمدة أربع سنوات متتالية فقط، وهي مدة 08 سنوات كعمر علامة مؤسسة ناشئة في الأحوال.
- أن يكون نشاط وأعمال المؤسسة منصب على إنتاج السلع و/أو الخدمات، مهما كانت طبيعتها أو نوعها، وهو التعريف التي تضمنته أحكام القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث النشاط، وأن يتضمن النشاط فكرة مبتكرة بما يساهم في استقطاب الكفاءات والأفكار المبدعة.
- عدم تجاوز رقم أعمال المؤسسة للحد الذي تفرضه اللجنة الوطنية المختصة بمنح هذه العلامة.
- أن تكون نسبة 50% على الأقل من رأس مال المؤسسة مملوكة من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق الاستثمار المعتمدة أو من طرف مؤسسات آخرى تحوز على علامة مؤسسة ناشئة.
- أن يتضمن نشاط المؤسسة إمكانيات نمو كبيرة، لتسريع خروجها من فترة الاحتضان والمساهمة في بعث المشاريع ذات الكفاءة في النمو والتطور وهي من خصائص المؤسسات الناشئة.
- ألا يتجاوز عدد العمال 250 عامل، وهو الحد الذي تم اعتماده للتمييز بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة.

ثانيا: شروط وإجراءات منح علامة مؤسسة ناشئة.

تضمنت أحكام المرسوم التنفيذي رقم 254/20, عدة شروط لمنح علامة مؤسسة ناشئة تتمثل فيما يلي [2]:

- تقديم طلب عبر البوابة الالكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة.
- تقديم نسخة من السجل التجاري وبطاقة التعريف الجبائي والإحصائي.

---

[1] – المادة 11 من الفصل الرابع في العدد 55 من الجريدة الرسمية المنشورة في 21 سبتمبر 2020 بالجزائر.

[2] – المادة 12 من الفصل الرابع في العدد 55 من الجريدة الرسمية المنشورة في 21 سبتمبر 2020 بالجزائر.

← تقديم نسخة من القانون الأساسي للشركة.

← تقديم شهادة الانخراط في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية CNAS مرفقة بقائمة اسمية للأجراء.

← تقديم شهادة الانخراط في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء CASNOS.

← تقديم نسخة من الكشوف المالية للسنة الجارية.

← تقديم المؤهلات العلمية والتقنية والخبرة لمستخدمي المؤسسة.

← تقديم كل وثيقة ملكية فكرية أو أي جائزة أو مكافأة تحصلت عليها المؤسسة.

يتم إرسال هذه الوثائق إلى اللجنة الوطنية، عن طريق البوابة الالكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة، ويكون رد اللجنة خلال 30 يوما من تاريخ تقديم الطلب، وفق ما ورد في نص المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 254/20, وكل تأخر في تقديم جزء من الوثائق يوقف هذا الأجل، ويحتسب أجل جديد بـــ 15 يوم يسري من تاريخ إخطار المعني بتقديم الوثائق الناقصة تحت طائلة رفض الطلب.

وفي حالة رفض طلب ما فإنه يتعين على اللجنة الوطنية تبرير قرار الرفض وإخطار صاحب الطلب إلكترونيا، ويمكن للجنة الوطنية إعادة النظر في هذا القرار بناءا على طلب مبرر من صاحب الطلب، ويتم إخطاره إلكترونيا في أجل لا يتجاوز 30 يوما من تاريخ إعادة إيداع الطلب [1].

المطلب الثاني: آفاق وتحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر.

تواجه المؤسسات الناشئة في عالم ريادة الاعمال تحديات كبيرة في الجزائر نظرا لطبيعتها خصوصيتها من جهة، ومن جهة أخرى كونها حديثة الظهور مما يتطلب بعض الوقت لخلق وتهيئة البيئة الملائمة لتطورها ومرافقتها، فالمؤسسات الناشئة التي تقوم على أساس فكرة ابتكارية من الصعب ان تتجسد هذه الفكرة في مشروع منتج لأنها تواجه عدد من التحديات والعوائق التي غالبا ما تحول دون نجاح واستمرارية هذه المؤسسات الناشئة، وتتمثل أهم هذه التحديات في [2]:

- ✓ التمويل: فهو يعتبر من بين أهم العقبات التي تواجه المؤسسات الناشئة، إذ يشكل الحصول على التمويل بمختلف أشكاله أهم تحدي لهذه الشركات سواء كان في مرحلة إطلاق المؤسسة أو في مرحلة النمو والتوسع.
- ✓ صغر حجم السوق: ان تحدي تسويق منتج الشركة الناشئة يعتبر من التحديات الهامة التي تواجه هذه الشركات، ذلك أن التسويق يعتبر الهدف الأساسي للشركة والضامن لاستمراريتها بتحقيق العوائد، وهناك عدة عوامل تلعب دورا في جعل السوق صغيرا سواء عدد السكان، نسبة انتشار الإنترنت، تسهيل الدفع الإلكتروني، ثقافة الشركات الناشئة بحد ذاتها. لكن في ظل صغر حجم السوق لابد للشركات الناشئة أن تبحث عن بدائل تسويقية آخرى مثل التسويق الإلكتروني.
- ✓ مناخ الأعمال والبيئة التنافسية: من بين التحديات التي قد تغير مسار المؤسسة الناشئة إما بالنجاح أو الفشل فهو الذي يحدد المستوى التنافسي للمؤسسة والأداء الإبداعي مقارنة بالمنافسين.

[1] – المادة 14 من الفصل الرابع في العدد 55 من الجريدة الرسمية المنشورة في 21 سبتمبر 2020 بالجزائر.

[2]– ولد الصافي عثمان، لعرابي مصطفى، التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر وآليات دعمها ومرافقتها، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد03، 2020، ص469-483.

- ✓ انعدام الخبرة لدى أصحاب المؤسسات الناشئة: تأسيس شركة ناشئة أمر يحتاج لخبرات متنوعة، بالإضافة الى المستوى العلمي والتقني الكبير الذي يجب على صاحب الشركة الناشئة أن يلم ببعض أساسيات الإدارة مثل الهيكل التنظيمي وفرق العمل والتسويق والإستراتيجية ودراسات الجدوى المختلفة المالية والفنية والتسويقية وغيرها لضمان نجاح المؤسسة.
- ✓ القوانين والسياسات التشريعية: كذلك هذه تؤثر على نجاح أو فشل المؤسسة ففهم المؤسسة لطبيعة القوانين يسهل من مهمتها للانطلاق والنمو وتحقيق الأهداف.

المبحث الثالث: تحليل المعطيات والنتائج.

يحتاج البحث العلمي إلى عدة أساليب وطرق وخطوات لكي يصل إلى الهدف من إجرائه، من بينها المنهج الذي يستعين به الباحث والذي يقوده ويوضح معالم الطريق، وكذا اختيار مجتمع وعينة البحث التي تتناسب وبحثه، وأي دراسة لن تستطيع التوصل إلى هدفها بدقة وموضوعية دون استخدام مجموعة من القواعد العامة التي يسترشد بها الباحث للتوصل إلى هدفه الصحيح بأسلوب علمي يتضمن دقة النتائج وهذا ما يصطلح عليه بالمنهج، سيتم الاعتماد على دراسة الحالة الكيفية، والتي تعتمد على اجراء المقابلات وتحليلها من أجل اختبار الفرضيات.

المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

1. الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة.

تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من أصحاب المؤسسات والمشاريع الناشئة وقد أجريت معهم مجموعة من المقابلات نظرا لطبيعة الدراسة الكيفية، وتم اختيار عينة قصدية لأن الباحث من يقوم باختيارها طبعا للغرض الذي يهدف لتحقيقه من خلال البحث، ويتم اختيارها على أساس توفر صفة أو صفات محددة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث[1].

الفرع الثاني: أداة ومنهج الدراسة.

أولا: أداة الدراسة.

بعد دراسة الموضوع وصياغة الفرضيات اتضح لنا أن الأداة البحثية لاختبار الفرضيات تمثلت في المقابلة.

ويمكن اعتبار المقابلة بأنها أداة يتم من خلالها طرح مجموعة من الأسئلة على الخبراء الذين تم اختيارهم، وتعرف المقابلة على أنها" أحد أهم أدوات جمع المعلومات وهي عبارة عن محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص آخرين من جهة آخرى، بغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث ويتم عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث، والتي يتطلب الإجابة من الأشخاص المعنيين بالبحث وتكون فيها الأسئلة اما مفتوحة أو مغلقة ونصف مفتوحة، وتتم عبر مجموعة من الخطوات أهمها (تحديد الهدف من المقابلة، الاعداد المسبق للمقابلة ويتضمن الأسئلة وكذا تحديد الأشخاص الذين سيتم إجراء المقابلة معهم وكذا المكان، تنفيذ المقابلة وإجرائها، تسجيل وتدوين المعلومات)، ومن مميزاتها أنها تقدم معلومات وفيرة ودقيقة وما يعاب عنها أنها مكلفة من حيث الوقت والجهد وصعوبة الوصول إلى بعض المقابلين نظرا لمركزهم [2].

[1]- المصري كامل محمد، منهجية البحث العلمي، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2002، ص33.

[2]- أمجد قاسم، التربية والثقافة منهجية البحث العلمي، مقال على الرابط https://bit.ly/2TIfH4y تم الاطلاع عليه يوم:2021/05/28 على الساعة 13:22.

ثانيا: منهج الدراسة.

لقد تم الاعتماد في دراسة هذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف على أنه "طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها، فهو وصف دقيق تفصيلي وتحليلي لظاهرة أو موضوع محدد" [1], ويتيح للباحث استخدام وسائل عديدة لتحقيق أهدافه كما يتيح أيضا توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع الدراسة.

المطلب الثاني: عرض نتائج أداة الدراسة وتحليلها.

الفرع الأول: عرض مناخ المقابلات وظروف إجرائها.

يمكن تلخيص مناخ المقابلات وظروف إجرائها في الجدول التالي:

[1]- المصري كامل محمد، منهجية البحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص95.

الجدول 06: يوضح مناخ المقابلات وظروف إجرائها.

يمكن تلخيص نتائج المقابلات وتحليلها في الجدول التالي:

الرقم	الخبراء	تاريخ ومدة المقابلة	لمحة عن المؤسسات محل الدراسة	ظروف إجراء المقابلة
01	صاحب ومدير مؤسسة **Khairo Taxi**	التاريخ: **2021/05/29**. المكان: في الأنترنت عبر برنامج التواصل المرئي المباشر زووم. المدة: **40** دقيقة.	مؤسسة **Khairo Taxi** هي مؤسسة تختص بالنقل الذكي للأشخاص مع خدمة الارشاد السياحي.	كانت ظروف إجراء المقابلة جيدة وقد رحب بمساهمته وأبدى اهتمامه بالموضوع واستطاع الخبير الإجابة على الأسئلة بشكل يخدم موضوع الدراسة.
02	صاحبة ومديرة مؤسسة **NafsiyaTech**	التاريخ: **2021/05/29**. المكان: في الأنترنت عبر برنامج التواصل المرئي المباشر زووم. المدة: **36** دقيقة.	**NafsiyaTech** هي مؤسسة تقوم بتطوير الأنظمة الالكترونية وتصميم المتاجر التجارية ووكالات الاتصال.	كانت ظروف إجراء المقابلة جيدة وقد تفاعلت معنا بشكل جيد وجاوبت الخبيرة على كل الأسئلة.
03	مدير مؤسسة **VisionInTech**	التاريخ: **2021/05/29**. المكان: في مقر المؤسسة بولاية المسيلة. المدة: **45** دقيقة.	مؤسسة **VisionInTech** هي مؤسسة تقوم بانشاء أجهزة إلكتروميكانيكية مختصة في تصفية المواد الخام المكونة للإسمنت وتصفية المياه الصالحة للشرب.	كانت ظروف إجراء المقابلة جيدة وقد رحب بمساهمته أبدى اهتمامه بالموضوع واستطاع الخبير الإجابة على الأسئلة بشكل يخدم موضوع الدراسة.
04	صاحب ومدير مؤسسة **Chargily**	التاريخ: **2021/05/29**. المكان: في مقر المؤسسة بولاية المسيلة. المدة: **40** دقيقة.	مؤسسة **Chargily** هي مؤسسة مختصة في الدفع الالكتروني بكل أنواعه ووسائله عن طريق محفظة تقوم بدمج حساباتك في حساب واحد ودفع الفواتير وتوفير خاصية الدفع الالكتروني للمتاجر التجارية على الأنترنت.	كانت ظروف إجراء المقابلة جيدة وقد رحب بنا في مؤسسته وحاول الإجابة على الأسئلة المطروحة كلها مبديا أهمية الموضوع محل الدراسة.

المصدر: من اعداد الطالب

الفرع الثاني: عرض نتائج أداة الدراسة وتحليلها.

الجدول 08: يمثل عرض لنتائج المقابلات وتحليلها.

	العبارة	الخبير	الاجابة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف	التحليل
المحور الأول: إدارة المعرفة.	1: هل للمؤسسة اهتمام باستغلال معارف موظفيها واستثمارها؟	1	نعم هناك اهتمام من طرف المؤسسة باستغلال واستثمار معارف موظفيها.	– هناك تشابه من طرف الخبراء باستغلال معارف موظفي مؤسستهم واستثمارها.	– نظرا لأهمية المعارف في المنظمة فلم يوجد أي اختلاف بين الخبراء بخصوص اهتمام المؤسسة باستغلال معارف موظفيها واستثمارها.	– نلاحظ أن هناك اهتمام بالغ من مطرف مسيري المؤسسات بأهمية معارف الموظفين والعمل على استثمارها، وهذا نظرا لكون المعارف مصدرا مهما لخلق أفكار جديدة تعتبر أساس تطور عمل المؤسسة الناشئة.
		2	نعم، بالطبع فهو جزء من عمليات المؤسسة.			
		3	أكيد نحن نولي اهتمام كبير لمعارف الموظفين ونحاول استغلالها			
		4	نعم مؤسستنا تعطي أهمية كبيرة للعنصر البشري وتحاول استثماره قدر الإمكان.			
	2: هل تولي المؤسسة أهمية لإنشاء إدارة خاصة أو قسم بإدارة المعرفة؟	1	لا، لا يوجد قسم خاص بإدارة المعرفة كون أن المؤسسة صغيرة ولكن هناك ممارسات لها.	من خلال إجابات الخبراء نجد أن المؤسسة 1 و3 لا تولي الأهمية بتحديد قسم مخصص لإدارة المعرفة.	– يختلف الخبراء في إنشاء مؤسساتهم لقسم محدد بإدارة المعرفة، فنجد أن هناك مؤسستان تهتمان بذلك عكس المؤسستان 1 و3 وهذا يدل على عدم إدراك كامل لأهمية قسم إدارة المعرفة في المؤسسة.	– نلاحظ عدم اجماع الخبراء على أهمية انشاء قسم خاص بإدارة المعرفة وهذا يرجع لعدم دراية تامة بأهمية هذا القسم في تطوير معارف المؤسسات وبالتالي تحد من قدرتها الإبداعية.
		2	نعم هناك مكتب خاص بإدارة المعرفة يهتم بعمليات المعرفة.			
		3	لا يوجد قسم خاص بإدارة المعرفة.			
		4	هناك موظفين خاصين بإدارة المعرفة داخل المؤسسة.			
	3: ما مدى فعالية هذا القسم ومساهمته في عمليات وأنشطة المؤسسة؟	1	طبعا هذه الممارسات لها أهمية كبيرة وتساهم في عمليات المؤسسة.	– تتشابه أقوال الخبراء في اعطائهم لأهمية ادارة المعرفة في تخطيط عمليات المؤسسة وهذا راجع إلى فرض المؤسسة لإستغلال معارفها.	– نظرا للأهمية البالغة لإدارة المعرفة ومساهمتها في عمليات ولأنشطة المنظمة لم نجد اختلاف في إجابات الخبراء.	– من خلال إجابات الخبراء نجد هناك اجماع تام على مساهمة إدارة المعرفة في عمليات وأنشطة المؤسسة لما لها دور في إنتاج ونشر المعارف واستثمارها في شكل
		2	نعم لها دور أساسي في تخطيط عمليات المؤسسة وتعديلها وفقا للظروف المحيطة بها.			
		3	كما ذكرت ليس هناك أي قسم خاص بإدارة المعرفة يساهم بتخطيط عمليات المؤسسة.			

	4	موظفي إدارة المعرفة يساهمون بدرجة كبيرة في تصميم وتخطيط عمليات وأنشطة المؤسسة.			منتجات وخدمات مبتكرة فينعكس إجمالا على تطور المؤسسات.
4: كيف يساهم عمال المعرفة داخل المؤسسة في إنتاج ونشر المعارف بين الأفراد؟	1	لا يوجد بالمؤسسة عمال للمعرفة، ولكن كل الموظفين يتشاركون المعارف مع بعضهم لمحاولة انتاج معرفة جديدة.	– نلاحظ في أقوال الخبراء تشابهها بخصوص عدم وجود عمال مخصصين للمعرفة ولكنهم يومنون بأهمية تفاعل الموظفين لإنتاج المعارف.	– نلاحظ أنه لا يوجد اختلاف بأن عمال المعرفة هم من يساهمون بنشر وإنتاج المعارف كونهم يعملون على جلب وتوفير المعلومات والبيانات وتحويلها لمعارف تستفيد منها المؤسسة، مع ملاحظة الخبير 4 أشار إلى أهمية تطوير معارف الأفراد.	– نلاحظ من أقوال الخبراء أن عمال وموظفي المؤسسة يومنون بدور عمال المعرفة في توفير المعرفة ونشرها لباقي الموظفين فهم مصدر مهم للمعارف الضمنية والصريحة التي تمتاز بها المؤسسة.
	2	من خلال التفاعل المباشر أثناء العمل وتشاركهم بعلاقات رسمية وغير رسمية يساهمون في استغلال كلا نوعي المعارف الصريحة والضمنية ومنه انتاج معارف جديدة ينشرونها مع باقي الموظفين.			
	3	لا يوجد عمال للمعرفة أيضا.			
	4	موظفي أو عمال المعرفة داخل المؤسسة عن طريق البحث والتعلم المستمر في المصادر الداخلية والخارجية يساهمون بإنتاج ونشر المعارف مع باقي الموظفين.			
5: أي نوع من المصادر تعتمده المؤسسة بشكل أساسي في إنشائها للمعارف المصادر الداخلية، الخارجية أو معا بالتوازي؟	1	تعتمد المؤسسة على كلا نوعي المصادر الداخلية والخارجية والأخيرة بدرجة كبيرة.	– تعتمد أغلب المؤسسات محل الدراسة على كلا نوعي المصادر في إنشائها للمعارف.	– نلاحظ أن هناك اجماع شبه كلي على ضرورة اعتماد المؤسسة لكلا نوعي المصادر في انتاج المعارف الا المؤسسة 3 فهي تعتمد على المصادر الخارجية فقط.	– نستنتج أن المؤسسة يجب أن تعتمد على نوعي المصادر الداخلية والخارجية دون إهمال لأحدهما في إنشائها للمعارف فالمنافسة تكمن في التفاصيل الصغيرة.
	2	كلا المصادر تعتمدها المؤسسة بشكل أساسي في إنشائها للمعارف.			
	3	نعتمد على المصادر الخارجية فقط.			
	4	نعتمد المصادر بنوعيها الداخلية والخارجية.			
6: ماهي التحديات والمعيقات التي تواجهها المؤسسة عند تبنيها لإدارة المعرفة؟	1	لا يوجد أي معيقات ولا تحديات كون أننا لا نعتمد على إدارة المعرفة بشكل أساسي فهي مجرد ممارسات لها.	– يتفق أغلب مؤسسي هذه المؤسسات على وجود تحديات تواجه المؤسسة عند اتباعها لإدارة المعرفة.	– نلاحظ أن المؤسسة 2 و4 تختلفان مع المؤسسات 1 و3 في وجود معيقات وتحديات تواجهها عند تبني إدارة المعرفة ويرون أن التحدي الوحيد هو التكاليف المترتبة عنها.	– نستنتج أن التحدي والعائق الأساسي الذي يواجه المؤسسات عند تبنيها إدارة المعارف هو تكاليفها العالية المترتبة عنها من تدريب وتكوين عمال المعرفة، كما أن عدم تفاعل الموظفين مع عمال المعرفة واخفائهم
	2	عدم تفاعل كل الموظفين مع عمال المعرفة واخفاء المعارف الضمنية وعدم تشاركها مع باقي الموظفين، التكاليف المترتبة عنها من الوقت في البحث عن المعرفة، وكذلك تكاليف تكوين وتدريب موظفي وعمال المعرفة.			

		3	لا توجد أي معيقات خاصة بإدارة المعرفة كون أن المؤسسة لا تولي اهتمام بإعطائها قسم محدد خاص بها.	– كما يتشاركون في أن عدم تفاعل موظفي أو عمال المعرفة مع باقي الموظفين يعتبر أهم تحدي لهم.	لمعارفهم الضمنية يعتبرا عائقا لإدارة المعرفة في إنتاج المعارف.
		4	عدم تفاعل الموظفين مع عمال المعرفة وإخفائهم للمعارف الضمنية وعدم تشاركها مع البعض، تكاليف تدريب عمال المعرفة أيضا وعدم الحصول على المعلومات اللازمة لتحويلها لمعارف من كلا المصادر الداخلية والخارجية أحيانا.		
	7: هل تساهم ادارة المعرفة في تطوير معارف الأفراد ورفع روح الإبداع لديهم؟ وكيف ذلك؟	1	نعم تساهم إدارة المعرفة في تطوير معارف الأفراد ورفع روح الابداع، صحيح هناك ممارسات لها فقط ولكنها من خلال تفاعل الأفراد يتم انتاج ونشر الأفكار مع باقي الموظفين.	– يتشارك أصحاب المؤسسات الناشئة في أن لإدارة المعرفة دور أساسي في تنمية وتطوير معارف الأفراد ورفع روح الابداع لديهم.	– نستنتج أن لإدارة المعرفة أهمية كبيرة على صعيد تطوير أداء المنظمة عامة وأداء الأفراد والموظفين بشكل خاص وتعمل رفع مستواهم المعرفي والفكري وتزيد من قدرتهم الابداعية.
		2	أكيد بحكم أن إدارة المعرفة تهتم بإنتاج المعرفة ومن ثم تشاركها مع الأفراد ليوظفوها في عملياتهم وأنشطتهم اليومية وهذا يساهم رفع روح الابداع لديهم من خلال تطوير منتجات جديدة أو خدمات مبتكرة.		– لم يتم إيجاد اختلاف في إجابات الخبراء حول مساهمة إدارة المعرفة في تطوير معارف الأفراد ورفع روح الابداع لديهم نظرا لما تكتسيه إدارة المعرفة من خصائص ومميزات تحسن من أداء الأفراد وقدرتهم الإبداعية.
		3	نعم تساهم في تطوير معارف الأفراد ورفع روح الابداع لديهم إذا تم تطبيق إدارة المعرفة من طرف المؤسسة.		
		4	بالطبع هناك تطور في معارف موظفينا وزيادة روح الابداع لديهم من خلال تبنيهم للمعارف وتشاركها، فمحاولة تطبيق هذه المعارف ترفع من ابداعهم وتزيد من المستوى الفني والمهاري لديهم.		
المحور الثاني: اقتصاد	8: كيف تقيم واقع الجزائر في تبني اقتصاد المعرفة؟	1	نحن على المسار الصحيح بشرط يتم استثمار الكفاءات المحلية في الخارج ومحاولة جلبها للوطن.	– هناك شبه اجماع على الجهود المبذولة من طرف الدولة في سبيل تبني هذا النموذج بالرغم من التحديات الموجودة.	– من خلال اجابات الخبراء نرى أن واقع الجزائر في تبني اقتصاد المعرفة يشهد لها أن لها مقومات ومعايير تؤهلها على تبني هذا النوع من الاقتصاد.
		2	هناك مقومات تمتلكها الجزائر لتبني هذا النوع من الاقتصاد.		– يختلف أصحاب المؤسسات في واقع الجزائر لتبني اقتصاد المعرفة فهناك من يرى أنها على المسار الصحيح ولديها مقومات وهناك من يرى أنها مازالت في مرحلة حصر التحديات ومن ثم تخطيط مسار التحول نحو هذا النوع من الاقتصاد (المؤسستين3 و4).
		3	مازال الطريق طويل لتبني هذا النوع الاقتصادي نظرا للتحديات التي تواجهها الجزائر.		
		4	لم يتم بالضبط التطبيق الفعلي لاقتصاد المعرفة ولكن نحن في المسار الصحيح.		

	9: في رأيك كيف تقيم الجهود المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية في سبيل اندماجها في اقتصاد المعرفة؟	1	طبعا الحكومة الجزائرية تحاول بكل آلياتها ومؤسساتها في اندماجها نحو اقتصاد المعرفة.	– يتفق الخبراء على أن هناك جهود من طرف الحكومة الجزائرية لاندماجها في اقتصاد المعرفة.	– يختلف الخبراء في أجوبتهم بخصوص جهود الحكومة في سبيل اندماجها لاقتصاد المعرفة فهناك من يرى أن هناك جهود معتبرة والبعض الآخر يرى أنها لم تصل للحد المطلوب وأن الجزائر لازالت في بدايتها.	– نرى أنه لا يوجد اجماع تام من طرف الخبراء على مدى جهود الحكومة لاندماجها في اقتصاد المعرفة، وللحق يشهد لها الواقع أن هناك إرادة سياسية ونية للتغيير تعمل على الاندماج في اقتصاد المعرفة كخطوة ضرورية لبناء الاقتصاد الوطني.
		2	هناك جهود من طرف الحكومة لتبني اقتصاد المعرفة.			
		3	جهود الحكومة لم تصل للمستوى المطلوب للاندماج في اقتصاد المعرفة.			
		4	الإصلاحات التي اعتمدتها الحكومة في مختلف القطاعات تساهم في تعبيد الطريق لاندماجها في اقتصاد المعرفة.			
	10: هل يساهم اقتصاد المعرفة في تحسين تنافسية الاقتصاد الجزائري ورفع مكانته في الأسواق العالمية؟	1	نعم اقتصاد المعرفة له دور كبير في تحسين تنافسية الاقتصاد الجزائري.	– اتفق أصحاب المؤسسات الناشئة على أن اقتصاد المعرفة يساهم في تحسين تنافسية الاقتصاد الجزائري ورفع مكانته في الأسواق العالمية.	– الدور الكبير الذي يلعبه اقتصاد المعرفة في تحسين تنافسية الاقتصاد الوطني ساهم في عدم وجود أي اختلاف من الخبراء.	– نستنتج أن للاقتصاد المعرفة دور كبير في تحسين تنافسية الاقتصاد الوطني عن طريق تنويع وزيادة المنتجات والخدمات المبتكرة من طرف المؤسسات الناشئة والطلب عليها يرفع من نسبة المبيعات التي تؤثر على الناتج الداخلي الخام بالزيادة ومنه يتحسن اقتصاد الجزائر تنافسيا على المستوى المحلي والدولي.
		2	نعم أكيد.			
		3	بالضبط يعمل اقتصاد المعرفة على الرفع من تنافسية الاقتصاد الوطني.			
		4	طبعا له أساسي في تطوير الاقتصاد وتنويعه ورفع مكانته محليا وقاريا.			
	11: كيف يساهم اقتصاد المعرفة في تطوير الاقتصاد الوطني؟	1	من خلال زيادة عدد المنتجات والخدمات المبتكرة التي تقدمها المؤسسات العمومية والخاصة.	– يتفق أصحاب المؤسسات الناشئة بأن اقتصاد المعرفة يساهم في تطوير الاقتصاد الوطني بالرغم من تعدد وجهات النظر في كيفية تحقيق ذلك.	– لم نجد اختلاف في أقوال الخبراء نظرا لأن اقتصاد المعرفة يعمل على تطوير الاقتصاد الوطني ويرفع من مستوى أدائه وتنافسيته كما ذكرنا سابقا.	– من خلال إجابات الخبراء نجد أن لاقتصاد المعرفة أثر فعلي على تطوير الاقتصاد الوطني من خلال تطوير البنى التحتية للدولة في قطاع التكنولوجيا والاتصالات، قطاع التعليم بكل أطواره، ويحفز على الدولة سن قوانين تساعد أصحاب المؤسسات لتجسيد أفكارهم.
		2	عن طريق تطوير البني التحتية للدولة التي تهيئ البيئة التنافسية وترفع من المستوى التنافسي للاقتصاد الوطني.			
		3	تنويع المنتجات والخدمات المقدمة وخاصة المنتجات التقنية والتكنولوجية كونه يدعم تكنولوجيا الاعلام والاتصال وكذا الاستثمار في رأس المال البشري.			
		4	عن طريق فرض إصلاحات شاملة تكون للتكنولوجيا نصيب الأسد من هذه الإصلاحات نظرا لثقلها وأهميتها على المستوى العالمي.			

	12: ماهي أهم التحديات التي يواجهها الاقتصاد الجزائري للتحول نحو اقتصاد المعرفة؟	1	التخلف الاقتصادي الكبير كون أن اقتصاد الجزائر اقتصاد ريعي وغير مؤسس بطرق منجية علمية.	– يتوافق أصحاب هذه المؤسسات بأن هناك تحديات التي يواجهها الاقتصاد الجزائري للتحول نحو اقتصاد المعرفة لأن تطور الاقتصاد الوطني مرهون بحصر عدد التحديات والعوائق ومحاولة حلها.	– تختلف نوع التحديات التي يواجهها الاقتصاد الجزائري للتحول نحو اقتصاد المعرفة في نظر أصحاب المؤسسات الناشئة حيث أن كل الأطرف المقدمة تساهم في كبح مسار الجزائر من التحول نحو هذا النموذج.	– نجد أن أهم التحديات التي يواجهها الاقتصاد الوطني هي التخلف الاقتصادي الكبير للدولة كونه قائم على قطاع واحد هو قطاع المحروقات كما أن ضعف البنى التحتية للدولة من بين أهم التحديات التي يجب اصلاحها.
		2	عدم توفر المناخ والبيئة التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة من تكنولوجيا أو رأس مال معرفي يساعد على التحول نحوه.			
		3	عدم تنفيذ السياسات والبرامج والقوانين التي تقرها الدولة حول اقتصاد المعرفة.			
		4	نقص المستوى التنافسي للمؤسسات العمومية والخاصة وعدم توفرها لمعايير تقديم المنتجات والخدمات من التكلفة والجودة المطلوبة.			
المحور الثالث: التعريف بالمؤسسة.	13: كيف كانت تجربتك مع الإدارة الجزائرية عند إنشائك لمؤسستك الناشئة؟	1	بطبيعة الحال في أي إدارة جزائرية تجد صعوبات سواء في الملف المطلوب أو المعاملة، بكل اختصار البيروقراطية مازالت تنخر بالإدارة الجزائرية.	–كل المقابلين يرون أن تجربتهم مع الإدارة الجزائرية عند انشاء مؤسسة ناشئة هي تجربة صعبة والعائق الأساسي هو البيروقراطية.	– لم يكن هنا اختلاف إجابات هذا السؤال من طرف الخبراء لأن الإدارة الجزائرية مازالت غير متطورة وتعتمد على التوثيق والتقنين بدل الوسائل المتطورة من أنظمة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات.	– نستنتج أن الإدارة الجزائرية هي إدارة ورقية كلاسيكية غير متطورة ومواكبة للتغيرات الحاصلة في بيئة الأعمال ومازالت تمارس الأساليب البيروقراطية التعجيزية ضد الأفراد وأصحاب المؤسسات ويجب وضع حد من طرف الدولة لهذه الممارسات التي تنخر بالإدارة وهذا ما يحد من إنشاء المؤسسات الناشئة في الظروف الملائمة.
		2	وجدت صعبات في الإدارة عند تكوين الملف أما البنك فكان بمجرد إيداع الملف تم مراجعته والموافقة عليه.			
		3	صعبة جدا كون البيروقراطية أصبحت ميزة خاصة بالإدارة الجزائرية.			
		4	ليست بالسهلة ولكن لا زالت البيروقراطية والصعوبات عند تكوين أي ملف			
	14: ماهي الآليات والمصادر المعتمدة لتمويل مؤسستك الناشئة؟	1	بعض المساهمات الخاصة وصندوق المؤسسات الناشئة.	– يتفق بعض المؤسسات الناشئة في اعتمادهم لتمويل مؤسستهم عبر التمويل الذاتي والشخصي.	– ويختلف بعضهم في تمويل مؤسساتهم عبر صندوق المؤسسات الناشئة أو مستثمرين خواص.	– نلاحظ أن أغلب المؤسسات الناشئة تعتمد على التمويل الذاتي من أصحابها وهذا يعتبر عائقا لها كونها تحتاج لرأس مال كافي للانطلاق بنجاح وهو مالا يقدر التمويل الشخصي توفيره وهنا يجب تنشيط الصناديق المعتمدة لتمويل هذه المؤسسات.
		2	مستثمرين خواص وبعض المساهمات الخاصة.			
		3	مساهمات شخصية فقط.			
		4	مساهمات ذاتية فقط.			

	15: ماهي التحديات التي واجهتك عند إنشائك للمؤسسة؟	1	صعوبة تجسيد الفكرة في ظل المثبطات والعراقيل.	– يتفق أصحاب المؤسسات الناشئة بأن هناك تحديات واجهتهم عند انشائهم للمؤسسة.	– اختلف الخبراء في تحديد نوع التحديات التي واجهتهم عند انشائهم لمؤسستهم فترى المؤسسة 1 صعوبة في تجسيد فكرتها، والمؤسسة 2 صعوبة تسويق المنتج أما المؤسسة 3 و4 فوجدو صعوبة في تمويل الفكرة وعائق البيروقراطية مع الإدارة على التوالي.	– نلاحظ أن كل المؤسسات الناشئة وجدت صعوبات وعوائق عند بدايتها وهذا راجع لعدم توفر المناخ والبيئة المناسبة لانطلاق المؤسسات وهو عائق يحول دون نجاح هذه المؤسسات يجب على الدولة بكل آلياتها ومؤسساتها توفيره.
		2	صعوبة تسويق المنتج للعميل في ظل ثقافة الانغلاق وعدم ايمانه بالتكنولوجيا.			
		3	صعوبة تمويل الفكرة وتوفير رأس المال الضروري للبدء.			
		4	البيروقراطية مع الإدارة الجزائرية.			
	16: ماهي المعيقات التي تواجه المؤسسة حاليا؟	1	قلة عدد العملاء.	– هناك عوائق لا مفر منها تواجه المؤسسات الناشئة وتختلف في طبيعتها.	– نجد اختلافا في طبيعة العوائق التي تواجه المؤسسات حاليا فترى المؤسسة 1 و4 صعوبة عائقا متمثلا في قلة عدد العملاء ومشكل التواصل معهم، أما المؤسسة 2 و3 فهناك صعوبة إيجاد ونقص اليد العاملة المؤهلة وتغيير ثقافة العميل.	– حتى عند إطلاق المؤسسة وبدء نشاط عملها إلا أنها تبقى تواجه تحديات لا تستطيع حلها بنفسها دون إعانة من الدولة واهتمام بها وهو ما تساهم به حاضنات الأعمال ومسرعاتها لنجاح هذه المؤسسات.
		2	صعوبة ونقص في ايجاد اليد العاملة المؤهلة والمكونة.			
		3	تغيير ثقافة العميل.			
		4	التواصل مع العملاء.			
المحور الرابع: المؤسسات الناشئة في الجزائر.	17: هل هناك توجه فعلي نحو دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر؟ وماهي الآليات المعتمدة في ذلك؟	1	نعم أكيد، والدليل على ذلك توفير وزارة خاصة بالمؤسسات الناشئة وفتح صندوق المؤسسات الناشئة لتمويل أفكار المشاريع المقبولة.	– تتوافق إجابات المقابلين في أن هناك توجه فعلي نحو دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر.	– تختلف إجابات الخبراء في إعطاء المستوى والمدى الصحيح لدعم الحكومة للمؤسسات الناشئة فهناك من يرى أنها مجرد أقوال وقرارات دون تنفيذ وهناك من يقول أن هناك دعم وتسهيلات حقيقية تقدمها الدولة لإسناد المؤسسات الناشئة.	– نستنتج أنه من إجابات الخبراء تم اجماع على دعم الحكومة للمؤسسات الناشئة ولو بالحد الأدنى، فيجب على الحكومة برهنة هذه التوقعات إلى واقع لأفعال وبرامج يتم تنفيذها وتطبيقها كي تثق هذه المؤسسات في سياسات الدولة.
		2	نعم هناك دعم فعلي وتسهيلات مباشرة لهم من تمويل للأفكار وأو اعفائهم من الضرائب والرسوم الجمركية.			
		3	هناك بوادر تدل على ذلك عند الإدارة السياسية للبلاد ولكن في الواقع لم يتم تنفيذ أي قرارات مع عدم وضوح قانون المؤسسات الناشئة.			
		4	نعم هناك توجه لدعم المؤسسات الناشئة بدءا من توفير عدة صناديق وطنية لتمويل مختلف أفكار المشاريع مثل **Anade,Cnac,Andi** وصندوق المؤسسات الناشئة.			

	18: كيف تقيم الجهود التي تبذلها الجزائر في سبيل دعم خلق المؤسسات الناشئة؟	1	نعم هناك جهود معتبرة من طرف الجزائر في دعم إنشاء المؤسسات الناشئة.	– أيد الخبراء أن هناك جهود تبذلها الجزائر في سبيل دعم خلق المؤسسات الناشئة واتفق أغلبهم بأنها جهود غير كافية.	– لقد اختلف الخبراء في تقييم مستوى الجهود التي تبذلها الجزائر في سبيل دعم خلق المؤسسات الناشئة، فهناك من يقول أنها جهود معتبرة والبعض الآخر يرى أنه لابد من بذل جهود إضافية.	– من إجابات الخبراء نلاحظ أنه تم إجماع شبه كلي بأن جهود الجزائر في سبيل دعم خلق المؤسسات الناشئة هي جهود غير كافية ولا تصل للمستوى المطلوب وهو ما تعمل عليه مؤسسات الدولة بزرع ثقة الطالب أو الباحث بالمحيط الاقتصادي.
		2	هناك جهود تقوم بها الجزائر ولكن غير كافية.			
		3	ليست بالجهود الكافية التي تخول أصحاب الأفكار بتجسيد أفكارهم لمشاريع ومؤسسات ناشئة.			
		4	في رأيي هناك جهود نأمل من الاستمرار في هذا المسار لتنويع الاقتصاد الوطني وتأسيس فعلي لاقتصاد ناجح.			
	19: هل مناخ الأعمال والبيئة التنافسية في الجزائر يحفز على إنشاء المؤسسات الناشئة؟	1	نعم محفز فالاقتصاد الجزائري اقتصاد شبابي وغير متطور هناك نقص في العديد من المجالات، والبيئة التنافسية شبه منعدمة.	– لم يتم حدوث توافق من طرف الخبراء حول تحفيز مناخ الأعمال والبيئة التنافسية في الجزائر على إنشاء المؤسسات الناشئة هناك عراقيل وعوائق تواجه أصحاب المؤسسات لم تعمل الدولة على حلها.	– اختلف أصحاب المؤسسات الناشئة في اجاباتهم حول مناخ الأعمال والبيئة التنافسية في الجزائر محفز على إنشاء المؤسسات الناشئة فهناك من يرى أنه محفز والبعض الآخر يقول إنه غير مهيء متعدد العراقيل.	– نستنتج أن مناخ الأعمال والبيئة التنافسية غير جذاب ومحفز لأصحاب المشاريع وأفكار في طرح وإطلاق مؤسساتهم وهذا ما يحتم الدولة لتحسين هذا المناخ لتحفيز إنشاء المؤسسات الناشئة.
		2	قليلا في ظل تبني الدولة لدعم أصحاب المؤسسات.			
		3	لا، في ظل تعدد المثبطات والعراقيل التي تواجه الشباب.			
		4	طبعا مناخ الأعمال والبيئة التنافسية الجزائرية محفزة لدخول الشباب عالم المؤسسات حسب رأي الإدارة العليا للبلاد ولكن في الواقع فهي العكس.			
	20: ما مدى تأثير المؤسسات الناشئة في تطوير الاقتصاد الوطني؟	1	هناك تأثير قوي ومهم تلعبه المؤسسات الناشئة في تطوير الاقتصاد الوطني من توفر وإضافة قطاعات جديدة وتنويع للمنتجات والخدمات وزيادة معدل المبيعات والأرباح.	– لقد توافقت إجابات المقابلين بأن هناك تأثير من المؤسسات الناشئة في تطوير الاقتصاد الوطني.	– نظرا لتأثير المؤسسات الناشئة الكبير في تطوير الاقتصاد الوطني لم يوجد أي اختلاف من طرف الخبراء.	– إن تاثير المؤسسات الناشئة على الاقتصاد الوطني هو تأثير مباشر وقوي من خلال إنشاء قطاعات جديدة وتنويع للمنتجات والخدمات، وزيادة معدل المبيعات والحصص السوقية ومنه زيادة في الناتج الخام للبلاد.
		2	تؤثر من خلال تنويع الاقتصاد الوطني واعتماده شبه الكلي على مصادر بديلة متجددة غير الريع البترولي.			
		3	تأثير كبير عن طريق زيادة الناتج الداخلي الخام لو تم دعمها وتحفيزها للنجاح.			
		4	هناك تأثير مباشر من تطوير المنتجات والخدمات المبتكرة وزيادة مبيعاتها فالمؤسسات الناشئة تعتبر قاعدة للاقتصاد الجديد القائم على المعرفة.			

المحور الخامس: العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة.	21: هل هناك أهمية من طرف إدارة المؤسسة بوظيفة البحث والتطوير؟ وهل هناك موقع لها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة؟	1	نعم تولي المؤسسة أهمية لوظيفة البحث والتطوير ولكن بحكم المؤسسة صغيرة فليس هناك موقع رئيسي لها في الهيكل فهي ضمن عمليات وأنشطة المؤسسة.	– كل المؤسسات الناشئة المقابلة تعطي أهمية لوظيفة البحث والتطوير.	– واختلفت في إعطائها موقع في الهيكل التنظيمي فهناك من يقول بأنها غير محددة في موقع واحد وهناك من يقول أن لها قسم خاص بها.	– نلاحظ أن كل المؤسسات تولي أهمية بوظيفة البحث والتطوير وتم توفير قسم لها ضمن الهيكل التنظيمي الخاص بالمؤسسة حيث يعتبر البحث والتطوير هو أساس خلق المؤسسات الناشئة.
		2	نعم أكيد، وهناك قسم خاص بها.			
		3	طبعا ولكن هناك موظفين فقط بالبحث والتطوير وليس بقسم أو وحدة كاملة.			
		4	نعم تؤمن المؤسسة بوظيفة البحث والتطوير وتعتمد عليها في كل عمليات المؤسسة ولكن ليس لها مكان واحد مخصص لها فهي في كل أقسام المؤسسة.			
	22: ما مدى تأثير وظيفة البحث والتطوير في رفع أداء المؤسسة وزيادة تنافسيتها وتحقيق أهدافها؟	1	من خلال ابتكار منتجات وخدمات جديدة.	– اتفقت المؤسسات الناشئة بان هناك تأثير من طرف وظيفة البحث والتطوير في رفع أداء المؤسسة وزيادة تنافسيتها وتحقيق أهدافها.	– نظرا لأهمية وظيفة البحث والتطوير من طرف المؤسسات في رفع أدائها التنافسي فلم يوجد اختلاف في إجابات الخبراء.	– نستنتج أن لوظيفة البحث والتطوير أهمية بالغة في حياة المؤسسة الناشئة إن لم نقل هي نفسها للبقاء والمنافسة فبدونها لا تستطيع أي مؤسسة مجابهة المنافسة الشرسة التي تواجهها.
		2	عن طريق المام منتجات المؤسسة بكل خصائص المنتج الناجح من الجودة والفعالية.			
		3	بواسطة اكساب المؤسسة ميزة تنافسية خاصة بها.			
		4	أكيد هناك تأثير كبير كون أن المؤسسة أصبحت لها قدرة كبيرة على تحقيق النتائج والأهداف المتوقعة.			
	23: كيف تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل عمليات وأنشطة المؤسسة؟	1	في كل شيء بدءا من سهولة التواصل مع باقي الموظفين والرقابة عن بعد.	– اتفقت إجابات أصحاب المؤسسات الناشئة بأن تكنولوجيا الاعلام والاتصال تسهل عمليات المؤسسة من سهولة الاتصال والتواصل مع العملاء وسرعة اتخاذ القرار وغيرها.	– لم يكن هناك اختلاف حول تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تسهيل عمليات المؤسسة من طرف الخبراء.	– تعتبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال عصب المؤسسة فكل عمليات المؤسسة تقوم عليها من تصميم للمهام أو التواصل أو اتخاذ القرار يقوم عليها فبدونها لا تستطيع المؤسسة المنافسة والصمود.
		2	القدرة على التواصل مع العميل بشكل سهل وغير مكلف.			
		3	سهولة وسرعة اتخاذ القرار عند توفر المعطيات اللازمة لذلك.			
		4	من خلال تنفيذ العمليات في الوقت المخصص لها.			

المحور الخامس: العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة.	24: إلى أي مدى ساهم النظام الوطني للإبداع في إنتاج ونشر التكنولوجيا والمعرفة الجديدة ضمن إطار الدولة؟	1	أكيد تفاعل المؤسسة وتنافسها يساهم من زيادة استعمالها التكنولوجيا ومنه نشر للمعرفة الجديدة داخل حدود المؤسسة.	– تتوافق إجابات المقابلين بمساهمة النظام الوطني للإبداع في إنتاج ونشر التكنولوجيا والمعرفة الجديدة ضمن إطار الدولة.	– إن أهمية النظام الوطني للإبداع في انتاج ونشر التكنولوجيا والمعارف هي سبب عدم اختلاف الخبراء حوله.	– يمكن القول أن للنظام الوطني للإبداع له دور كبير على إنتاج ونشر التكنولوجيا والمعرفة الجديدة من خلال التفاعل مع الهيئات الحكومية والبيئة الاقتصادية.
		2	التكنولوجيا هي أساس التنافس حاليا ومنها يتم إنتاج المعارف ونشرها.			
		3	بما أنه نظام فهو يضمن الاستمرارية وبالتالي يتم انتاج التكنولوجيا والمعرفة الجديدة			
		4	عمل هذا النظام بفعالية يساهم في توطين التكنولوجيا من الخارج ومن ثم نشرها.			
	25: ما مدى مساهمة SNI في تعزيز نجاح تطبيق نموذج اقتصاد المعرفة من طرف الدولة؟	1	عن طريق تهيئة الطريق المناسب لأصحاب المشاريع والمؤسسات.	– اتفق أصحاب المؤسسات الناشئة بأن هناك تأثير ومساهمة لـ SNI في تعزيز نجاح تطبيق نموذج اقتصاد المعرفة من طرف الدولة.	– واختلفت اجاباتهم بمدى المساهمة ونوعها، فهناك من يرى أنه عن طريق توفير المناخ المناسب لأصحاب المؤسسات والمشاريع الناشئة، أو أداء النظام بفعالية، أو أنه يساهم في ضمان تنافسية المؤسسات لإطلاق منتجات أو خدمات تعزز من نجاح تطبيق الدولة لنموذج اقتصاد المعرفة.	– إن مساهمة SNI في تعزيز نجاح تطبيق نموذج اقتصاد المعرفة من طرف الدولة يكمن في توفير الخارطة الأساسية لعمل المؤسسات الناشئة ونجاحها هو من يضمن نجاح تطبيق نموذج اقتصاد المعرفة في الجزائر.
		2	بزيادة تنافسية المؤسسات العمومية والخاصة.			
		3	الأداء الفعال لهذا النظام يساهم في نجاح تطبيق اقتصاد المعرفة من طرف الدولة.			
		4	يساهم عن طريق ضمانه لتنافسية المؤسسات الناشئة وبالتالي إطلاق منتجات ذات جودة عالية ومنه تحقيق عوائد ربحية عالية توثر في نمو الاقتصاد الوطني.			
	26: كيف تكون الثروة المعرفية ورأس المال البشري ميزة تنافسية يساهم مجتمع المعرفة في خلقها للمؤسسة؟	1	عن طريق استثمارها الدقيق والمستمر وتثمين هذا المورد.	– لقد توافقت إجابات المقابلين بأن الثروة المعرفية ورأس المال البشري ميزة تنافسية يساهم مجتمع المعرفة في خلقها للمؤسسة.	– دور مجتمع المعرفة في انتاج المعارف ونشرها ومنه تكوين رأس مال بشري وثروة معرفية هو ما ساهم في عدم وجود اختلاف في أجوبة الخبراء.	– نلاحظ أنه عند توفر مجتمع للمعارف داخل المؤسسة ويعمل بفعالية فهو في حد ذاته رأس مال بشري ومعرفي للمؤسسة ليكون ميزة تنافسية لها يعمل على برهنتها والمحافظة عليها.
		2	عن طريق المحافظة عليه واستثماره بالشكل المناسب.			
		3	إنتاج المعارف وتشاركها ومحاولة تطبيقها من طرف الموظفين تساهم في تكوين ميزة خاصة بالمؤسسة.			
		4	بواسطة البحث والتعلم المستمر لأفراد مجتمع المعرفة.			
		1	نعم تقريبا تساعد وتحفز خلق المزيد من المؤسسات الناشئة.			

	27: هل التشريعات والقوانين التي تسنها الدولة تحفز على خلق المزيد من المؤسسات الناشئة في الجزائر؟			2	نعم بالطبع تساعد.	– لم يكن هناك توافق من طرف الخبراء حول تحفيز القوانين والتشريعات على خلق المزيد من المؤسسات الناشئة نظرا إما لعدم استقرار القوانين والبيئة السياسية أو غموض هذه القوانين وعدم وضوحها.	– نلاحظ أن إجابات الخبراء في أن التشريعات والقوانين التي تسنها الدولة تحفز على خلق المزيد من المؤسسات الناشئة فهناك من يرى أنها محفزة والنصف الآخر يعتبر أنها معقدة وغير واضحة والبيئة غير مهيئة ومهيكلة.	–نستنتج أنه يجب على الدولة أن توضح وتبسط التشريعات والقوانين الخاصة بالمؤسسات الناشئة لتهيئ عمل هذه المؤسسات وتضمن فرص نجاحها وهذا ما يحفز على خلق المزيد من المؤسسات الناشئة.
				3	لحد الأن فإن هذه القوانين تعتبر معقدة وغير واضحة ومبسطة، فلا يمكن الحكم عليها في ظل عدم توضيحها من طرف المشرع الجزائري.			
				4	لا فبيئة هذه المؤسسات غير مهيئة ومهيكلة بدقة.			

المصدر: من اعدد الطالب اعتماد على نتائج المقابلات

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.

بعد عرض بيانات كل المقابلات مع الخبراء وتحليلها سيتم عرض فرضيات الدراسة وتحليلها.

الفرع الأول: اختبار الفرضية الأولى.

تتمثل الفرضية الأولى في "أن هناك اهتمام من طرف الجزائر كحكومة لتأسيس فعلي لاقتصاد المعرفة" وبعد دراسة واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر وبالاعتماد على تحليل بيانات المقابلة وبالضبط في المحور الثاني الخاص باقتصاد المعرفة وجدنا الفرضية محققة، حيث تم استنتاج أن الجزائر تبذل جهودا معتبرة في سبيل اندماجها نحو اقتصاد المعرفة، صحيح أن الجزائر لازالت في بدايتها وفي ظل التحديات والعوائق الموجودة إلا أن لها من المقومات والموارد الفكرية والبشرية والبنى التحتية التي تؤهلها لتأسيس فعلي ناجح لاقتصاد المعرفة وعليه فإن أهم المؤشرات الدالة على ذلك هي:

- تطور مستوى التعليم في الجزائر.
- تطور معدل النوعية التنظيمية.
- تطور معدل تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- تطور معدل البحث والتطوير وزيادة نسب الانفاق عليه من الناتج الداخلي الخام.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الثانية.

تمثلت الفرضية الثانية في "أن خلق المؤسسات الناشئة يسهم في تطوير الاقتصاد الوطني" وبعد عرض إجابات الخبراء وتحليلها وجد أنها محققة وبالضبط في المحور الرابع والمعنون بواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر، والدليل على ذلك أن كل إجابات الخبراء ترى أن للمؤسسات الناشئة دور في تطوير الاقتصاد الوطني من خلال:

- تأثيرها المباشر والقوي عليه عبر قدرتها لاستحداث وإنشاء قطاعات جديدة تخلق القيمة.
- تنويع المنتجات والخدمات المبتكرة المقدمة.
- خلق وتوطين التكنولوجيا.
- تؤثر في حرب الأرقام والحصص السوقية في البيئة التنافسية.
- كسر هيمنة قطاع المحروقات والاعتماد على القطاعات ذات الموارد المتجددة، وكل هذه الميزات والخصائص تنعكس على تطوير الاقتصاد الوطني وتحسن من أداءه.

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الثالثة.

وتتمثل الفرضية الثالثة في "أن نجاح المؤسسات الناشئة مرتبط أساسا بمدى قدرة الدولة على توفير المتطلبات اللازمة لاندماجها في اقتصاد المعرفة بما يدعم فرص نجاح هذه المؤسسات" وبعد تحليل أجوبة الخبراء في المحور الخامس فقد وجد أن الفرضية الثالثة محققة أيضا، لكون أن اقتصاد المعرفة يعمل على:

- تهيئة مناخ الأعمال والبيئة التنافسية الخاصة بالمؤسسات الناشئة.
- تأثير وظيفة البحث والتطوير في رفع أداء المؤسسة وزيادة تنافسيتها وتحقيق أهدافها.
- تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل عمليات وأنشطة المؤسسة.
- كما أن تبني الدولة لاقتصاد المعرفة يساهم بسن قوانين وتشريعات واضحة تحفز على إنشاء المؤسسات الناشئة، وتوفر كل هذه العوامل يضمن نجاح هذه المؤسسات.

خلاصة الفصل:

انطلاقا مما تم التطرق إليه فإنه تم إزالة الغموض عن بعض المفاهيم فتم في هذا الفصل محاولة إسقاط الطابع النظري لاقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة على حالة وواقع الجزائر في تبني اقتصاد المعرفة وواقعها في المؤسسات الناشئة وتم استعراض أهم النتائج بالمتعلقة بالجانبين النظري والتطبيقي مع ذكر أهم التوصيات التي يجب اخذها بعين الاعتبار لضمان نجاح تطبيق نموذج اقتصاد المعرفة في الجزائر فقد ساهمت إجابات الخبراء في تحقيق الفرضيات المقترحة في بداية الدراسة.

لقد تم الاستخلاص أن الحكومة تسعى بكل جهودها في سبيل اندماجها نحو اقتصاد المعرفة، من خلال تطوير مختلف الهياكل والقطاعات الهامة للبلد لإصلاحها وهذا بعد تحديد التحديات والعوائق لمحاولة حلها، كما استنتجنا أن نجاح المؤسسات الناشئة مرتبط بقدرة الدولة على توفير متطلبات اقتصاد المعرفة.

خاتمة:

في ظل التحديات والتغيرات السياسية والاقتصادية الدولية وظاهرة العولمة أصبح لزاماً على الدول الاندماج في اقتصاد المعرفة كنموذج اقتصادي حديث يعتمد على المعارف في كل طياته، حيث لا يمكن لأي دولة أو مؤسسة من النجاح إلا إذا استثمرت في رأس مالها المعرفي والبشري لمواجهة المنافسة الشرسة في عالم الأعمال والتغير الديناميكي لبيئة المنافسة وظروف المخاطرة وعدم التأكد.

وللتوجه نحو اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة وجب تفعيل وتخطيط سياسات وبرامج استراتيجية تهيء الطريق لتوفير بيئة عمل مناسبة لنجاح المؤسسات الناشئة وتحفيز الطلبة والباحثين من زيادة خلق وانشاء العديد من هذه المؤسسات نظراً لأهميتها في زيادة معدلات التنمية ورفع الأداء الاقتصادي للدولة وتنويع مصدر الإيرادات من موارد غير متجددة تنقص باستعمالها إلى موارد متجددة لا تنضب وتزيد بمشاركتها ونشرها تتمثل في المعرفة العلمية، فهي تعتبر مصدر قوة وثروة لمالكها واستثمارها يحسن من مستوى جودة الخدمات والمنتجات المبتكرة ويخفض من استنزاف تكاليف الوقت والموارد الأولية الطبيعية المتناقصة وهو ما تم تناوله في عنصر أهمية المعرفة، كما تم تناول اقتصاد المعرفة وتلخيص جميع عناصره وأفكاره في المبحث الأول، وفي المبحث الثاني تم الالمام بكل جوانب المؤسسات الناشئة. كما تم ابراز العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسة الناشئة وفي الجزء التطبيقي تم اسقاط المحاور النظرية على الواقع الاقتصادي للجزائر وتم استعراض أهم مقومات الجزائر للاندماج في اقتصاد المعرفة، وأن أهم ما تم استنتاجه ما يلي:

أولا: نتائج الجانب النظري.

هناك العديد من النتائج التي أسفر عليها موضوع بحثنا وهي كالتالي:

- أصبحت المعرفة عاملا مهما إن لم نقل الأهم من عوامل الإنتاج، فما يميز بيئة الأعمال الحالية هو تغير في الأولويات الحاكمة لاقتصاديات الدول حيث أن المعرفة أصبحت تحتل الريادة ضمن هذه الأولويات إذ أنها تعتبر مصدر كل قوة وخلق كل ثروة، فلم تعد المؤسسات الرابحة تتموقع حول الموانئ والمناجم، وإنما أصبحت تحوم حول كبرى الجامعات والمعاهد ومراكز البحث لما لها من أهمية في خلق المعارف الجديدة، هذه الأخيرة تكسب المؤسسة ميزة تنافسية دائمة يصعب امتلاكها بالنسبة للمنافسين.
- إن أهمية اقتصاد المعرفة تكمن في تميزه عن باقي الاقتصاديات بقيمته المضافة العالية التي يخلقها وكذلك اعتماده على يد عاملة جد متخصصة ذات كفاءة عالية مهمتها الوحيدة إنشاء، تشارك، نقل واستعمال المعارف من أجل تطوير قدرات المؤسسات الإبداعية وتطوير منتوجات ذات جودة عالية بتكلفة منخفضة كما أنها تتميز باهتمامها بالجانب البيئي الذي يعد جانبا مهما من جوانب الأهداف الجديدة للألفية الثالثة المتعلقة بالتنمية المستدامة.
- يلعب اقتصاد المعرفة دورا مهما في زيادة معدلات التنمية وخصوصا في الدول النامية التي تسعى إلى الاندماج في اقتصاد المعرفة من خلال تطوير مؤشرات التنمية البشرية خصوصا محاربة الأمية والعمل على خلق بيئة مشجعة على التعلم المستمر والبحث العلمي والمشاركة في تحقيق التقدم العالمي على كل الأصعدة.
- يتطلب هذا الاقتصاد الجديد كفاءات عالية وجد مؤهلة تتميز بتحكمها الكبير في التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث ظهر مصطلح جديد هو "عمال المعرفة" أو: منشئي المعرفة" التي تتمثل مهمتهم الرئيسية في إنشاء المعرفة وتجسيدها إلى منتوجات جديدة ذات قيمة عالية بأقل التكاليف.
- تشجيع روح الابتكار وريادة الاعمال في الوسط الجامعي عن طريق انشاء دور المقاولة وحاضنات الأعمال داخل الجامعة، بحيث تتبنى هذه الهيئات المرافقة والمساعدة على تجسيد أفكار ومشاريع الباحثين من طلبة وأساتذة وتحويلها الى مشاريع يستفاد منها.

- من بين أهم الخصائص التي تميز المؤسسات الناشئة كونها قائمة على فكرة ابتكارية وذات نمو متسارع.

ثانيا: نتائج الجانب التطبيقي.

بعد عرضنا للمؤشرات الدالة لاقتصاد المعرفة في الجزائر وبعد اجراء المقابلات مع الخبراء أصحاب المؤسسات الناشئة وتحليل إجاباتهم توصلنا للنتائج التالية:

- من خلال عرضنا لأهم المؤشرات الدالة لاقتصاد المعرفة نجد أن هناك تطور ملحوظ في مؤشرات التنمية البشرية وهذا نظرا لتطور مستوى التعليم والجهود الإصلاحية له من طرف الدولة.
- أما مؤشر تكنولوجيا الاعلام والاتصال فنجد أنه في حالة ارتفاع وتزايد من تطور مستعملي الهاتف إلى تطور مستعملي الأنترنت وهذا يرجع لاهتمام الدولة بهذا القطاع الحساس.
- وفي مؤشر الابداع فنلاحظ أن هناك ارتفاع في نسب الانفاق على البحث والتطوير من الناتج الداخلي الخام بعد تيقن الدولة لأهميته الكبيرة في حياة الدول والمنظمات.
- ومن خلال مؤشر الحافز الاقتصادي والنظام المؤسساتي فنجد أن هناك تطور وارتفاع ملحوظ نظير السياسات الحكومية التي تسعى لدعم السيادة القانونية والنوعية التنظيمية.

وكل هذه العوامل تدل على تحقق الفرضية الأولى التي تقول "أن هناك اهتمام من طرف الجزائر كحكومة لتأسيس فعلي لاقتصاد المعرفة".

- الاتجاه نحو الاستثمار في الشركات الناشئة أضحى ضرورة حتمية يفرضها واقع الاقتصاد الوطني الراهن الذي أنهكه تدني الإيرادات النفطية في ظل جائحة كورونا التي ضربت العالم وقد تضرر منها بشكل كبير.
- هناك تأثير مباشر وقوي للمؤسسات الناشئة في تطوير الاقتصاد الوطني من خلال:

  - تأثيرها المباشر والقوي عليه عبر قدرتها لاستحداث وإنشاء قطاعات جديدة تخلق القيمة.
  - تنويع المنتجات والخدمات المبتكرة المقدمة وخصوصا في الجانب التقني والتكنولوجي.
  - خلق وتوطين التكنولوجيا داخل حدود الدولة.
  - تخفيض معدلات البطالة وزيادة معدلات التنمية المحلية للبلد.

وكل ما سبق من هذه العوامل يحقق الفرضية الثانية التالية "أن خلق المؤسسات الناشئة يسهم في تطوير الاقتصاد الوطني".

- يساهم هذا الاقتصاد في تهيئة وتعبيد طريق المؤسسات الناشئة لإرساء قاعدة اقتصادية متينة مؤسسة بطرق علمية وممنهجة.
- تبني نموذج اقتصاد المعرفة يساهم في تعزيز فرص خلق المؤسسات الناشئة ونجاحها في الجزائر كونه مرتبط بقدرة الدولة على توفير المناخ العام والبيئة التنافسية المحفزة لإنشاء هذه المؤسسات.
- تبني نموذج اقتصاد المعرفة يساهم في كسر هيمنة القطاع الواحد والتركيز على مداخيله فقط وهذا يحفز المؤسسات الناشئة لتنويع وخلق قطاعات جديدة وخاصة في المجال التكنولوجي.
- مناخ الأعمال والبيئة التنافسية غير محفز وجذاب بالنسبة لأصحاب المؤسسات الناشئة وهذا ما يجب للدولة توفيره.
- ضرورة تهيئة البيئة القانونية والتشريعية، امام الشركات الناشئة، وذلك بسن قوانين خاصة تنظم نشاطها بالإضافة الى إزالة العراقيل البيروقراطية التي تحول دون انشائها.

وهذه النتائج تحقق الفرضية الثالثة:" أن نجاح المؤسسات الناشئة مرتبط أساسا بمدى قدرة الدولة على توفير المتطلبات اللازمة لاندماجها في اقتصاد المعرفة بما يدعم فرص نجاح هذه المؤسسات".

ثالثا: توصيات الدراسة.

في ضوء ما تقدم من مفاهيم نظرية حول اقتصاد المعرفة ودوره في زيادة فرص خلق المؤسسات الناشئة، ومن خلال ما أظهرته النتائج التطبيقية يمكن تقديم التوصيات التالية التي نأمل أن تساعد الدولة الجزائرية من أجل دفع عجلة التنمية المستدامة من خلال تبني هذا المنهج الاقتصادي الجديد الذي يساهم بشكل لامحدود في تطوير اقتصاديات الدول عن طريق استقطابه لمقاولي الأعمال والرياديين وتحفيزهم لإنشاء مؤسسات ناشئة وبالتالي انخفاض حجم البطالة المتفشية خصوصا بين أوساط خريجي الجامعات والمعاهد، وفيما يلي أهم التوصيات المقترحة من طرف الطالب من أجل تحقيق الهدف المنشود أعلاه:

- ✓ ضرورة إجراء إصلاحات شاملة في الإدارة الجزائرية لمعالجة ظاهرة البيروقراطية.
- ✓ زيادة الإنفاق المخصص للبحث والتطوير وإقامة الشراكات مع الدول المتطورة في ميدان التكنولوجيا من أجل تسهيل إجراءات نقل التكنولوجيا.
- ✓ ضرورة الاهتمام بتحفيز المؤسسات الناشئة وتهيئة المناخ والبيئة المناسبة لعمل هذه المؤسسات.
- ✓ الاعتماد على تنويع الصادرات مع الاهتمام الكبير بالمنتجات العالية التقنية.
- ✓ العمل على إنشاء مكاتب الربط بين الجامعات والمؤسسات وهذا بغية تسهيل المتخرجين الجدد في المؤسسات والذي يساهم بشكل مباشر في الرفع من أدائها.
- ✓ العمل على تطوير سياسة وطنية للعلم والتكنولوجيا بما فيها سياسة نقل التكنولوجيا وتوطينها مع ضرورة هيكلة بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لتسهيل عملية تبادل المعارف.

قائمة المراجع

أولا: قائمة الكتب.

1. الشمري هاشم والليثي ناديا، الاقتصاد المعرفي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.
2. تقرير التنمية الانسانية العربية، المكتب الاقليمي للدول العربية، البرنامج الانمائي للأمم المتحدة، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية،2003.
3. جمال دواد سليمان، اقتصاد المعرفة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009.
4. كريستوف فريدريك فون برادن، حرب الإبداع فن الإدارة بالأفكار، ترجمة عبد الرحمان توفيق، مركز الخبرات المهنية للإدارة بميك، القاهرة، 2000.
5. محسن أحمد الخضيري، اقتصاد المعرفة، مجموعة النيل العربية، ط1, القاهرة, 2001.
6. محمد عواد الزيات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1, 2008.
7. مصطفى يوسف كافي، اقتصاد المعرفة وانعكاساته في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، دار ألفا للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1 ,2017.
8. نجم عبود نجم، إدارة المعرفة –المفاهيم والإستراتيجيات والعمليات–، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2.
9. نعيم ابراهيم الظاهر، إدارة المعرفة، عالم الكتاب الحديث ودار جدار للكتاب العالمي، الأردن, 2009، ط1.
10. صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة, 2005.

ثانيا: المجلات والمذكرات.

–المجلات:

- صدوقي غريسي وآخرون، أهمية البحث والتطوير في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة مجمع صيدال، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد 02, سبتمبر 2017.
- صلاح الدين محمد توفيق، هاني محمد يونس موسى، دور التعلم الالكتروني في بناء مجتمع المعرفة العربي، مجلة كلية التربية، جامعة المنوفية، عدد3، 2007.
- مرال توتليان, مؤشرات اقتصاد المعرفة وموقع المرأة من تطورها, منشورات المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية, لبنان, 2006.
- عبد اللطيف مصيطفى، عبد القادر مراد، أثر إستراتيجية البحث والتطوير على ربحية المؤسسة الاقتصادية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 04 ديسمبر2013.

- على بخيتي وسليمة بوعوينة، المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمنوسطة في الجزائر واقع وتحديات، مجلة دراسات وأبحاث بالمركز الجامعي لتيبازة، الجزائر.

-المذكرات:

1. بغداد باي غالي، دور الدولة في تنمية اقتصاد المعرفة- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجيلالي اليابس سيدي بلعباس، 2017.
2. حورية شعيب، تسيير وظيفة البحث والتطوير في المؤسسة الصناعية دراسة حالة: مجمع صيدال، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة،2014.
3. دوخي مقدم يمينة، أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري في ظل اقتصاد المعرفة، أطروحة دكتوراه في التسيير، جامعة الجزائر3.
4. ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
5. فادية بن بلقاسم، تمويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي, 2014.
6. قشيدة صوراية, تمويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة الشركة الجزائرية الأوروبية للمساهمات فيناليب, مذكرة ماستر, جامعة الجزائر 3, 2012.

ثالثا: المطبوعات:

- مي عبد الله، مكونات البنية الاجتماعية والاقتصادية للإقامة مجتمع المعرفة في الوطن العربي، كلية الاعلام، الجامعة اللبنانية ,2016.

رابعا: المؤتمرات والملتقيات:

- نوي محمد الأمين، دهان محمد، نحو تنظير أدق لمفهوم المؤسسات الناشئة وخصائصها_ دراسة منهجية مفصلة، مجلة الاصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، مقال3, العدد14, الجزائر,2020

خامسا: المواقع الإلكترونية:

- ✓ القاموس الانجليزي http://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglaiss/start-up , تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 10:33.
- ✓ https://steveblank.com/whats-a-startup-first-principles تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 09:29.

- ✓ Ries, E. (2010). What is a startup? http://www.startuplessonslearned.com/what-is-startup.html تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 11:15.
- ✓ Graham, paul. (2012). Startup = Growth. http://www.paulgraham.com/growth.html تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 11:24.
- ✓ الموقع الالكتروني: https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/04 على الساعة 11:01.
- ✓ الموقع الالكتروني: https://www.scvedc.org/blog/10-characteristics-of-a-successful-startup تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/08 على الساعة 11:52.
- ✓ الموقع الالكتروني https://bit.ly/3rBvFJH تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/10 على الساعة 11:36.
- ✓ لموقع الالكتروني https://bit.ly/3ryCbB9 تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/10 على الساعة 11:45.
- ✓ الموقع الالكتروني: https://blog.oureducation.in/importance-of-research-and-development تم الاطلاع عليه يوم 2021/03/28 على الساعة 13:17.
- ✓ Feinson, S. National innovation systems: Overview and country cases, 2003.موجود على الرابط التالي: https://cspo.org/legacy/library/110215F4ZY_lib_FeinsonInnovatio.pdf consultè le 01/04/2021 a 12:47h.

الموسوعة العربية للمجتمع المعلوماتي، إدارة المعلومات- مفاهيم ومصطلحات اقتصادية- متوفر على الرابط التالي: https://www.al-jazirah.com.sa.

المراجع باللغة الأجنبية

- Dang Duc et Umemoto Katsuhiro, Modeling the development toward the knowledge economy: a national capability approach, ***Journal Of Knowledge Management***, Vol. 13, No. 5, 2009, P.P(359-360).
- Efraim Turban, Information Technology for Management, John Wily and sons Inc, 2002.
- Foray Dominique, **l'économie de la connaissance**, Casbah éditions, Alger, 2004.
- Ghosh Maitrayee et Ghosh Ipsheet, ICT and information strategies for a knowledge economy: the Indian experience, ***Program: electronic library and information systems,*** Vol. 43, No. 2, 2009.
- Jacquin, J. (2003). Les jeunes entreprises innovantes : Une priorité pour la croissance. La documentation française.
- Nelson, R. National innovation systems, a comparative analysis, oxford university press, USA, 1993.
- Paillard Sandrine, Les indicateurs de l'économie de la connaissance, Note d'introduction aux travaux du séminaire d'experts réuni dans le cadre de l'axe " La France dans l'économie de la connaissance " de programme du travail du SDTI.
- Roberts Joanne, Position paper The global knowledge economy in Question, Critical perspectives on international business, Vol. 5 No., 2009 .
- Wenhsu, C. Hsing, C. The Taiwan innovation system, in the international handbook on innovation, Elsevier science ltd, 2003.

الملاحق:

*** دليل المقابلة الشخصية مع الخبير.**

دليل المقابلة.

عنوان الدراسة: أهمية التوجه في تبني اقتصاد المعرفة نحو خلق المؤسسات الناشئة

– دراسة حالة الجزائر–

الإشكالية الرئيسية:

كيف يسهم التوجه نحو اقتصاد المعرفة في تعزيز فرص خلق المؤسسات الناشئة ونجاحها في الجزائر؟

إسم المؤسسة: سنة الإنشاء:

نشاط المؤسسة: منتجات المؤسسة:

المكانة الوظيفية للمختص:

ملاحظة: المعلومات المقدمة في المقابلة سوف يتم معالجتها وتحليلها فقط لغرض علمي بحت ولا تمت بأهداف ربحية، نرجو من المقابل أن يتحرى الصدق والشفافية في إعطائه للمعلومات.

المبحث الأول: اقتصاد المعرفة.

المحور الأول: إدارة المعرفة.

س1: هل للمؤسسة اهتمام باستغلال معارف موظفيها واستثمارها؟

س2: هل تولي المؤسسة أهمية لإنشاء إدارة خاصة أو قسم بإدارة المعرفة؟

س3: ما مدى فعالية هذا القسم ومساهمته في عمليات وأنشطة المؤسسة؟

س4: كيف يساهم عمال المعرفة داخل المؤسسة في إنتاج ونشر المعارف بين الأفراد؟

س5: أي نوع من المصادر تعتمده المؤسسة بشكل أساسي في إنشائها للمعارف المصادر الداخلية، الخارجية أو معا بالتوازي؟

س6: ماهي التحديات والمعيقات التي تواجهها المؤسسة عند تبنيها لإدارة المعرفة؟

س7: هل تساهم ادارة المعرفة في تطوير معارف الأفراد ورفع روح الإبداع لديهم؟ وكيف ذلك؟

المحور الثاني: اقتصاد المعرفة.

س8: كيف تقيم واقع الجزائر في تبني اقتصاد المعرفة؟

س9: في رأيك كيف تقيم الجهود المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية في سبيل اندماجها في اقتصاد المعرفة؟

س10: هل يساهم اقتصاد المعرفة في تحسين تنافسية الاقتصاد الجزائري ورفع مكانته في الأسواق العالمية؟

س11: كيف يساهم اقتصاد المعرفة في تطوير الاقتصاد الوطني؟

س12: ماهي أهم التحديات التي يواجهها الاقتصاد الجزائري للتحول نحو اقتصاد المعرفة؟

المبحث الثاني: المؤسسات الناشئة.

المحور الثالث: التعريف بالمؤسسة.

س13: قدم لمحة مختصرة حول مؤسستك؟

س14: كيف كانت تجربتك مع الإدارة الجزائرية عند إنشائك لمؤسستك الناشئة؟

س15: ماهي الآليات والمصادر المعتمدة لتمويل مؤسستك الناشئة؟

س16: ماهي التحديات التي واجهتك عند إنشائك للمؤسسة؟

س17: ماهي المعيقات التي تواجه المؤسسة حاليا؟

المحور الرابع: المؤسسات الناشئة في الجزائر.

س18: هل هناك توجه فعلي نحو دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر؟ وماهي الآليات المعتمدة في ذلك؟

س19: كيف تقيم الجهود التي تبذلها الجزائر في سبيل دعم خلق المؤسسات الناشئة؟

س20: هل مناخ الأعمال والبيئة التنافسية في الجزائر يحفز على إنشاء المؤسسات الناشئة؟

س21: ما مدى تأثير المؤسسات الناشئة في تطوير الاقتصاد الوطني؟

المبحث الثالث: العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة.

المحور الخامس: العلاقة بين تبني اقتصاد المعرفة وخلق المؤسسات الناشئة.

س22: هل هناك أهمية من طرف إدارة المؤسسة بوظيفة البحث والتطوير؟ وهل هناك موقع لها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة؟

س23: ما مدى تأثير وظيفة البحث والتطوير في رفع أداء المؤسسة وزيادة تنافسيتها وتحقيق أهدافها؟

س24: كيف تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل عمليات وأنشطة المؤسسة؟

س25: إلى أي مدى ساهم النظام الوطني للإبداع في إنتاج ونشر التكنولوجيا والمعرفة الجديدة ضمن إطار الدولة؟

س26: ما مدى مساهمة SNI في تعزيز نجاح تطبيق نموذج اقتصاد المعرفة من طرف الدولة؟

س27: كيف تكون الثروة المعرفية ورأس المال البشري ميزة تنافسية يساهم مجتمع المعرفة في خلقها للمؤسسة؟

س28: هل التشريعات والقوانين التي تسنها الدولة تحفز على خلق المزيد من المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département: Sciences de Gestion

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

امعة محمد بوضياف بالمسيلة

لية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

سم: علوم التسيير

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسفله:

الطالب (ة)*:غويني تقي الدين المولود(ة) بتاريخ: 1997/11/30 ب: بن سرور

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أو.س.) رقم: L00133422 الصادرة بتاريخ: 2020/01/14 عن: بلدية المسيلة

المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: إدارة أعمال تخصص: علوم التسيير خلال السنه الجامعية: 2021/2020 والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان** :

أهمية التوجه نحو تبني اقتصاد المعرفة في خلق المؤسسات الناشئة – دراسة حالة الجزائر-

أصرح بشرفي أني التزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2021/06/13

التوقيع والبصمة

*يحرر كل طالب (ة) تصريحا فرديا في حالة إعداد المذكرة من طرف أكثر من طالب(ة) واحد .

الملخص:

يعيش العالم اليوم ثروة معرفية هائلة مكنت الدول المتقدمة من تحويل اقتصادياتها إلى ما يسمى باقتصاد المعرفة والذي يعني في مجمله إنتاج ونشر واستخدام المعرفة ما بين قطاعاته من خلال الاستثمار في مقوماته الأساسي حيث نهدف من خلال هذه البحث إبراز مفاهيم اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة وتشخيص واقعهما في الجزائر من خلال الوقوف على أبرز التحديات الذي يواجهها هذا النوع الجديد من الاقتصاد والبحث عن الآليات الواجب اتخاذها من قبل الدولة والتي تمكن من تخطي هذه الحواجز، كما سيتم استعراض العلاقة التي تربط اقتصاد المعرفة بالمؤسسات الناشئة لمعرفة مدى تأثير الأول في خلق المزيد من المؤسسات الناشئة.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد المعرفة، المؤسسات الناشئة، المعرفة، مجتمع المعرفة، الابداع والابتكار، البحث والتطوير، تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

Summary:

Today, the world lives a huge wealth of knowledge that has enabled the developed countries to transform their economies into the so-called knowledge economy, which in its entirety means the production, dissemination and use of knowledge between its sectors by investing in its basic components. We aim through this research to highlight the concepts of the knowledge economy and emerging institutions and to diagnose their reality in Algeria. By identifying the most prominent challenges facing this new type of economy and searching for the mechanisms to be taken by the state that enable them to overcome these barriers, the relationship between the knowledge economy and emerging enterprises will also be reviewed to see the extent of the impact of the former in creating more emerging enterprises.

Keywords: knowledge economy, emerging institutions, knowledge, knowledge society, creativity and innovation, research and development, information and communication technology.